

Políticas públicas educacionais na mídia: *uma análise da revista Veja*

Ana Cláudia Pozo Grieco

Docente da Fatec Itaquaquetuba.
Mestre em Políticas Públicas pela UMC.
Especialista em Docência do Ensino Superior pela FALC.
Graduada em Comunicação Social pela UAM.
Graduada em Letras pela UBC.
E-mail: anaclpozo@gmail.com

Amanda Fratea de Lucca

Docente da Fatec Itaquaquetuba.
Mestre em Políticas Públicas pela UMC.
Especialista em Metodologia do Ensino de Língua Inglesa pela UBC.
Graduada em Letras pela UMC.
E-mail: lucca.amanda@gmail.com

Recebido: 04 mar. 2021

Aprovado: 31 out. 2021

Resumo: Este artigo identifica de que modo a mídia, em especial a Revista *Veja*, concede espaço em suas publicações quando trata da educação, e principalmente, quando (ou se) a aponta como problema público. Foram analisadas 22 edições da *Veja* publicados entre agosto e dezembro de 2018. Constatou-se que apenas um exemplar contava com uma matéria de capa sobre educação, indicada como problema público. As demais publicações que abordaram o assunto o trataram de forma superficial e irrelevante.

Palavras-chave: Políticas Públicas. Mídia. Educação. Ideologia.

Abstract: This article identifies how the media, specifically *Veja* Magazine, gives space in its publications when it comes to education, and especially when (or if) it points to it as a public issue. Twenty-two editions of *Veja* published between August and December of 2018 were analyzed. It was found that only one copy had a cover story on education, indicated as a public problem. The other publications that addressed the subject treated it in a superficial and irrelevant way.

Keywords: Public Policy. Media. Education. Ideology.

Resumen: Este artículo identifica cómo los medios de comunicación, especialmente la Revista *Veja*, otorgan espacio en sus publicaciones en lo que respecta a la educación, y especialmente cuando (o si) se apunta como un problema público. Se analizaron veintidós ediciones de *Veja* publicadas entre agosto y diciembre de 2018. Y se encontró que solo un número tenía un artículo de portada sobre educación, señalado como tema público. Las otras publicaciones que abordaron el tema lo trataron de manera superficial e irrelevante.

Palabras clave: Políticas Públicas. Medios de Comunicación. Educación. Ideología.

Introdução

A conceituação de políticas públicas pode ser vista sob diversos prismas e há diversos autores que a definem, no entanto, a que melhor se enquadra ao propósito desse artigo é a de Peters (1986) que a define como “a soma das atividades dos governos, que agem diretamente ou através de delegação, e que influenciam a vida dos cidadãos” (PETERS, 1986 *apud* SOUZA, 2006, p. 24). Souza (2006) ainda pontua que o governo tem uma certa autonomia, embora esta seja influenciada tanto interna como externamente. No modelo de políticas públicas conhecido como arenas sociais, há três maneiras de chamar a atenção dos *policy makers*, ainda de acordo com a autora: primeiro a divulgação de indicadores que deixam a mostra a dimensão de um determinado problema público; depois podemos citar eventos como desastres ou a repetição contínua de um mesmo problema; e, por fim, o *feedback*, ou informações que mostram lacunas da política em vigor. É justamente no primeiro e último item que entram os meios de comunicação como mediadores, influenciadores e divulgadores das necessidades da sociedade para a qual prestam seus serviços com o propósito de fazer com que questões relevantes sejam desnudadas, chamando a atenção do governo para que este tome decisões favoráveis aos interesses da sociedade.

A globalização, essencial para a interconexão dos povos e disseminação de conhecimento e informação, aponta também novas responsabilidades que acometem os vários atores sociais envolvidos na sociedade de informação. A Comunicação, segundo Secchi (2014), é um deles. Como ator de políticas públicas, ela tem a responsabilidade de promover um fluxo regular de informações que promovam novos conhecimentos, necessidades e tomadas de decisão, por parte do Estado de outros segmentos sociais.

Ainda para Secchi (2014), a mídia é uma categoria de atores relevantes nas democracias contemporâneas, pois, no que concerne às políticas públicas, ela tem o poder de apontar o problema público, neste caso, com viés educacional, e viabilizar sua implementação e, se efetivada, sua posterior avaliação. Para tanto, conceituamos Políticas Públicas pelo prisma de autores como Souza (2006) e Secchi (2014), seguidos de conceitos de mídia também por Secchi (2014), Castells (2015), Walty (2000), Guareschi e Biz (2009), questões relacionadas à mídia e ideologia trazidas por Penteadó e Fortunato (2015), e Althusser (1985), Azevedo (2006) entre outros.

Conceituando mídia

A mídia, segundo Castells (2015), pode ser compreendida como conjunto de meios de comunicação destinados a grandes públicos de modo a atingir um maior número de pessoas. É considerada um fator importante na vida da sociedade, pois é ela quem deixa a mesma a par da realidade, mesmo que esta seja fabricada de acordo com interesses antagônicos das classes sociais. São exemplos de mídia a televisão, o rádio, jornais e revistas, e atualmente todos os meios eletrônicos individuais ou coletivos tão presentes no dia a dia da maioria da população mundial. De acordo com o autor,

a transformação mais importante na comunicação nos últimos anos foi a transição da comunicação de massa para a intercomunicação individual, sendo esta última o processo de comunicação interativa que tem o potencial de alcançar uma audiência de massa (CASTELLS, 2015, p. 29).

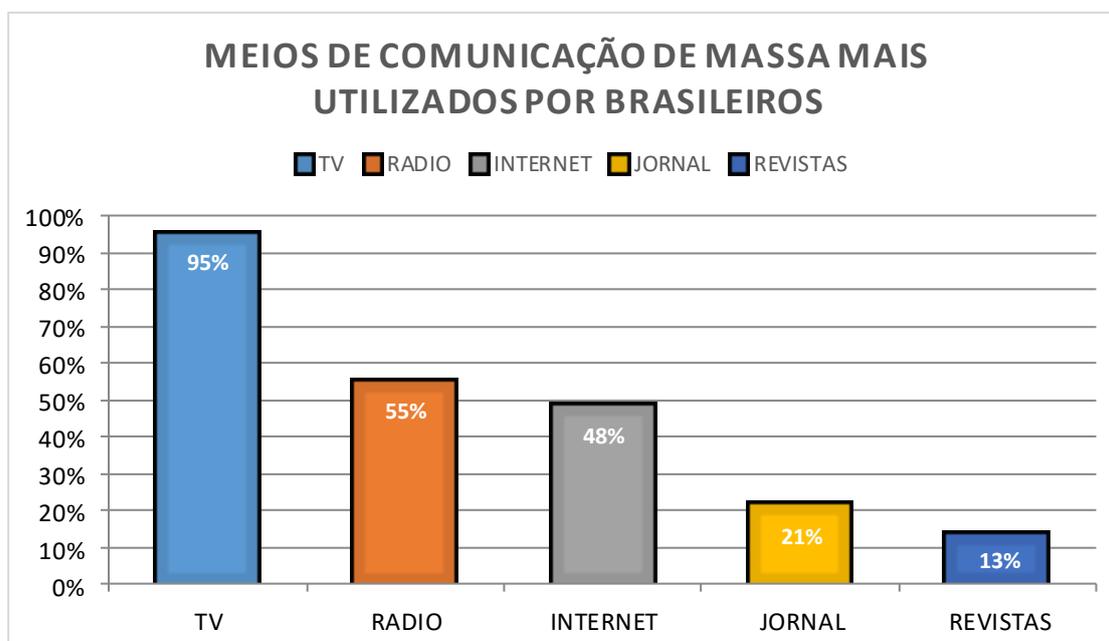
Castells (2015) ainda afirma que a internet e as redes de comunicação móveis tornaram possíveis a intercomunicação individual e tornaram-se os principais meios de comunicação da era digital. A sociedade é influenciada positiva ou negativamente por esta tecnologia, uma vez que a mesma pode gerar uma certa alienação e comprometimento da capacidade reflexiva espontânea, pois o cidadão está subordinado a uma rede de informações controladas por grupos distintos. De acordo com Walty (2000), o uso indiscriminado da informação é uma maneira de manipular dados da realidade. Neste sentido, Guareschi e Biz (2009) afirmam que a comunicação constrói a realidade, sendo esta interpretada como aquilo que existe, que tem valor e respostas, e o que legitima o cotidiano.

Os meios de comunicação, principalmente os de massa, que atingem potencialmente a sociedade, permitem a divulgação de informações entre seus usuários. Tais meios, segundo Penteado e Fortunato (2015), são considerados mediadores das práticas sociais de poder e política, por conta de seu alto poder influenciador nas dinâmicas e relações sociais contemporâneas. A velocidade com que os meios de comunicação e a tecnologia se desenvolvem aumentam a capacidade de intervenção da mídia em todas as atividades sociais da vida humana.

Conforme dados obtidos na Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom), com o

intuito de entender como o brasileiro se informa, resultados apontam que de cada 100 pessoas, 37 utilizam a internet todos os dias, contra apenas 7 que leem jornais diariamente. Foram entrevistadas cerca de 18 mil pessoas. O gráfico a seguir mostra a preferência dos meios de comunicação dos brasileiros.

Gráfico 1: Meios de comunicação de massa mais utilizados por brasileiros.



Fonte: Brasil. Presidência da República. Secom (2016)

Um dos muitos campos que sofrem influência da mídia, de acordo com Pentead e Fortunato (2015), é o espaço de ação política em si. Sendo assim, até que ponto as decisões acerca das Políticas Públicas Educacionais são afetadas pelos meios de comunicação? Ou seja, todas as decisões, os caminhos que se pretendem seguir ou não, em qualquer área das políticas públicas, estão baseadas em, segundo Althusser (1985), concepções ideológicas que acabam por pré-determinar as direções do Estado. Desta forma, a mídia, como aparelho ideológico da informação, também atua como determinante daquilo que se deve exaltar ou não, dependendo da ideologia que se segue. A mídia não só expõe o que existe, mas também define o que não existe quando deixa de publicar algo. Isso quer dizer que a pauta é definida pelos donos dos meios de comunicação em cujo sistema prevalecem as características.

de um monopólio familiar e propriedade cruzada nos meios de comunicação de massa, a pequena diversidade externa do ponto de vista político e o viés conservador, a baixa circulação dos jornais associada ao baixo número de

leitores e, como conseqüência, no campo da grande imprensa, um jornalismo orientado prioritariamente para as elites e permeável à influência dos públicos fortes (AZEVEDO, 2006, p. 2).

Neste sentido, é ingênuo pensar que há neutralidade e imparcialidade na veiculação de informações, uma vez que a mídia tem o poder de construção (e desconstrução) da realidade conforme interesses diversos. É o que afirma Hohenberg (1981) quando diz que

[...] o mero processo de decidir publicar uma matéria ou suprimi-la é um exercício de opinião do editor. Se a matéria vai levar uma manchete grande ou pequena, se será colocada na primeira página, no meio de anúncios de ‘precisa-se’, é, igualmente, não o resultado de qualquer processo objetivo, porém de uma escolha editorial, opinativa (HOHENBERG, 1981, p. 29).

Além disso, a mídia e seus diferentes veículos são ferramentas de poder de atores políticos e da divulgação (ou não) de informação política que, de acordo com Castells (1999, p.367), é chamada de “política informacional”, cujo objetivo é apresentar regras no jogo político. No entanto, vale ressaltar que a política não se subordina à mídia, mas sua imagem está vinculada ao que esta traz à tona. Sendo assim, a influência da mídia sobre a política e vice-versa torna-se uma via de mão dupla.

Antes da veiculação de qualquer publicação, a imprensa se respalda em alguns processos decisórios. De acordo com Canela (2008), tais processos são mobilizados levando-se em consideração alguns aspectos como o *Agenda Setting* (controle do agendamento), o *Framming* (enquadramento), a Contextualização da Informação e o Controle Social / *Accountability* (responsabilização).

Logo, segundo Canela (2008), todas as notícias, incluindo as políticas, estão subordinadas ao controle da Agenda, na qual as mídias pautam determinados assuntos de forma semelhante, de modo a produzir uma linearidade permitindo que todos estejam em consonância, mas ainda vinculados à ideologia do grupo a que pertence. Assim, as questões em pauta ganham evidência no debate público e a partir de formação de consciências coletivas podem exercer pressão sobre a ação governamental. Para corroborar o exposto, Bernard C. Cohen (*apud* CANELA, 2007, p. 1) afirma que a mídia “*may not be successful much of the time in telling people what to think, but it is stunningly successful in telling its readers what to think about*”¹. Esta proposição se define no fato de a mídia interferir de modo decisivo em relação a escolha dos temas a serem divulgados, bem como na ênfase dada ao assunto, no sentido de provocar e

conduzir intencionalmente o cidadão acerca do que pensar. Ou seja, o *Agenda Setting* (CANELA, 2008) coloca o jornalismo como variável determinante de temas prioritários dos decisores públicos, pois o foco ou não em determinados temas contribui para a escolha da inclusão de tal assunto na agenda pública. Além disso, a frequência com a qual a mídia publica um tema mais vezes em detrimento de outros, pode ser considerada mais uma variável que acabará corroborando na formatação das políticas públicas.

Além da definição da agenda, a mídia, segundo Penteado e Fortunato (2015, p. 134), ainda “opera na construção de esquemas narrativos que permitem interpretar os acontecimentos por meio de enquadramentos (*framing*)”. O enquadramento dado a um tema pode influenciar as várias etapas do processo de construção de significados sobre políticas públicas pelos diferentes atores envolvidos. Importante mencionar que as políticas públicas sociais da qual fazem parte as políticas educacionais, via de regra, não são inseridas nos espaços que a imprensa destina para a chamada *high politics*, ou seja, os cadernos de política e economia. Em suma, os cadernos de política dos jornais tendem a reportar movimentações políticas como articulações entre parlamentares, troca de ministérios, ou até mesmo escândalos de corrupção relegando para segundo plano as pautas realmente relevantes como medidas para a Educação, por exemplo, que é tratada, na maioria das vezes, não como um problema público, que no caso brasileiro o é, mas como tema explorado apenas circunstancialmente.

Considerando o que Secchi (2012) coloca acerca da mídia como um dos atores influenciadores para o desenvolvimento de políticas públicas, neste caso as Educacionais, que é o cerne deste artigo, far-se-ia necessário o envolvimento de agentes de comunicação que estejam a par dos diversos problemas que envolvem a educação. Para tanto, é *sine qua non* que os atores tenham conhecimento das diversas etapas que compõem a construção de significados sobre as *Policies*, entre eles, estatísticas e legislações, por exemplo. Para Canela (2008), o entendimento acerca das diversas fases de uma política pública demanda conhecimentos de diversos níveis, sendo a imprensa um potencial fornecedor de informação contextualizada. Desta maneira, a não contextualização e destaque a fatos menos importantes em detrimento de outros mais relevantes, revela um esquema de manipulação da informação. E quem detém informação, detém também poder. Gonnert (1994) corrobora com esta questão quando aponta que as mídias não apresentam neutralidade alguma

Políticas públicas educacionais na mídia

porque elas não refletem a realidade. Elas a codificam. As mensagens midiáticas não são neutras. Além de informar sobre o mundo, as mídias apresentam maneiras de percebê-lo e de o compreender. Este papel das mídias nos força a revisar a opinião corrente segundo a qual a única função das mídias é informar ou divertir (GONNET, 1994, p. 51).

As reportagens tornam-se, assim, “atalhos informacionais” que, segundo Penteadó e Fortunato (2015), transformam a realidade política dos cidadãos e manipulam, de certa forma, sua opinião. Se os cidadãos fossem mais bem informados, pressões sociais intensas seriam capazes de provocar melhorias. Nesse sentido, “a pressão da opinião pública consegue forçar um modo extraordinário de elaboração de problemas, que favorece a regulação da circulação do poder” (HABERMAS, 1997, p. 89). Só assim, políticas públicas educacionais entrariam realmente na pauta do governo. E se entrassem, a mídia deveria continuar seu papel protagonista como agente fiscalizador de todo o processo.

Estamos diante do que autores como Canela (2008) e Penteadó e Fortunato (2015) chamam de *Accountability* ou responsabilização, em que um ator convoca outro para publicamente prestar contas acerca de suas ações. Trata-se do acompanhamento de todas as etapas de construção das políticas públicas, dentre elas a verificação da implementação, continuidade, idoneidade e eficácia das ações colocadas em prática. O ideal seria que a mídia, de fato, acompanhasse todas as etapas da construção de uma política pública, pois é seu papel, enquanto controladora social, conforme afirma Canela (2008). No entanto, percebe-se na realidade, que a imprensa faz somente a cobertura do lançamento de projetos, mas peca no acompanhamento do processo de implementação e na prestação de contas das ações efetuadas.

Mídia e políticas educacionais

A influência da mídia é percebida em diversos campos da atividade humana, dentre eles a Educação. Sendo assim, de acordo com Azevedo (2006), a diversidade de informação e de opinião nos meios de comunicação de massa deveriam garantir aos cidadãos acesso às principais perspectivas políticas, mas é crítica a articulação entre o sistema de mídia e o sistema político das democracias contemporâneas. Logo, é possível afirmar que é decisiva a interferência da mídia na formação do imaginário social e político sobre a educação. Assim, a imagem que se tem sobre a educação está

condicionada àquilo que é veiculado pelos meios de comunicação, que como já mencionado, não são neutros ou imparciais. Matérias sobre acidentes escolares, escândalos envolvendo professores e alunos, por exemplo, são comumente exploradas em detrimento de apontamentos acerca de problemas públicos educacionais relevantes capazes de gerar políticas públicas eficazes.

É fato que a ação dos meios de comunicação é importante para alavancar e consolidar políticas públicas. De acordo com Mendonça (2005), os anos de 1990, por exemplo, foram intensos em relação ao enfoque midiático na educação, o que gerou propostas políticas e pedagógicas. O autor ainda afirma que neste período houve uma grande atenção da mídia para com a Educação Básica, enfatizando a racionalização e o desempenho quantitativo e qualitativo dos educandos, além de massiva abordagem com relação à melhoria da atuação docente. Por conseguinte, é notável que o Estado foi impulsionado pelos meios de comunicação a tomar providências sobre o problema da educação e o coloca na agenda pública.

A revista *Veja* e as veiculações sobre educação

A revista *Veja* faz parte do Grupo Abril que, de acordo com informações colhidas em seu próprio siteⁱⁱ, é um dos maiores e mais influentes grupos de Comunicação e distribuição da América Latina. Fundada em 1950 por Victor Civita, seus valores estão pautados em excelência, integridade pioneirismo e valorização das pessoas. O grupo atua na divulgação de informação, educação e cultura e contribui para o desenvolvimento do país. Houve um exponencial crescimento da empresa desde sua fundação e o investimento maciço em treinamento e tecnologia foi crucial para atrair profissionais altamente qualificados de todo o Brasil. Nas décadas seguintes surgiram muitas novas publicações de modo a atender a demanda de informação da sociedade do país. Segundo o site, a missão da empresa resume-se em

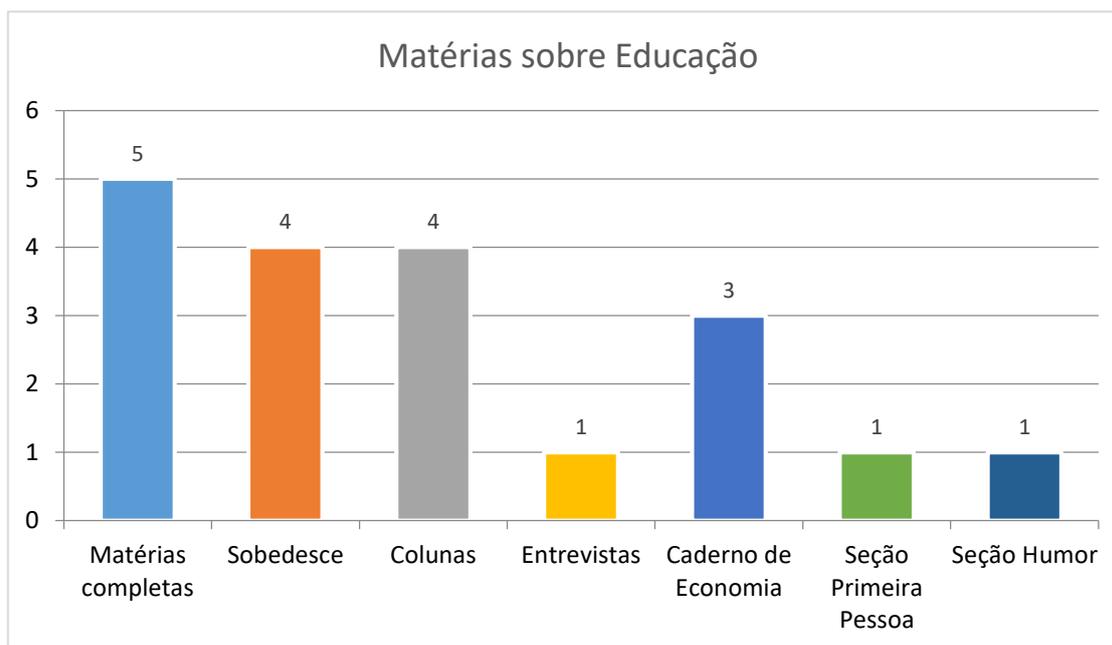
[...] contribuir para a difusão de informação, cultura, e entretenimento para o progresso da Educação, a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento da livre iniciativa e o fortalecimento das instituições democráticas do país.

Ainda no site do grupo Abril, a empresa afirma ser pioneira na difusão de conteúdo e que seu crescimento no mercado editorial elevou os padrões de qualidade das publicações do país, estabelecendo uma cultura jornalística que leva em conta o compromisso com o leitor traduzido na excelência de seu padrão de qualidade. Guiado pelo interesse da opinião pública, prima por pautar os grandes debates da sociedade.

Uma revista é uma publicação impressa, editada periodicamente – semanal ou mensalmente, e faz parte dos meios gráficos, embora possa ter uma versão digital criada exclusivamente para a *internet*. É composta por um conjunto de seções, também conhecidas como editorias que são estabelecidas em função dos assuntos que estão em voga na contemporaneidade. A organização de uma revista, fundamental para orientar a leitura e auxiliar os leitores a encontrar mais facilmente o que desejam, faz parte de sua identidade e é prontamente reconhecida por quem a lê. A revista analisada neste artigo tem, na maior parte de suas edições, as seguintes editorias: Carta ao Leitor, Entrevista, Imagem da Semana, Sobedesce, Sensacionalista, Radar, *Veja* Essa, Brasil, Internacional, Economia, Geral, Cultura.

Para o propósito deste artigo, foram analisadas as Revistas *Veja* do período de agosto a dezembro de 2018, totalizando 22 edições. Dessas 22 edições, apenas um exemplar contava com uma matéria de capa sobre Educação e a tratava como um problema público. Somente um exemplar a enquadrar o tema como um problema público nos causou estranheza, uma vez que o Grupo Abril traz em sua missão *a difusão da informação, cultura, e entretenimento para o progresso da educação* (grifo nosso). Ainda, verificou-se que das 22 edições em questão, 19 traziam dentre seus conteúdos, o tema “educação”. Dessas 19, somente 5 são realmente matérias completas sobre o assunto; 4 apareciam na seção Sobedesce com notas que não ultrapassavam 3 linhas; 3 estavam no caderno de Economia que abordou o tema a partir de itens específicos como a Inteligência Artificial nas escolas, por exemplo; 4 em colunas de autores diferentes que, assim como os cadernos de economia, abordavam o tema a partir de pontos de vista distintos; 1 entrevista na qual a entrevistada discorre sobre a necessidade de mudança no ENEM; 1 na seção Primeira Pessoa na qual a autora, uma doutoranda, diz-se indignada pelo atraso de pagamento das bolsas pelo governo e, por fim, 1 na seção Humor Sensacionalista, localizada na seção de humor da revista que trata sobre o arquivamento da escola sem partido e a inclusão de foice e martelo na lista do material escolar de 2019. Essas informações podem ser observadas no gráfico a seguir.

Gráfico 2 – Publicações sobre educação na revista *Veja* no período de agosto a dezembro de 2018.



Fonte: autoras

As cinco matérias completas sobre educação foram publicadas nos meses de agosto, setembro, outubro e novembro. Vale ressaltar que apenas na edição comemorativa dos 50 anos de existência da Revista *Veja*, publicada no dia 29 de agosto, a educação é tratada como problema público. Nessa edição, foram publicadas diversas matérias na Seção Educação intitulada “Os desafios do ensino no Brasil”, seção essa presente apenas nessa edição especial, feita em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizado Industrial (SENAI). E dedicou 17 páginas que contavam com as seguintes matérias: “O mercado de trabalho para a próxima década” que traça um levantamento do SENAI acerca das 30 novas profissões que surgirão em 8 áreas com a nova revolução da indústria; “O futuro chegou”, uma entrevista com Andreas Schleicher, responsável pelo teste que avalia o ensino no mundo, na qual discorre sobre o atraso da educação brasileira; “Muitas décadas e poucos avanços” em que é tratada a conquista da educação no sentido de colocar quase todas as crianças em sala de aula, porém, com uma enorme defasagem em qualidade; “Uma chance para entrar no jogo” na qual é feita uma análise sobre a má qualidade de ensino atual e a tentativa de acionar o velho e ineficiente modelo pedagógico para participar da corrida global para a excelência; “Muito além dos muros da escola”, matéria que discorre sobre o futuro da educação, abandonando os resquícios do século XIX que persistem em sala de aula e consagrando a ideia de que o aluno pode aprender também fora dela; “A palavra é ‘competência’”

fala sobre os colégios que são referência em educação no país; “O crime para a sala de aula” traz Adalberto Marques, finalista do Prêmio Veja-se na categoria educação e sua proposta de currículo adequado aos adolescentes de um centro de menores infratores.

Na seção nomeada Sobedesce são mencionados rapidamente assuntos que estão em alta ou em baixa no momento no país. Foram localizadas três notas nos meses de agosto, outubro e dezembro. Na edição de 8 de agosto encontra-se na parte “Sobe” uma nota sobre Monitoramento Escolar. Na edição do dia 15 do mesmo mês foi publicada na parte “Desce” uma nota sobre Alfabetização. Em 17 de outubro, na parte “Desce” foi mencionado o assunto Educação à Distância e, por fim, em 19 de dezembro, na parte “Desce”, a nota é sobre Escola sem partido.

No caderno de economia foram publicadas três matérias a saber: em 3 de outubro a matéria “Não parece, mas melhorou” em que aborda o aumento de estudantes brasileiros frequentando o ensino superior; em 17 de outubro foi publicada a matéria “A inteligência artificial agora até ensina” que trata a inteligência artificial para personalizar o ensino dando a cada aluno os estímulos de que necessita, como uma chance de tornar o colégio um lugar mais atraente e, por último, na edição de 31 de outubro encontra-se a matéria “Sem o dever de casa” que, a partir de um estudo feito em 2014 pela McKinsey, define caminhos para que o Brasil chegue ao estágio de países desenvolvidos em 2030, mas que mostra que a estratégia não deu certo e estende a meta a 2036. Neste caso específico, percebe-se que a mídia enaltece a ineficiência de uma política pública.

Nas colunas foram publicados quatro artigos redigidos por diferentes colunistas. Em 12 de setembro, a coluna de Rosely Sayão, psicóloga e consultora educacional, apresenta o tema “Angústia desnecessária: o futuro dos filhos não depende tanto assim da escola”, no qual a autora transfere parte da responsabilização da educação aos pais. Na coluna Mailson da Nóbrega do dia 19 de setembro, intitulada “O fracasso na educação”, o autor sinaliza o futuro medíocre do país devido à baixa qualidade do ensino. Aqui percebe-se também a indicação da educação como um problema público. Cláudio de Moura Castro, economista e especialista em educação, intitula sua coluna “A bomba não é explosiva: a promoção automática na escola é um falso dilema”, publicada em 7 de novembro. O autor trata da aprovação automática como um problema para o aluno, pois é uma medida que não é aplicada de maneira eficaz. No mês de dezembro, dia 5, Claudio de Moura Castro sugere em seu artigo “Palpites para o futuro ministro” algumas diretrizes para evitar erros na educação. Um de seus conselhos é consertar a

educação básica, além de escolher três ou quatro metas. Percebemos nesse artigo indicadores da educação como um problema público, principalmente na educação básica, mas tratado de forma bastante superficial e até hilária. Isso é, a seriedade na qual o problema deveria ser tratado não passa de apontamentos rasos. Convém dizer que as colunas são um gênero textual jornalístico que ressaltam manifestações culturais e estão diretamente ligadas a fatos que podem alterar as decisões sociais, pois estão em constante transformação e se modificam de acordo com cada país e cultura. Logo, a coluna representa a ideologia de quem escreve e do meio de comunicação a qual pertence. Pode ser, portanto, bastante tendenciosa.

Ainda foi encontrada uma entrevista dada por Maria Inês Fini, presidente do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Nacionais Anísio Teixeira (INEP), órgão responsável pela prova do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). Na entrevista intitulada “O ENEM vai mudar”, publicada em 21 de novembro, a doutora em Ciências e ex-professora da faculdade de educação da UNICAMP revela pontos de uma reforma que pretende aliviar a pressão sobre o aluno e rebate os ataques feitos aos exames do ano de 2018. Devemos entender entrevista como outro gênero textual jornalístico no qual há um diálogo entre duas ou mais pessoas com fim determinado. A entrevista feita por um jornalista ou repórter resulta em um artigo que relata as perguntas e respostas tratadas no decurso da mesma. A entrevista pode até ser neutra, expressando tão somente a opinião do entrevistado, porém a escolha deste, pode não ser.

Na seção Primeira Pessoa, um depoimento foi feito por Maria Juliana Passos, 29 anos, em que considera a possibilidade de abandonar o Doutorado em função dos atrasos nos pagamentos das bolsas pelo governo, uma vez que para se dedicar à pesquisa é exigido dos bolsistas regime de dedicação exclusiva. Os doutorandos não podem ter outra fonte de renda e ficam *à mercê* desses pagamentos.

Por fim, encontramos na seção geral duas matérias sobre educação. No dia 5 de novembro foi publicada a matéria intitulada “Devagar, quase parando” em que um levantamento feito pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC) aponta que a maioria dos alunos não sabe o básico e conclui a educação básica sem conhecimento suficiente para dar prosseguimento aos seus estudos com qualidade. Em 14 de novembro, a matéria “A frágil discussão em torno das escolas sem partido: tem tudo para piorar o ensino no Brasil” traz em seu bojo o projeto de lei que tramita no Congresso e ameaça à liberdade de cátedra e propõe censura, patrulhamento, atitudes retrógradas e pensamento estreito.

Considerações finais

Assim, terminam as análises das Revistas *Veja* acerca das publicações sobre educação e como as matérias tratam do assunto.

Apesar das políticas públicas, de uma maneira simplista, serem inicialmente conceituadas como ações que o governo escolhe ou não realizar para resolver problemas públicos, nota-se que, efetivamente, são muito mais complexas na realidade. As influências de variáveis externas e de atores envolvidos no processo são fortes e decisórias, e a mídia é um desses atores no momento em que tem o poder de, além de influenciar sua concepção, seu desenvolvimento e efetivação, ainda pode e deve acompanhar sua aplicação e desenvolvimento.

Uma das relações que inicialmente se estabelece entre mídia e políticas públicas está na definição da *agenda-setting*, que de acordo com Canela (2008), os assuntos escolhidos têm o objetivo de produzir uma certa linearidade e provocar uma consonância entre os meios de comunicação. Nota-se, portanto, que os assuntos escolhidos nem sempre são fiéis ao real interesse público, pois estão vinculados à ideologia (e interesse) de cada grupo de comunicação, especificamente. Logo, o que vai ao debate público e leva a formação de consciências coletivas, a fim de exercer pressão sobre a ação governamental, está também relacionado à ideologia daquele meio que, como apresentado neste artigo não é totalmente neutra.

Percebemos que a educação não tem, da mídia escolhida para análise, a devida atenção no que se refere às notícias relevantes sobre a questão. E, considerando o número elevado de publicações da revista, são poucas as matérias ou reportagens que a indicam como um problema público latente e notório.

Sendo assim, com a análise das notícias veiculadas nas edições da Revista *Veja*, no período entre agosto a dezembro de 2018, pôde-se observar que a mídia pesquisada não trata do tema com a seriedade merecida, seriedade esta que se dispõe em sua missão. Logo, neste caso específico, não há como afirmar que a Revista *Veja* inclui, com a devida responsabilidade, o tema Educação na configuração de sua pauta.

Referências

- ALTHUSSER, L. **Aparelhos ideológicos do Estado**. 2.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- AZEVEDO, F. A. Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. **Opin. Publica**, Campinas, v. 12, n. 1, p. 88-113, May 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762006000100004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 30 mai 2019.
- BRASIL. Presidência da República. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2016.
- CANELA, Guilherme. Mídia e Políticas Públicas de Comunicação: uma análise empírica da imprensa brasileira. In: **Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos**. 2007.
- CANELA, G. **Políticas públicas sociais e os desafios para o jornalismo**. São Paulo: ANDI/Cortez, 2008.
- CASTELLS, M. **O poder da comunicação**. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2015.
- GONNET, J. **Educação e mídias**. São Paulo: Loyola, 1994.
- GUARESCHI, P. A. BIZ, Osvaldo. **Mídia e democracia**. 5.ed. Porto Alegre: Evangraf, 2009.
- HABERMAS, J. **Direito e democracia**: entre a facticidade e a validade. V. 2. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro: 1997.
- HOHENBERG, J. **O jornalista profissional**: guia às práticas e aos princípios dos meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Interamericana, 1981.
- MENDONÇA, R. A mídia e a transformação da realidade. **Comunicação & Política**. v.24, n. 2, p. 7-37, 2005. Disponível em: file:///C:/Users/Amanda/Downloads/Midia_e_transformacao_da_realidade.pdf. Acesso em 14 mai 2019.
- PENTEADO, C. C.; FORTUNATO, I. Mídia e políticas públicas: possíveis campos exploratórios. **Rev. bras. Ci. Soc.**, São Paulo, v. 30, n. 87, p. 129-141, Feb 2015. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092015000100129&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 09 mai 2019.
- SOUZA, C. Políticas públicas: uma revisão de literatura. **Sociologias**. Porto Alegre, ano 8, n. 16, jul/dez 2006, p. 20-45.
- WALTY, I. C. et al. **Palavra e imagem**: leituras cruzadas. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

ⁱ Na maior parte do tempo pode-se não ter sucesso em dizer às pessoas *o que pensar*, mas é incrivelmente bem-sucedido em dizer aos seus leitores *sobre o que pensar*. (nossa tradução)

ⁱⁱ Disponível em <<https://grupoabril.com.br/>> acesso em 30 de maio de 2019.