

ÉTICA E MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA: UM ESTUDO SOBRE A CONCEPÇÃO DE INFÂNCIA NO JORNAL *GAZETA DO POVO*

Ethics and mass communication media: a study about the conceptions of childhood in the newspaper Gazeta do Povo

Paulo Vinícius B. da Silva*

RESUMO

A pesquisa tratou do conceito de infância difundido pelo jornal paranaense *Gazeta do Povo* e da “qualidade ética” das reportagens analisadas. Foram catalogadas as peças jornalísticas publicadas no mês de novembro de 2000 que grafavam a palavra infância ou similares no título ou nos três primeiros parágrafos, ou ainda as que não se enquadravam neste critério, mas foram consideradas como tratando diretamente da infância. Sob estes critérios, foram analisadas 119 peças. A metodologia de análise foi a proposta por Thompson, constando de três níveis: descrição do contexto de produção, análise de conteúdo, e interpretação e reinterpretação. As questões éticas formuladas por Sánchez Vidal foram utilizadas para interpretação das pautas éticas das mensagens publicadas sobre infância. Sobre a **liberdade**, o contexto de produção revela uma influência acentuada do poder público local na produção do jornal, e da análise das mensagens não se pode perceber o aumento do grau de liberdade das pessoas, pelo contrário, dão mostra de serem restritivas. A análise da **intencionalidade** revela que os benefícios econômicos são colocados em primeiro plano, tanto pela prioridade à publicidade, quanto pela exploração massiva de peças com propostas sensacionalistas. Intenções latentes ficaram explícitas pela presença de formas de operação da ideologia nas peças. Os **destinatários** foram tratados de forma homogeneizada, com referências praticamente ausentes a questões de raça, gênero e idade, e sem fomentar a participação. Os **valores promovidos pela comunicação** foram muito mais instrumentos de passividade e dependência que de bem-estar. A **postura sociopolítica** dos comunicadores, além de não apresentar a neutralidade, foi alinhada com o pólo de poder, e não com seu oposto. Sobre a **metodologia** utilizada, as formas de persuasão e difusão ideológica estiveram presentes nos textos. A respeito da **consciência moral** dos comunicadores, pode-se afirmar que o código de ética dos jornalistas não foi seguido. Os dados levantados permitem somente uma aproximação às pautas éticas dos produtores das peças, e à sua **responsabilidade**. A este propósito, a concepção da linguagem como produtora de fatos sociais parece não ser objeto de reflexão.

Palavras-chave: infância; meios de comunicação de massa; ética.

ABSTRACT

This research investigated the concept of childhood spread by the newspaper from Paraná *Gazeta do Povo* and the “ethical quality” of the analyzed reports. The cataloguing process of this study included journalistic pieces from the month of November 2000 which had the word “childhood” or synonyms in the title or on the three first paragraphs, or if they did not fit into this criterion, they were considered as treating the childhood directly. Under this criterion 119 pieces were analyzed. The methodology of analysis was the one proposed by Thompson, including three levels: description of the context of production, content analysis, and interpretation and reinterpretation. The ethical matters formulated by Sánchez Vidal were used for the interpretation of the ethical release of the messages published about childhood. On **freedom**, the context of production reveals an accentuated influence of the local public power in the production of the newspaper, and from the analysis of the messages it was not possible to find an increase on the level of freedom of people,

* Doutorado em Psicologia Social na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Professor de Psicologia da Educação, do Departamento de Teoria e Fundamentos da Educação, do Setor de Educação da Universidade Federal do Paraná.

on the contrary, they show signs of being restrictive. The analysis of **intentionality** reveals that economical benefits are put in the first place in the priority of the publicity and also in the massive exploration of pieces with sensationalistic proposals. Latent intentions were revealed by the presence of forms of operation of the ideology in the pieces. The **addresses** were treated in a homogenized form, and references to questions of race, gender and age were practically absent, and without promoting participation. The **values promoted by the media** were much more instruments for passivity and dependence than for well-being. The socio-political posture of the professionals of communication, besides not presenting neutrality, was aligned with the pole of power, and not with its opposite. On the **methodology** used, the forms of persuasion and ideological diffusion were present in the texts. Regarding the **moral consciousness** of the professionals of communication, it can be affirmed that the ethical code of journalists was not followed. The data collected allows only an approximation to the ethical assignments of the producers of the pieces, and to their **responsibility**. To this purpose, the conception of language as a producer of social facts seems not to be an object of reflection.

Keywords: childhood; mass communication media; ethics.

RESUMEN

La investigación ha tratado del concepto de infancia difundido por el periódico paranaense *Gazeta do Povo* y de la “calidad ética” de los reportajes analizados. Fueron catalogadas las piezas periodísticas publicadas en el mes de noviembre de 2000 que conteniesen la palabra ‘infancia’ o similares en el título, o también, en los tres primeros párrafos, incluso aún las que no se encuadraban en ese criterio, pero fueron así consideradas por tratarse directamente de la infancia. Fueron analizadas 119 piezas. La metodología de análisis fue la propuesta por Thompson, constanding de tres niveles: descripción del contexto de producción, análisis del contenido, e interpretación y reinterpretación. Las cuestiones éticas formuladas por Sánchez Vidal fueron utilizadas para la interpretación de las pautas éticas de los mensajes publicados sobre la infancia. Sobre la **libertad**, el contexto de producción revela una influencia acentuada del poder público local en la producción del periódico, y en el análisis de los mensajes no se puede percibir el aumento del grado de libertad de las personas, por el contrario, nos dan muestras de ser restrictivas. El análisis de la **intencionalidad** revela que los beneficios económicos son colocados en primer plan, tanto por la prioridad a la publicidad, cuanto por la exploración masiva de piezas con propuestas sensacionalistas. Intenciones latentes quedaron explícitas por la presencia de formas de operación de la ideología en las piezas. Los **destinatarios** fueron tratados de forma homogeneizada, con referencias prácticamente ausentes a las cuestiones de raza, género y edad, sino a fomentar la participación. Los **valores promovidos por la comunicación** fueron mucho más instrumentos de pasividad y dependencia que del bien-estar. La **postura socio-política** de los comunicadores, allá de no presentaren neutralidad, fueron aliñadas con el polo del poder, y no con su opuesto. Lo que concierne a la **metodología** utilizada, las formas de persuasión y difusión ideológica estuvieron presentes en los textos. A respecto de la **consciencia moral** de los comunicadores, se puede afirmar que el código de ética de los periodistas no fue seguido. Los datos levantados permiten sólo una aproximación a las pautas éticas de los productores de las piezas, y a su **responsabilidad**. En ese propósito, la concepción del lenguaje como productor de los fatos sociales parece no ser objeto de reflexión.

Palabras-clave: infancia; medios de comunicación de masa; ética.

Mídia e construção social da infância

A infância, neste estudo, é concebida como uma construção social, numa perspectiva interacionista, matriz representada por Thompson (1995) e Sánchez Vidal (1999). Uma forma de classificação das pessoas que supera fronteiras políticas e mesmo culturais é a idade. Pertencer a uma idade, ser criança, jovem, adulto ou velho, significa seguir as normativas, fazer ou não

uma série de coisas, e ter em conta os desvios em relação aos modelos sociais determinados. Os modelos sociais são definidos e redefinidos sob uma série de inter-relações comunicativas, sobre os quais as instituições exercem efeitos distintos. Os meios midiáticos mantêm um papel significativo na formulação e difusão de representações sobre a infância, como atestam os estudos de Rodríguez (1989) e Chombart de Lauwe e Feuerhahn (1994). Estas autoras utilizaram o termo “escola paralela” para nomear

a considerável quantidade de informação e imagens que as crianças recebem via *mídias*, cujo repertório lúdico de figurações revelou uma ritualização que mantém uma sutil orientação às práticas de meninos e meninas.

Uma sociedade construída e pensada por e para os adultos, com o exercício de poder adulto sobre a infância mediado pela educação formal e informal, foi apontada pelo estudo de Rosemberg (1985). As mensagens midiáticas são, segundo Casas (1998), um dos três grandes espaços de construção de representações sobre a infância (junto a relações e comunicações intrafamiliares e as inter-relações gerais da população com a infância). O autor analisa os trabalhos de Qvortrup (1990) e Verhellen (1992) sobre o núcleo figurativo das representações sociais adultas sobre infância e propõe um esquema sobre as representações sociais da infância contendo o núcleo figurativo as idéias de: “ainda não adultos, ainda não responsáveis, ainda não capazes, ainda não competentes, ainda não com os mesmos direitos, ainda não com suficientes conhecimentos, ainda não confiáveis” (1998, p. 33).

A pesquisa sobre a representação pública da infância no jornalismo escrito é, segundo Ponte (2000), uma das áreas mais ignoradas de análise da *mídia*. Em artigo de revisão, a autora afirma que o discurso jornalístico deveria ser analisado como discurso de poder na configuração social da infância. Além dos estudos sobre infância, essa pesquisa se subsidia na análise da sociedade atual e o papel da produção e recepção das formas simbólicas mediadas por uma complexa rede, transnacional, de interesses institucionais. Os aparatos técnicos e institucionais das indústrias da *mídia* tornam-se mais e mais o centro das transmissões de formas simbólicas. A *mídia* como ator social negocia e orienta, no cenário público de discussão das pautas sociais, suas regras de produção e veiculação, transformando-as e manipulando-as como bens simbólicos (THOMPSON, 1995). O

autor afirma que a principal característica das sociedades modernas é a *midiação* da cultura, devido ao papel dos Meios de Comunicação de Massa (MCM) na produção, reprodução e divulgação das formas simbólicas. Os meios de comunicação se constituem como atores sociais, na definição (ou redefinição) e veiculação de pautas públicas de discussão e na articulação, no apoio ou na crítica às políticas públicas que definem a formatação da questão social como bem simbólico.

Relacionamos, na organização deste estudo, a análise da *mídia* como ator social com as proposições sobre ética e participação social de Sánchez Vidal (1999), para quem a ética se refere aos princípios fundamentais de justiça, igualdade e solidariedade que impulsiona o estabelecimento de normas que sejam construtoras de seres humanos mais livres e solidários.

O direito à informação e à comunicação está expresso na Declaração Universal dos Direitos do Homem. Direito à informação supõe a existência de fontes diversificadas, em distintos locais e circunstâncias. Na construção social de problemas e políticas para a infância, é importante analisar em que medida a *mídia* tem cumprido o papel de expressar diferentes pontos de vista existentes em uma sociedade. A comunicação supõe a possibilidade de alguém, além de informar-se, expressar seus pensamentos, emitir suas opiniões. Guareschi (2000) propõe que a comunicação é um serviço público que tem como principal tarefa “possibilitar a palavra a todos e todas para que eles possam expressar seu pensamento, apresentar seu projeto de vida em sociedade.” (2000, p. 65). É significativo estar atento se os MCM, estruturados como empresas gigantes transnacionais, podem vir a cumprir este papel de comunicação. A resposta mais simples às perguntas é que os MCM veiculam a opinião e interesses de poucos, e não têm interesse em difundir a possibilidade de expressão. Mas o que pode ser feito? A resposta vai por caminhos

múltiplos. A crítica sistemática à comunicação de massa é importante, levando à proposição que os MCM sejam monitorados por organizações da sociedade civil. Sob este controle estaria a difusão de informações e também o acesso à produção, o uso da palavra. As propostas de análises críticas servem também como fonte para a discussão e determinação das leis, nacionais e transnacionais, que regulam a comunicação de massa. Possibilidade outra é o controle ético dos MCM por dentro, tendo os atores sociais responsáveis pela comunicação, e os códigos deontológicos que regem sua atividade, crucial papel. Há ainda o papel a ser evidenciado do controle exercido pela própria audiência. Essas alternativas múltiplas não são excludentes, mas complementares.

A pesquisa realizada teve como objetivos: analisar o conceito de infância apresentado no jornal *Gazeta do Povo*; descrever e discutir a “qualidade ética” (SÁNCHEZ VIDAL, 1999) da produção de informação sobre a infância no jornal. Em acordo com o marco teórico descrito, a pergunta que se buscou responder foi: Que conceito de infância está produzido pelo jornal paranaense *Gazeta do Povo*, e qual a qualidade ética, no sentido de Sánchez Vidal (1999), das peças jornalísticas analisadas?

Foram compiladas as notícias sobre a infância no jornal *Gazeta do Povo* (selecionado por ser considerado o principal jornal para as classes média e alta da região de Curitiba, capital do Estado do Paraná), durante o mês de novembro de 2000. As peças jornalísticas foram incluídas na amostra quando o título ou os três primeiros parágrafos apresentavam a palavra “infância” ou correlatas: infantil; menino/a/os/as; criança/s; garoto/a/os/as; aluno/a/os/as; ou quando o conteúdo total da peça foi julgado como dedicado à infância, sendo utilizados os mesmos critérios que Kunkel (1999). Sob estes critérios foram selecionadas 119 peças.

A análise seguiu a proposta de Thompson (1995), com a estrutura metodo-

lógica em três níveis: contexto de produção das formas simbólicas, análise formal ou discursiva, interpretação/reinterpretação. No primeiro nível, foi realizada a análise das particularidades do jornal como *mídia* escrita, a história do jornal e do jornal *Gazeta do Povo*, a evolução da empresa proprietária, os interesses que representa e a produção bibliográfica a seu respeito. No segundo nível, foi utilizada a técnica de análise categorial baseada em Bardin (1977) e Rosemberg (1985). O jornal foi tomado como unidade de contexto, as peças jornalísticas como unidade de análise, e as unidades de conteúdo: principal fonte de informação, nome e sexo do autor, proposta da peça, tema da peça, contextualização, extensão do texto, composição do texto, informantes descritos no texto, seu sexo, idade, etnia, classe social, ocupação profissional. No terceiro nível de análise, buscou-se a interpretação dos resultados via análise das estratégias de difusão ideológica (THOMPSON, 1995) e buscou-se responder às perguntas sobre a ética da intervenção social apresentadas por Sánchez Vidal (1999, p. 135-139).

Resultados e análise

Em função da limitação desta comunicação, iremos apresentar os dados não em conformidade com os níveis metodológicos, mas seguindo os temas éticos propostos por Sánchez Vidal (1999), ou seja: a liberdade, a intencionalidade, o destinatário/outro, a consciência moral, a responsabilidade, os valores promovidos, a postura sociopolítica, a metodologia utilizada. Para cada um desses temas, o autor propõe uma série de perguntas, que foram adaptadas para a análise qualitativa final. Ainda em função da limitação de tempo, foram selecionados alguns destes temas, que estarão dispostos a seguir, com as perguntas correspondentes e os dados

que foram utilizados para responder a tais perguntas.

A liberdade: 1. Em que medida a comunicação contribui para aumentar o grau de liberdade do destinatário? 2. Quais são as limitações econômicas, as diretrizes ideológicas e a pressão social que incidem sobre a comunicação?

O fim da censura oficial ocorreu em 1979, chegando a um quadro atual de razoável liberdade de imprensa, mas afetado pelas restrições do sistema capitalista e herdeiro de características restritivas. A exemplo do que ocorreu na Europa e EUA, as empresas que detinham os jornais tornaram-se proprietárias de principais difusores de rádio e televisão, organizando-se em grandes corporações. É o caso do jornal *Gazeta do Povo*, atualmente parte da Rede Paranaense de Comunicação.

A receita da *Gazeta do Povo* provém 25% da venda do jornal e 75% da publicidade. A receita da publicidade institucional (estado e empresas) é de 48,75% do total, o que revela a dependência do periódico em relação ao pólo econômico e político. O “Código de Ética do Periodista” propõe que o exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social e de finalidade pública, enquanto a atividade da empresa é de natureza comercial, numa contradição apontada por Bertrand (1999). Zuniga (2000) apresenta dados sobre a subordinação do departamento de redação ao comercial, na *Gazeta do Povo*.

Vistos os resultados das fontes das peças, o executivo representa 47,9% do total. Entre estes, 29 de 57 casos, o que representa 24,4% do total, tiveram a polícia como principal fonte. As Organizações da Sociedade Civil (como sindicatos e ONGs), com um total de 18 peças, 15,2%, vieram em seguida. Depois estão as empresas, com 9,2%. No mesmo nível, estão o judiciário e os conselhos, com 5,9%, e logo a seguir 5% para a categoria “outros”. Pouco abaixo estão os próprios MCM, com 3,4%. As pessoas individualmente foram fonte

para somente 1,7% das matérias. Por fim, os organismos internacionais (UNICEF) com apenas uma peça, 0,8% do total.

As hipóteses explicativas para um número tão alto de peças pautadas pelo executivo são em relação às peças pautadas pela polícia, a exploração sensacionalista dos fatos. Em relação às outras peças, que as pautas do executivo são aceitas em função da dependência econômica do estado, individualmente o maior anunciante. Flagrantemente contrária à liberdade necessária ao jornalismo. A liberdade do jornalista tem que ser ampla, incluindo os regimes políticos, os empregadores, os anunciantes (BERTRAND, 1999). Nas pesquisas da rede ANDI (ANDI, 2001; CIRANDA, 2001; CIPÓ, 2000), um problema apontado é que as redações dos jornais recebem pautas de reportagens dos órgãos oficiais e se limitam a publicar as próprias pautas, sem buscar outras fontes de informação, sem verificar a veracidade da notícia, sem preocupar-se em contextualizar as informações ou escutar outros pontos de vista sobre o tema. Em relação às omissões dos códigos deontológicos, Bertrand (1999) afirma que tradicionalmente as *mídias* apresentam notícias que são ofertadas por órgãos oficiais e terminam por cometer uma série de omissões sobre informações de grande interesse social. Sua proposta é que os códigos deontológicos condenem estas práticas e dirijam os jornalistas a buscar alternativas, não aceitando as pautas prontas e buscando sempre fontes distintas.

Respondendo a pergunta do guia, as limitações econômicas apresentaram-se como fortes determinantes da comunicação realizada pela *Gazeta do Povo*, apresentando relações com as diretrizes liberais de seus dirigentes. A pressão social não foi percebida com os instrumentos utilizados. Podemos afirmar que os textos produzidos não apresentam características que possam aumentar o grau de liberdade das pessoas. Pelo contrário, a percepção do ponto de vista da produção é que as informações sobre a infância são restritivas da liberdade.

O destinatário/outro: 1. Como o outro é reconhecido? 2. É admitida e fomentada a participação das pessoas? 3. Qual é o reconhecimento das diferenças? Existe igualdade relacional? 4. Como é tratada a heterogeneidade/homogeneidade? 5. Quais categorias são excluídas? Como tratar o outro? (Pistas em Sánchez Vidal, 1999, p. 70, 1 a 5).

A maior parte das peças, 68,9%, não foi assinada. Zuniga (2000) discute o “capital simbólico” (em acordo com Bourdieu) dos jornalistas e apresenta a distinção entre reportagens “boas” ou “más”. As primeiras são assinadas, mas as consideradas más nenhum jornalista se dispõe a colocar sua assinatura. É provável que as reproduções de pautas citadas acima estejam entre estas. O interesse é sobre o alto índice de peças sobre a infância que não apresentam a qualidade para que um jornalista apresente interesse em assiná-las.

Outro ponto de interesse é a ausência de características dos grupos de crianças em relação às diferenças. São tão poucas as peças que apresentam dados, que é impossível fazer qualquer comparação com a população em geral, ou buscar o olhar sobre a diversidade realizado por Kunkel (1999).

Uma das categorias descritas pela análise de conteúdo foi a existência ou não de informantes às peças explicitadas pelos textos. Na maioria, 64 casos ou 53,8%, pelo menos um informante foi citado. A descrição mais detalhada de quem foram estes informantes fornece pistas interessantes. A idade dos informantes foi uma variável examinada. Entre os informantes citados, 5 crianças foram escutadas, 7,8% do total descrito. Os adolescentes foram ouvidos em 7 casos, ou seja, 10,9%. A categoria jovem foi apontada em uma só oportunidade. Os adultos foram a maioria, com 47 peças, 73,4%, contando somente com adulto(s) como informante(s). A velhice foi citada uma vez, e em três peças não foi possível determinar a idade do(s) informante(s).

Em verdade, todas as peças que apresentaram informantes criança(s) ou adolescente(s) apresentaram também informantes adultos, em número igual ou superior ao de crianças ou adolescentes escutados. O total de peças com informantes adultos foi em realidade de 60, isto é, subtraída a peça em que o informante é um idoso e as três em que a idade não foi explicitada. Uma série de reportagens sobre um grande evento acerca do “protagonismo juvenil” é paradigmática. As peças foram apresentadas em textos complementares. Os textos principais apresentaram a perspectiva de adolescentes que participavam das atividades, uma obviedade em relação ao tema do evento. Mas estes mesmos textos sempre recorriam a adultos, professores, coordenadores ou dirigentes, e nunca em número menor que os de adolescentes. Ademais, nos textos complementares em geral somente a presença da opinião de especialistas adultos. Os dados apontam para a chamada sociedade “adultocêntrica”, ou seja, a estrutura centrada no poder dos adultos é reproduzida pelo domínio do discurso. Na própria etimologia da palavra infância, encontramos o significado que ainda é o mais comum: o infante é aquele que não fala. A construção histórica acrescenta significados a este que não fala: não fala porque não tem capacidade, não fala porque não tem algo de interessante a dizer, não fala porque seu ponto de vista é limitado. A consideração da infância como período do “ainda-não” (QVORTRUP, 1990 e VERHELLEN, 1992) é apresentada por estes dados. Ao prosseguir na análise, verifica-se que em dois dos casos em que crianças tiveram acesso à palavra, as peças tratavam de campanhas assistenciais e pediam ajuda para a população. A possibilidade das crianças falarem esteve condicionada à necessidade de impacto previsto nos leitores, motivando a participação. Em uma peça de especial interesse, um texto coletivo de alunos de 7.^a série foi reproduzido. Neste caso, dois textos complementares explicativos, com informantes adultos.

Outra categoria definida foi o *status* do informante. Como esperado, 48,4% do total, 31 casos, foram de especialistas. Isto ocorre porque há uma indicação para os jornalistas buscarem a opinião de especialistas. Zuniga (2000) revela que os jornalistas têm, em geral, fontes já conhecidas às que recorrem em caso de necessidade. Bertrand (1999) inclusive propõe que os códigos deontológicos indiquem as consultas a especialistas como forma de garantir a fidelidade da informação. Esta prática faz que o discurso acadêmico seja em alguma medida reproduzido na *mídia*, um discurso de adultos e que também tem uma carga ideológica, como descreve Calazans (2000) em relação ao discurso sobre a gravidez na adolescência. Num nível abaixo dos especialistas estão os dirigentes de ONGs, com 16 casos, 25%. A seguir os participantes da situação retratada, com 14 casos, 21,9%. Em 2 (3,1%) casos foram escutados observadores, e em um a vítima relata o caso. Este era um caso de vítima de exploração sexual, a informação muito inverossímil, e o relato serviu para apresentar confiabilidade à história.

Sobre o destinatário, o “outro” desta investigação é a infância. O reconhecimento dos meninos(as) e adolescente(s) foi quase nulo, pois quase não puderam expressar-se, e por vezes o fizeram para atender a objetivos dos outros, não aos seus. O tratamento da heterogeneidade praticamente não existiu, pois o número de peças que trouxeram tais dados foi quase nulo. Procedimento como o de Kunkel (1999) de comparação de variáveis de crianças “de cor” com crianças brancas é inviável por causa da omissão ao tratar da diversidade nas peças.

A metodologia utilizada: 1. Quais são as influências do meio já descritas na literatura? 2. Quais são as formas comunicativas utilizadas? (Ver formas de persuasão/difusão ideológica listadas por Thompson, 1995).

Novamente será realizado um corte em função do espaço/tempo de exposição, e somente um dos casos analisados será

apresentado, julgado o mais significativo e como forma de exemplificação. A reportagem tratava de uma manifestação de adolescentes e jovens do campo para protestar contra a política agrária do governo federal. Três movimentos sociais organizaram a manifestação: a Pastoral Rural, o Movimento dos Sem Terra – MST – e o Sindicato dos Trabalhadores Rurais (todos em suas versões juvenis). A caminhada que faziam e os objetivos do protesto foram explicados no texto principal. As caixas de texto explicativas são em geral utilizadas para complementar a informação, proporcionar informações/explicações adicionais ou versões distintas sobre um fato, sendo comum como forma de apresentação de informações coletadas com especialistas. Neste caso, foi tomado o testemunho de um vendedor de sorvetes de 64 anos (o único informante idoso da amostra). O Sr., muito resignado com sua situação, relatou preferir vender sorvetes que trabalhar no campo, e que, no caso de sua família, a divisão das terras de seu pai entre ele e irmãos foi a causa da baixa produtividade de sua propriedade rural. Por meio da *diferenciação* (ênfase nas diferenças entre pessoas e grupos, estratégia do modo geral de *fragmentação* que significa a segmentação de indivíduos e grupos que podem significar desafio aos grupos dominantes, THOMPSON, 1995, p. 86-87), o protesto dos adolescentes foi colocado em dúvida, pois ao problema da produção dos pequenos agricultores foi atribuída uma causa de responsabilidade deles mesmos, o número de filhos. A manipulação ideológica termina por desvalorizar os participantes, justamente em uma rara manifestação de protagonismo por adolescentes.

A título de conclusão

O *check list* ético de Sánchez Vidal mostrou-se útil para a análise da qualidade ética da comunicação. No caso do jornal *Gazeta do*

Povo, as respostas foram demasiado negativas, mas pode-se pensar em realidades onde as respostas apresentem matizes distintas. Ao obter resultados tão negativos, é necessário pensar na efetividade do controle exercido somente pelos pares, que é a proposta que os jornalistas em geral defendem, inclusive utilizando a liberdade de imprensa como argumento. Mas a análise da comunicação prevista no próprio código, o controle externo, deve ser também um instrumento para dirigir a *mídia* aos interesses coletivos em primeiro plano, justamente por não desconsiderar seu caráter contraditório, de

indústria e instituição de bem-estar público ao mesmo tempo.

Sobre a perspectiva adultocêntrica reiterada pelo estudo, a infância sendo tratada como um assunto de pequena relevância (visto tamanho de textos e abordagem à infância de forma tangencial), com exploração da violência como forma de “criação” de fatos de impacto com finalidade comercial (vistos os temas das peças), com a conseqüente imagem de vítima em primeiro plano, as pesquisas e críticas sobre o tema são de extrema pertinência.

REFERÊNCIAS

- ANDI – Agência de Notícias sobre Direitos da Infância. *Infância na mídia*. Brasília: ANDI/Instituto Ayrton Senna, 2001.
- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BERTRAND, C. J. *Deontologia da mídia*. Bauru/SP: EDUSC, 1999.
- CALAZANS, G. J. *O discurso acadêmico sobre gravidez na adolescência: uma produção ideológica?* Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) – Pontifícia Universidade de São Paulo, 2000.
- CASAS, F. *Infancia: perspectivas psicosociales*. Barcelona: Paidós, 1998.
- CHOMBART DE LAUWE, M. J.; FEURHAHN, N. La représentation sociale dans le domaine de l'enfance. In: JODELET, D. (Org.). *Les représentations sociales*. Paris: PUF, p. 320-340, 1989.
- CIPÓ. Comunicação Interativa. *Infância na mídia*. Salvador: Cipó/Rede ANDI, 2000.
- CIRANDA. *A criança e o adolescente na mídia – Paraná*. Curitiba: Miranda, 2001.
- GUARESCHI, P. A. (Org.). *Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- KUNKEL, D. *The news media's picture of children: a five year update and a focus on diversity*. Seattle: Children Now, 1999.
- PONTE, M. C. Quando as crianças são notícia. *Proceedings of the International Congress Childhood Social and Cultural Worlds*. Braga: Instituto de Estudos da Criança/ Universidade do Minho, v. 2, p. 330-339, 2000.
- QVORTRUP, J. Childhood as social phenomenon. An introduction to a series of national reports. *Eurosocial*, v. 36, 1990.
- RODRÍGUEZ, J. La infancia y la prensa. In: CONGRESO INTERNACIONAL INFANCIA Y SOCIEDAD, I. Madrid: MAS, p. 41-51, 1989.
- ROSEMBERG, F. *Literatura infantil e ideologia*. São Paulo: Global Editora, 1985.
- SÁNCHEZ VIDAL, A. *Ética de la intervención social*. Barcelona: Paidós, 1999.
- THOMPSON, J. B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- _____. *Mídia e modernidade*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- VERHELLEN, E. Children and participation rights. In: HEILIO, P. L.; LAURRONEN, E.; BARDY, M. (Orgs.). *Politics of childhood and children at risk; provision-protection-participation*. International Experts meeting, Kellokoski (Finlândia), 22-24 agosto, 1992.
- ZUNIGA, G. M. F. *Jornalismo: ethos e bastidores – Mídia paranaense*. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2000.

Texto recebido em 20 nov. 2007

Texto aprovado em 27 fev. 2008