

Análise de Telejornalismo

Desafios Teórico-Metodológicos

Organizadora

Itania Maria Mota Gomes



ANÁLISE DE TELEJORNALISMO
desafios teórico-metodológicos

UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

REITORA

Dora Leal Rosa

Vice-REITOR

Luíz Rogério Bastos Leal



EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

DIRETORA

Flávia Goulart Mota Garcia Rosa

CONSELHO EDITORIAL

Alberto Brum Novaes

Angelo Szaniecki Perret Serpa

Caiuby Alves da Costa

Charbel Ninõ El-Hani

Cleise Furtado Mendes

Dante Eustachio Lucchesi Ramacciotti

Evelina de Carvalho Sá Hoisel

José Teixeira Cavalcante Filho

Maria Vidal de Negreiros Camargo



ANÁLISE DE TELEJORNALISMO

desafios teórico-metodológicos

Itania Maria Mota Gomes

ORGANIZADORA

SALVADOR - EDUFBA - 2012

2012, autores.

Direitos para esta edição cedidos à Editora da Universidade Federal da Bahia.

Feito o depósito legal.

Grafia atualizada conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990, em vigor no Brasil desde 2009.

CAPA

Felipe Victor

Ailson Rolemberg

PROJETO GRÁFICO, EDITORAÇÃO E ARTE-FINAL DA CAPA

Lúcia Valeska Sokolowicz

REVISÃO E NORMALIZAÇÃO

Eduardo Ross

Sistema de Bibliotecas - UFBA

Análise de telejornalismo : desafios teórico-metodológicos / Itania Maria Mota Gomes, Organizadora, [apresentação], Itania Maria Mota Gomes. - Salvador : EDUFBA, 2012. 413 p.

Artigos apresentados no Seminário Internacional Análise do Telejornalismo : desafios teórico-metodológicos realizado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA nos dias 23 a 26 de agosto de 2011. ISBN 978-85-232-1038-0

1. Telejornalismo.
 2. Telejornalismo - História.
 3. Análise do discurso narrativo.
 4. Jornalismo.
 5. Cultura.
 6. Sociedade.
- I. Gomes, Itania Maria Mota.

CDD - 070.195

Editora filiada à:



EDITORA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

Rua Barão de Jeremoabo s/n – Campus de Ondina

40.170-115 Salvador – Bahia – Brasil

Telefax: 0055 (71) 3283-6164

edufba@ufba.br – www.edufba.ufba.br

Sumário

Apresentação 9

ANÁLISE CULTURAL DE TELEJORNALISMO

Jornalismo e estudos culturais: uma perspectiva cultural 25

Ana Carolina D. Escosteguy

**Estabilidade em fluxo: uma análise cultural do
Jornal Nacional, da Rede Globo 39**

Itania Maria Mota Gomes

**De Chico à Banda Mais Bonita da Cidade: crítica musical
e agendamento no telejornalismo em tempos de internet 59**

Jeder Janotti Jr.

**A tirania da positividade:
formas e normas da vida feliz no *Globo Repórter* 75**

João Freire Filho

**Estudos culturais aplicados a pesquisas
em telejornalismo: paradigmas investigativo e
metodológico no *Jornal do Almoço* 97**

Ana Luiza Coiro Moraes

TELEJORNALISMO E HISTÓRIA: TEMPORALIDADES, CULTURA E SOCIEDADE

**Do texto ao discurso: as normas sem história
dos manuais de telejornalismo 117**

Bruno Souza Leal

***Globo-Shell Especial e Globo Repórter: o documentário
entre a efemeridade e a tomada de posição*** 143

Andréa França

**Marcas do passado tecendo o presente: a formação
histórica dos programas de entrevistas no Brasil** 167

Fernanda Mauricio da Silva

**O jornalismo de televisão e suas mutações:
anos 1980-1990 na França** 187

Evelyne Cohen

**Desafios para uma análise histórica
do telejornalismo no Brasil** 209

Ana Paula Goulart e Igor Sacramento

LINGUAGEM E TELEJORNALISMO

**Os limites da reflexividade nos discursos
jornalísticos na televisão** 233

Marie-France Chambat-Houillon

**Tramas discursivas: apontamentos para a análise
dos efeitos de sentido no telejornalismo brasileiro** 259

Kleber Mendonça

Reflexão teórico-metodológica em torno do telejornal 285

Maria Lília Dias de Castro

**A WEB 2.0 como ambiente de recepção jornalística:
os sentidos produzidos pelos leitores
em comentários de sites, blogs e redes sociais** 303

Sean Hagen

JORNALISMO, SOCIEDADE E SUBJETIVIDADES

Tevê, Jornalismo e Acontecimento 329

Vera V. França

**Em nome do interesse público: o jornalismo
de máscara e o uso de ações ilícitas no telejornalismo 349**

Edson Dalmonte

**Narrativas da mediação entre telejornais e seus públicos:
os jornalistas como personagens 369**

Iluska Coutinho e Jhonatan Mata

Analisando o documentário televisivo 393

José Francisco Serafim

Sobre os autores 407

Apresentação

O Seminário Internacional Análise do Telejornalismo: desafios teórico-metodológicos foi realizado entre os dias 23 e 26 de agosto de 2011 pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, através do Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo (GPAT). O objetivo do evento foi comemorar o aniversário de dez anos do GPAT através da interlocução entre pesquisadores das áreas de televisão e jornalismo do país e do exterior, com ênfase na pluralidade dos aspectos conceituais e procedimentos metodológicos que permitam o avanço do campo da comunicação, em especial, a pesquisa sobre o telejornalismo. O evento foi constituído por atividades tais como painéis temáticos, com participação de conferencistas nacionais e estrangeiros convidados, grupos de trabalho com chamada aberta à comunidade científica e lançamento de livros. Este livro reúne os artigos apresentados pelos conferencistas convidados e reproduz, em boa medida, sua estrutura de organização.

Na primeira seção, **Análise Cultural de Telejornalismo**, discute-se especialmente o papel dos estudos culturais para a análise das transformações efetuadas no telejornalismo em função da relação com a cultura. No texto de abertura, **Jornalismo e estudos culturais: uma perspectiva cultural**, Ana Carolina Escosteguy apresenta quatro balizas que visam delimitar a constituição de uma perspectiva cultural do jornalismo que resguarde a indicação de conservar tanto o *projeto*, ou seja, premissas de caráter mais teórico, quanto a *formação*, isto

é, as variações contextuais onde se pratica tanto os estudos culturais quanto uma determinada forma de jornalismo. Essas balizas – a) jornalismo como forma cultural; b) jornalismo como comunicação; c) jornalismo como instituição; d) jornalismo como prática contextual e situada – são avaliadas em articulação com uma análise do programa *Brasileiros*, exibido pela Rede Globo no período entre junho e setembro/2010.

Em **Estabilidade em fluxo: uma análise cultural do *Jornal Nacional*, da Rede Globo**, Itania Maria Mota Gomes apresenta o conceito de gênero televisivo pensado como uma categoria cultural e considera o *Jornal Nacional* como uma atualização do subgênero *telejornal*. Considerando o *JN* em dois momentos distintos de sua história, a autora busca compreender como o programa se construiu, no Brasil, como referência de telejornalismo e mostra que ele se constitui como ‘estabilidade em fluxo’, ou seja, representa aquilo que no Brasil esperamos que seja ou deva ser um telejornal, fazendo com que características que são do *JN* acabem por se confundir com marcas do *subgênero telejornal*, ao mesmo tempo em que é um produto da cultura e, como tal, contingente e transitório, um produto que se transforma ao longo do tempo e assume novos e diferentes sentidos em distintos momentos históricos brasileiros. A análise do *JN* a partir do conceito de gênero televisivo evidencia como a análise de televisão pode articular as relações entre comunicação, cultura, política e sociedade.

Em **De Chico à Banda Mais Bonita da Cidade: crítica musical e agendamento no telejornalismo em tempos de internet**, Jeder Janotti Jr. avalia a permanência do valor da crítica musical reconfigurada por processos de midiaticização e de agendamento dos produtos musicais, destacando o importante papel que a crítica televisiva desempenha em relação às discussões sobre valores estéticos, sociais, econômicos e tecnológicas da produção musical atual. Analisando como o sucesso viral do clipe “Oração” dos paranaenses da Banda Mais Bonita da Cidade no YouTube levou-os até o *Fantástico*, da Rede Globo de

Televisão e como, por outra trilha, o lançamento do disco *Chico*, de Chico Buarque, foi abordado pelo programa *Estudio i* da Globonews, Janotti mostra como o processo de midiaticização do consumo musical possui traços de continuidade – e, nesse caso, mantém-se a importância do jornalismo cultural – ao mesmo tempo em que se transforma com novos formatos de escuta e circulação da música: “o que antes era um fenômeno de nicho como sucesso na internet acaba virando valor para o agendamento dos produtos musicais em práticas de comunicação já estabelecidas. Por outro lado, antigos modelos de consumo da música, como a venda física de discos, permanecem como práticas que tem agregado novas formas de circulação da música a exercícios críticos aprofundados”.

Em **A tirania da positividade: formas e normas da vida feliz no *Globo Repórter***, João Freire Filho analisa as implicações subjetivas e sociais da conexão jornalística entre *felicidade* e *positividade*, dos investimentos em versões particulares da vida feliz, em detrimento de outros itinerários possíveis, tomando como objeto de análise uma edição do *Globo Repórter*, veiculada em 15 de novembro de 2002 e intitulada “Felicidade”. Os roteiros de busca da felicidade construídos pelo *Globo Repórter* demonstram, para o autor, como a aspiração a “ser feliz” está atrelada “a processos de normalização de desejos, regulação de comportamentos e estigmatização de afetos ou estados de ânimos cruciais tanto para o amadurecimento subjetivo quanto para a justiça social, como a tristeza e a indignação”.

A partir da análise do quadro “Seja repórter por um dia no JA!”, veiculado no telejornal *Jornal do Almoço*, da RBS TV, que instiga o telespectador a participar do programa enviando mensagens pela internet sobre questões e demandas de suas comunidades, o artigo **Estudos culturais aplicados a pesquisas em telejornalismo: paradigmas investigativo e metodológico no Jornal do Almoço**, de Ana Luiza Coiro Moraes, analisa o protagonismo de sujeitos comuns nos espaços midiáticos, propondo, do ponto de vista teórico, um paradig-

ma investigativo articulado ao conceito de *estrutura de sentimento*, de Raymond Williams, e operando metodologicamente com a noção de *materialismo cultural*, do mesmo autor. Trata-se da proposição de um modelo de análise cultural aplicado às singularidades discursivas do telejornal, que se move entre os critérios de noticiabilidade dos fatos jornalísticos e os registros de notabilidade dos sujeitos.

Na segunda seção do livro, **Telejornalismo e História: temporalidades, cultura e sociedade** os autores investigam o lugar que a história ocupa nas pesquisas de telejornalismo e como os valores e características do telejornalismo resultam de um processo histórico. Bruno Souza Leal analisa consagrados manuais de telejornalismo no Brasil e argumenta que há um apagamento da história pelo discurso dos manuais de telejornalismo. **Do texto ao discurso: as normas sem história dos manuais de telejornalismo** evidencia que, nesses manuais, a historicidade das convenções narrativas é desconsiderada quando os modos de narrar são configurados à luz de regras e normas que surgem como a-históricas, como vinculadas a uma espécie de essência técnica jornalística. Tomando em consideração a vinculação entre narrativa e história tal como aparece na obra de Paul Ricoeur, e os manuais eles mesmos como uma espécie de narrativa acerca do telejornalismo, Bruno Leal mostra como eles congelam o fazer telejornalístico no presente: o tom normativo das obras reitera um olhar evolutivo em direção à técnica atual, em que outras estratégias de narrar e compor os textos podem ser deixadas de lado porque ou eram equivocadas ou estão incorporadas nas regras e procedimentos atuais, que constituem o modo correto de se fazer bom telejornalismo. A caracterização da TV como tecnologia e do fazer jornalístico como técnica, nos manuais, contribui para o apagamento da história e configura um discurso que legitima um modo de ser do jornalismo, transformado em padrão essencial e a-histórico.

Em **Globo-Shell Especial e Globo Repórter: o documentário entre a efemeridade e a tomada de posição**, Andréa França analisa os

documentários dos programas *Globo Shell Especial* (1971-1973) e seu substituto, *Globo Repórter*, durante a década de 1970, e mostra como o casamento do documentário com a televisão brasileira seguiu uma tradição que concebia a produção documentária, dentro da TV, como um empreendimento de educação pública, capaz de enunciar asserções sobre o mundo através de procedimentos expressivos e artísticos, e que a Rede Globo e a Shell buscaram atualizar um ideário de ética educativa do filme e associaram a ele os valores da época, do consumo e dos padrões pequeno-burgueses.

O texto **Marcas do passado tecendo o presente: a formação histórica dos programas de entrevistas no Brasil**, de Fernanda Mauricio da Silva, rejeita as narrativas hegemônicas sobre os programas de entrevistas, que em geral priorizam a regularidade e a fixação de certas características, como a contestação, o interesse público, a participação e a aproximação com a política, como seu fio condutor, o que denota uma relação transparente entre democracia, liberdade de expressão e programa de entrevista, como se fossem derivados naturais um do outro. A autora reconstitui o momento histórico em que o modelo dominante de programas de entrevistas foi formado, o final dos anos 1970, a partir das disputas entre *entrevistas contestadoras* x *entrevistas reverentes e amenas*, provocadas pela reedição do programa *Pinga Fogo* pela TV Tupi. Essas disputas pela definição do que é um programa de entrevistas autêntico segundo os princípios do jornalismo foram motivadas, sobretudo, pela necessidade do campo jornalístico em se legitimar no espaço televisivo, visto como local prioritário do entretenimento.

No cenário francês que é objeto do texto **O jornalismo de televisão e suas mutações: anos 1980-1990 na França**, por sua vez, as décadas de 1980 e 1990 são caracterizadas pelo fim do monopólio do serviço público de televisão na França, o que implica, em particular, o processo de privatização do primeiro canal de televisão, a TF1, o canal histórico, mas também uma profunda transformação das formas

de jornalismo televisivo. Evelyne Cohen analisa estes desenvolvimentos através de uma abordagem de história cultural, num movimento metodológico duplo, marcado tanto pela análise do contexto político, social, cultural em que se exerce o jornalismo quanto pelo estudo do jornalismo em si, de seus atores, os jornalistas, de sua produção escrita, visual e oral. A autora mostra como a glamorização do jornalismo, com o estrelismo dos apresentadores e a ampliação do lugar da mulher na apresentação dos principais telejornais, o desenvolvimento da informação-espetáculo e as transformações no estilo dos telejornais estão fortemente vinculados ao contexto histórico do país.

Um panorama geral dos estudos históricos sobre o telejornalismo brasileiro fecha esta seção do livro, com o artigo **Desafios para uma análise histórica do telejornalismo no Brasil**, de Ana Paula Goulart Ribeiro e Igor Sacramento. Nele os autores fazem um balanço das principais dificuldades a serem enfrentados tanto em termos de teoria, quanto de metodologia de pesquisa quando se trata da análise histórica do telejornalismo e entendem que ela deve buscar uma compreensão dos *laços indissolúveis* entre as dimensões internas (os aspectos empresariais, técnicos, estéticos, discursivos e profissionais, bem como as rotinas de produção e as estratégias de programação) e as dimensões externas (as pressões institucionais, o ambiente regulatório, a política nacional, a transformação econômica, as mudanças tecnológicas, as lógicas de recepção) do fazer televisivo.

Na terceira seção do livro **Linguagem e Telejornalismo**, os autores avaliam diversas facetas dos processos de produção de sentido do telejornalismo, tanto da perspectiva das contribuições da semiótica quanto da análise do discurso. Marie-France Chambat-Houillon argumenta que o mundo real constitui o interpretante último da prática televisiva, marcando genérica e ontologicamente sua programação. Em **Os limites da reflexividade nos discursos jornalísticos na televisão** a autora avalia que, além dos modelos interpretativos instalados pelos diferentes programas (informação, ficção ou entretenimento), é

necessário considerar uma espécie de meta-interpretante global que seria especificamente televisivo, que faz convergir a diversidade genérica da programação para um horizonte interpretativo que é o real, o mundo. O regime de transmissão ao vivo, fundado da atividade discursiva da televisão de modo geral, estabeleceria as condições da mediação da realidade. A mobilização de um modelo interpretativo referencial para o conjunto dos programas televisivos constrói o que a autora chama de *paradigma midiático da televisão*, em que os produtos são recebidos como intermediários entre o público e o mundo real. Para o telespectador, a realidade não seria recebida como resultado de uma representação, mas se apresentaria restituída de maneira fiel e autêntica, valorizando assim uma concepção da televisão como “uma janela aberta para o mundo”. No entanto, e ao contrário do que defende a ideologia da objetividade jornalística, ao analisar uma reportagem transmitida no dia 25 de agosto de 2010 em um telejornal da France 2, a autora mostra que a transparência do discurso televisivo não é uma condição necessária para relatar informações de eventos reais e que, por vezes, sua compreensão requer lidar com a reflexividade da reportagem de televisão.

A necessidade de levar em conta a multiplicidade de aspectos que compõem as estratégias enunciativas, políticas e interacionais do discurso telejornalístico motiva o artigo **Tramas discursivas: apontamentos para a análise dos efeitos de sentido no telejornalismo brasileiro**. Nele Kleber Mendonça propõe que mapear os diferentes modos de funcionamento dos elementos que constroem a *trama discursiva* talvez possa ser um ponto de partida. O autor constrói Planos de Análise que permitam aos analistas perceber os aspectos constituintes das produções dos discursos telejornalísticos, quais sejam: da *(pré) Produção*; da *Recepção*; das *Interações Discursivas*; da *Trama Discursiva*; dos *Efeitos de Sentidos* e da *Autoridade Discursiva*. Em sua intensão de elaborar uma cartografia discursiva da violência no telejornalismo fluminense, Mendonça analisa o programa *RJTV*, da Rede Globo,

buscando perceber em que medida, e de que formas, a instância telejornalística será acionada “discursivamente” para participar, de modo ativo, dos projetos de intervenções e de reurbanização em curso na cidade do Rio de Janeiro.

Maria Lília Dias de Castro examina as estratégias comunicativas e discursivas mais frequentemente empregadas pelos telejornais e avalia as tendências atuais do gênero factual em televisão, em **Reflexão teórico-metodológica em torno do telejornal**. Para a autora, essas estratégias são marcadas pelo investimento das empresas de televisão no subgênero telejornal; pela ênfase em ações de natureza mercadológica; pela construção temática; pela configuração actorial (jogo de atores); pela figurativização (apelo aos dispositivos); e pela tonalização. A autora identifica que, no caso específico dos telejornais, a análise dessas estratégias comunicativas evidencia (1) a identificação da emissora e/ou de seus produtos: nível em que o objeto da produção televisual busca passar de nome comum a nome próprio, visibilizando-se como marca; (2) a conferência de atributos à emissora e/ou a seus produtos: nível responsável pela explicitação dos traços distintivos, das peculiaridades de seus fazeres, da competência de sua ação; (3) a celebração da emissora e/ou de seus produtos: nível responsável pela auto exaltação do nome e de seus atributos, buscando uma unanimidade de reconhecimento; e (4) a apropriação da emissora e/ou de seus produtos por parte dos telespectadores: nível do consumo dos produtos televisuais.

A WEB 2.0 como ambiente de recepção jornalística: os sentidos produzidos pelos leitores em comentários de sites, blogs e redes sociais propõe que a *web 2.0* é um ambiente propício para a aplicação de pesquisas de recepção. Para Sean Hagen, a aplicação da Análise de Discurso em opiniões e depoimentos sobre jornalismo em sites e blogs de notícias, bem como nas redes sociais, traz novas possibilidades para a pesquisa em comunicação. A quantidade de material disponível permite uma gama de abordagens rica e variada, ao tempo em que,

definido o recorte, o corpus pode ser facilmente acessado, pois requer apenas a dedicação do pesquisador para resgatar os dados e sistematizar as informações. Mas a mais instigante possibilidade para a pesquisa em recepção ainda seria a maneira do pesquisador interagir com o público, sempre de forma não invasiva.

Na quarta e última seção do livro, a relação entre **Jornalismo, sociedade e subjetividades** marcou a preocupação dos autores. Considerando que a tese do auto-centramento da televisão, desenvolvida por alguns autores, se traduz, no que toca ao telejornalismo, em concepções que reduzem os acontecimentos do mundo a acontecimentos produzidos pelo discurso televisivo e que tratam este discurso como um discurso sem referente, ou autorreferencial, Vera França propõe que o telejornalismo seja abordado a partir do conceito de acontecimento, apresentado não como narrativização do fato ou como efeitos do discurso, mas tal como aparece na obra de Louis Quéré, como ocorrências que incidem na experiência de indivíduos e grupos e que ganham força na medida de sua afetação, de sua incidência no terreno da experiência: “o acontecimento o é porque acontece a alguém, para alguém. Trata-se, portanto, de um fenômeno relacional”. Em **Tevê, Jornalismo e Acontecimento** a autora sugere que o acontecimento, em seu potencial hermenêutico, pode se constituir num interessante operador analítico e que considerar essa concepção de acontecimento implicaria que a análise do jornalismo televisivo buscará a relação entre o acontecimento existencial e o acontecimento simbólico. A onipresença da televisão a inscreve na vida cotidiana, no comum e ordinário partilhado por todos, o que é antes sua potência: sua inscrição concomitante no mesmo terreno onde a vida acontece.

Em nome do interesse público: o jornalismo de máscara e o uso de ações ilícitas no telejornalismo aborda o jogo das intencionalidades da instância de produção que entram em cena na organização dos produtos telejornalísticos, para discutir as ações da imprensa investigativa com base nos chamados “atos ilícitos”, tais como o uso de

câmeras escondidas. Edson Dalmonete propõe que, em detrimento de uma visão utilitarista, a proposição e observação de uma orientação deontológica pode contribuir para o desenvolvimento de uma prática jornalística verdadeiramente comprometida com o interesse público, ou seja, assuntos relativos à cidadania e questões de Estado, nos moldes de uma sociedade democrática. Para o autor, a adoção de padrões deontológicos poderia colocar o telejornalismo num cenário de compartilhamento de responsabilidades, pois além da perspectiva das leis oferecida pelo Estado, o próprio campo jornalístico, por meio de suas organizações, deve contribuir para com o gerenciamento da ação de seus profissionais.

Iluska Coutinho e Jhonatan Mata consideram a atuação dos jornalistas como personagens cada vez mais presentes nas tramas exibidas, seja da tela da TV ou nos espaços multimidiáticos, o que parece indicar uma tendência de tensionamento de características antes tomadas como pressupostos nos produtos jornalísticos, como a oferta de um relato objetivo. Por meio da utilização da dramaturgia do telejornalismo como conceito e modelo de análise, os autores propõem compreender o papel dos jornalistas como mediadores da relação entre as emissoras e seus públicos e acreditam que, seja em busca de legitimidade ou reconhecimento de seu trabalho, os repórteres televisivos estariam cada vez mais presentes na estruturação do jornalismo televisivo em torno de problemas, ações e disputas, em uma aparente busca por enunciar relações de identidade e proximidade com o público. **Narrativas da mediação entre telejornais e seus públicos: os jornalistas como personagens** aborda a questão da humanização dos relatos ancorada nas “representações de jornalistas” ofertadas pelos telejornais nacionais e locais, tomando como objetos empíricos de análise tanto os quadros Medida Certa, Planeta Extremo e Expedição Xingu, apresentados no Fantástico, da Rede Globo, quanto a personificação da equipe do Jornal da TV Alterosa, de Juiz de Fora.

Em **Analisando o documentário televisivo**, José Francisco Serafim avalia as condições de possibilidade de análise dos produtos do real, e mais particularmente do gênero documentário na TV, considerando propostas metodológicas de autores tais como Francesco Casetti e Federico di Chio, François Jost, Arlindo Machado e Itania Gomes. Para o autor, é difícil abordar a mídia televisiva e seus produtos de forma genérica, pois estaremos sempre falando de um tipo de televisão, de um determinado país, ou mesmo de uma região específica que tem particularidades que merecem ser consideradas para que a análise possa ser a mais completa e densa possível.

O Seminário Internacional Análise de Telejornalismo: desafios teórico-metodológicos recebeu apoio financeiro do PósCom/UFBA, do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), através do Auxílio à Promoção de Eventos Científicos, Tecnológicos e/ou de Inovação (ARC), e da taxa de bancada vinculada à Bolsa de Produtividade em Pesquisa, e da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior/CAPES, através do Programa de Apoio a Eventos no País (PAEP).

Todas as conferências foram transmitidas *on-line*¹ através do CPD da UFBA, a partir dos sites do Seminário² e do Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo.³ A transmissão online teve, em média, 248 acessos diários, durante as atividades principais do evento. O site do evento⁴ teve 6 mil e 900 acessos no ano de 2011, 2873 apenas no mês de realização do seminário, agosto de 2011. O dia com maior tráfego no site foi o primeiro dia do Seminário, com 465 acessos. O site foi acessado em vários países estrangeiros, como Portugal, Angola, França, Espanha, Alemanha, Moçambique, Estados Unidos, Países Baixos e Cabo Verde. Além dos artigos aqui publicados, o Seminário selecionou 34 textos para apresentação em seus Grupos de Trabalho. Os textos completos estão disponíveis em acesso aberto.⁵

Durante o Seminário, pesquisadores de televisão e telejornalismo se depararam com um desafio recorrente: a ausência de fontes de

consulta acerca do audiovisual brasileiro, especialmente televisual, o que vem dificultando constantemente seu trabalho e a produção de conhecimento na área. Ao contrário de outros países, como a França, em que há uma política específica para a memória do audiovisual, no Brasil, pesquisadores, estudantes e interessados têm que recorrer a bases de dados limitadas, quando não amadoras, constituídas através do engajamento pessoal deste ou daquele interessado. Com isso, por um lado, a história das mídias e produtos audiovisuais brasileiros, em suas diversas dimensões, ainda é cheia de lacunas, falhas, espaços vazios; por outro lado, a historicidade das formas audiovisuais brasileiras, fundamental para a compreensão do nosso tempo, não consegue ser vislumbrada ou apreendida para além de alguns rastros e articulações. Diante desse quadro, este conjunto de pesquisadores, oriundos de diferentes Universidades, produziu um manifesto ressaltando a importância do debate acerca da construção de uma política pública que ofereça condições para a preservação do patrimônio audiovisual brasileiro e do acesso a ele. O objetivo é que os desafios legais, econômicos e institucionais que envolvem esses arquivos e seus modos de consulta sejam esclarecidos e delineados. O manifesto é reproduzido ao final desta apresentação.

O Seminário e o livro que dele resulta seriam impossíveis sem o apoio incondicional que recebo, sempre, dos pesquisadores vinculados ao Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo. A eles, o meu mais sincero agradecimento.

Itania Maria Mota Gomes

ORGANIZADORA

Acesso à produção audiovisual e televisiva brasileira

De 23 a 26 de agosto, reunidos na UFBA, pesquisadores de televisão e telejornalismo se depararam com um desafio recorrente: a ausência de fontes de consulta acerca do audiovisual brasileiro, especialmente televisual, o que vem dificultando constantemente seu trabalho e a produção de conhecimento na área. Ao contrário de outros países, como a França, em que há uma política específica para a memória do audiovisual, no Brasil, pesquisadores, estudantes e interessados têm que recorrer a bases de dados limitadas, quando não amadoras, constituídas através do engajamento pessoal deste ou daquele interessado. Com isso, por um lado, a história das mídias e produtos audiovisuais brasileiros, em suas diversas dimensões, ainda é cheia de lacunas, falhas, espaços vazios; por outro lado, a historicidade das formas audiovisuais brasileiras, fundamental para a compreensão do nosso tempo, não consegue ser vislumbrada ou apreendida para além de alguns rastros e articulações.

Todos sabemos da importância que o audiovisual tem na cultura brasileira, em suas variadas formas, como a ficcional, a jornalística, a publicitária etc. Sabemos também como essa produção audiovisual se desenvolveu em relação íntima com as transformações histórico-sociais, político-institucionais, com os movimentos estéticos e tecnológicos. No entanto, na ausência de bancos de dados consistentes, a reflexão sobre essa produção é condenada a uma percepção limitada, quando não a um olhar estrábico, em que é vista a partir do que acontece em outros países que oferecem melhores condições para a apreensão do audiovisual em perspectiva histórica.

Diante desse quadro, este conjunto de pesquisadores, oriundos de diferentes Universidades, manifestam a importância do debate acerca da construção de uma política pública que ofereça condições para a preservação do patrimônio audiovisual brasileiro e do acesso a ele. Esse debate é vital para que desafios legais, econômicos e institucio-

nais que envolvem esses arquivos e seus modos de consulta sejam esclarecidos e delineados. A dificuldade de enfrentar esses desafios não pode ser justificativa para a ausência de uma política pública brasileira consistente.

Maior que a dificuldade nos modos de enfrentamento desses desafios é a enorme lacuna que a ausência dessa política pública, e do debate a ela vinculado, promove. Afinal, estão em questão a memória do país, o respeito à sua diversidade cultural, o conhecimento acerca de si e daqueles que fazem a sua história. Está em questão, portanto, a constituição de uma base sólida para a construção do futuro.

NOTAS

¹ <<http://aovivo.ufba.br/telejornalismo>>

² <<http://analisedetelejornalismo.wordpress.com/>>

³ <<http://telejornalismo.org/2011/07/21/programacao-geral-do-seminario-internacional-analise-de-telejornalismodesafios-teorico-metodologicos>>

⁴ <<http://analisedetelejornalismo.wordpress.com/>>

⁵ <<http://analisedetelejornalismo.wordpress.com/artigos-finais/>>

ANÁLISE CULTURAL DE TELEJORNALISMO

Jornalismo e estudos culturais: uma perspectiva cultural

Ana Carolina D. Escosteguy

A análise cultural do jornalismo ainda é pouco desenvolvida no nosso contexto acadêmico. Entre nós, nos estudos do jornalismo, predomina uma abordagem essencialista que enfatiza, sobretudo, sua apreensão como prática profissional. A crítica de Silva (2009, p. 209) corrobora a avaliação sobre a vigência de um olhar técnico-profissional, onde “a prática profissional engole a forma simbólica do fenômeno”. Destaca-se a reflexão de caráter metodológico de Itania Maria Mota Gomes (2007, 2011) e as análises desenvolvidas no âmbito do Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo, liderado pela mesma pesquisadora, como os principais esforços no nosso meio na demarcação de uma abordagem cultural. As análises da formação e da modernização do jornalismo brasileiro, realizadas por Albuquerque (por exemplo, 2010), também configuram estímulos nesse mesmo rumo. Portanto, parte-se da premissa que é indispensável indicar e reafirmar balizas que delimitam a constituição de uma perspectiva cultural do jornalismo se a pretensão for apreendê-lo como um fenômeno histórico, extrapolando a visão compartimentada dos processos e dos produtos resultantes da rotina jornalística. Trata-se de pensar a prática jornalística de modo integrado, abarcando tanto o âmbito da produção quanto o da recepção, o que, por sua vez, implica na incorporação, na medida do possível, dos sujeitos que aí atuam. É essa a direção que aqui se ambiciona.

Com esse objetivo, e dado à pretensão de demarcar uma perspectiva cultural associada aos Estudos Culturais, em primeiro lugar, reafirma-se que estes últimos se configuram fundamentalmente como uma prática contextual e situada. A importância em reter essa ideia se vincula à reflexão de Raymond Williams (2002, p. 188) que, ao pensar sobre o futuro dos Estudos Culturais, declarou imprescindível entender tanto o projeto intelectual quanto sua formação. Ele foi enfático em destacar que “Creio que esta foi a invenção teórica crucial levada a cabo: a negativa em dar prioridade ao projeto ou à formação, ainda, em termos mais antigos, à arte ou à sociedade.” Sugeriu, também, que “temos que observar a partir de qual formação se desenvolveu o projeto de Estudos Culturais e, depois, as mudanças de formação que produziram definições diferentes deles.” (WILLIAMS, 2002, p. 188)

Seguindo essa indicação crucial, toma-se como ponto de partida as principais marcas constitutivas dos Estudos Culturais, considerando tanto seu *projeto* quanto sua *formação*, o que, por sua vez, viabiliza a constituição de uma perspectiva cultural de investigação do jornalismo. Nessa abordagem se almeja detectar valores e normas que regem uma prática jornalística que está sujeita a variações que decorrem de um determinado contexto sociocultural, político e econômico, das possibilidades tecnológicas vigentes, de seu reconhecimento social, bem como das expectativas das audiências de uma determinada época, localizadas num espaço particular. (GOMES, 2011a; SILVA, 2011) Por essa razão, destacar a dimensão cultural do jornalismo está fortemente vinculado a uma ênfase no aspecto contextual, isto é, a prática jornalística, seus valores e produtos estão imprescindivelmente articulados a um determinado contexto – social, político, econômico e ideológico. Consequentemente, explorar essa via teórico-metodológica faz com que o estudo do jornalismo se relacione com concepções sobre a sociedade, suas instituições e as relações de poder vigentes.

Antes de avançar na indicação de algumas balizas dessa via, registra-se que a reflexão mais teórica é incipiente e, neste estágio, deve ser tomada apenas como um roteiro de questões a serem discutidas e que demandam obrigatoriamente uma elaboração mais sistemática, bem como uma análise detalhada do caso selecionado. Empiricamente, o objeto escolhido para ilustrar possíveis indagações geradas no âmbito desse tipo de reflexão – uma análise cultural – consiste em narrativas biográficas, histórias de vida de sujeitos que são postas em circulação pela mídia¹ através de determinadas práticas de jornalismo. Em outro lugar, denominei o resultado dessa prática como “narrativas pessoais midiáticas” (ESCOSTEGUY, 2011), considerando que essas mini-histórias de vida são configuradas dentro de uma dinâmica midiática – que inclui uma dimensão tecnológica e institucional, revelando que a) a mídia faz parte da relação entre atores sociais e suas narrativas; b) que as partes envolvidas – os atores sociais, as histórias de vida e a mídia – não podem ser compreendidas independentemente, porque existe uma íntima negociação de sentido que modifica tanto os atores quanto seus relatos; e c) dado que circulam e são produzidos em determinado ambiente tecnológico e institucional, revelam determinados padrões e lógicas comuns. O programa de televisão *Brasileiros*, composto por oito episódios, exibido pela Rede Globo, no período entre junho e setembro de 2010 (17/06/2010 a 9/09/2010), às 23h, em rede aberta², exemplifica uma prática de jornalismo sustentada nesse tipo de narrativa, bem como é o caso escolhido para que se possa exercitar a construção de interrogações dentro do que denomino uma análise cultural do jornalismo. Todavia, nossa atenção mais geral está centrada na intersecção da problemática da identidade com as narrativas biográficas, fruto de uma determinada prática do jornalismo contemporâneo.

Primeira baliza: jornalismo como forma cultural

Como a própria denominação já indica, neste tipo de abordagem destaca-se a importância crucial da dimensão cultural na análise dos processos sociais (RICHARD et al., 2010, p.145) e o reconhecimento do caráter político e conflitivo da cultura, o que pressupõe indagar-se sobre as relações de poder que constituem e organizam a vida simbólica dos distintos grupos sociais. Assim, cultura passa a ser vista como um sistema de regulações simbólicas que estabelecem igualdades e desigualdades, como também hierarquias. No entanto, entende-se que essas diferenciações, por sua vez, podem ser questionadas, desafiadas e interrompidas.

A repercussão desse entendimento na constituição de um determinado modo de estudar o jornalismo implica em entendê-lo como constituído e constituinte dessa dimensão cultural que configura a sociedade, destacando-se sua forma cultural, em detrimento propriamente das atuações profissionais e de seu processo específico de produção, como é usual no que é convencionado sob a etiqueta de “teorias do jornalismo”. Como tal, as práticas jornalísticas e, conseqüentemente, suas respectivas formas, embora possam pretender apenas descrever fatos, são constituídas dentro de um referencial de sentidos, ideias, definições e pressupostos que circulam numa determinada estrutura sociocultural e política particular – numa sociedade específica, produzindo representações que apagam a natureza construída de sentidos atribuídos a esses mesmos fatos, eventos, acontecimentos.

Na análise cultural propriamente dita, essa premissa se concretiza mediante o escrutínio das categorizações e diferenciações culturais produzidas por uma determinada prática jornalística. Conforme Callhoun e Sennet (2007), as formas culturais são sempre fruto de práticas que, por sua vez, viabilizam novas práticas, sendo que qualquer uma delas é socialmente situada e tem existência relacional. Por essa razão, para esses autores (2007, p. 5), a análise da cultura consiste na

investigação “dos modos pelos quais processos sociais se transformam em formas culturais pela atividade prática e, por sua vez, configuram a improvisação de [outras] práticas sociais”. Seguindo essas pistas, entende-se que se os processos de exclusão, diferenciação e dominação são historicamente construídos, e não naturais, sendo que o jornalismo como forma cultural, decorrente de atividades práticas, cumpre um papel fundamental aí.

No caso específico de *Brasileiros*, temos um programa jornalístico centrado em histórias de vida que são escolhidas para constituírem o tema central de cada episódio. Trata-se de um programa que “mostra histórias de pessoas comuns que estão fazendo uma grande diferença, que dedicam tempo e usam novas ideias para transformar a realidade”, como informa o próprio site.³ Todas as histórias revelam um engajamento em algum trabalho social, destacando-se que as pessoas foram escolhidas porque lutaram para superar preconceitos, abraçaram uma cultura da iniciativa, não esmoreceram diante de dificuldades e, conseqüentemente, não se resignaram a uma vida ordinária. Ao contrário, reagiram com empenho, energia e criatividade diante da realidade. Se, por um lado, ressalta-se que são histórias de pessoas “comuns”, por outro, essa mesma ideia é desestabilizada já que suas experiências são únicas e singulares.

Por exemplo, no primeiro episódio, composto pela história de vida de Flávio Sampaio, um bailarino que fundou uma escola de dança num antigo acampamento de lavradores sem-terra, Edney Silvestre, criador do programa, informa na abertura do primeiro bloco que, para realizar “esse sonho”, Flávio teve que “enfrentar preconceitos e deboches”, detalhando tanto a difícil relação entre o bailarino e seu pai quanto com o grupo social do seu entorno. Em outro episódio sobre uma professora de educação física que organiza aulas de natação para crianças com necessidades especiais, Neide Duarte, a jornalista que narra essa história, diz que “a Síndrome de Down de Cadú, irmã de Cristine [Ottoni, protagonista desse relato], foi ‘a inspiração’

para criar esse projeto”. Assim, essas experiências são individuais e particulares e merecem destaque porque dizem respeito a vivências de sujeitos “comuns”.

Enfim, em cada um dos episódios, o protagonista da narrativa supera determinadas dificuldades com afino, perseverança e imaginação, configurando-se como um vencedor. Se, por um lado, o fato de se constituírem em narrativas de “vencedores” apresenta-se como um contraponto positivo à negatividade frequentemente associada às pessoas comuns, identificadas geralmente como “vítimas” na programação popular da TV brasileira (ARAÚJO, 2006, p. 55), por outro, cria-se a falsa impressão que, dependendo do empenho, se obtém o que se almeja, sem considerar outros fatores socioculturais. Ou seja, as condições de vida desses sujeitos protagonistas dos episódios desse programa são compreendidas como se fossem as mesmas para todas as classes sociais. Portanto, aí vemos a cultura, por um lado, apagando desigualdades sociais e, por outro, produzindo hierarquias ou funcionando como um sistema de valoração onde existem os “vencedores” que conseguem “fazer a diferença” e transformar a realidade social. A dimensão cultural, aqui, diz respeito ao efeito gerado pelo texto jornalístico que, embora esteja referendado no real, produz regras que vão reger e até mesmo normatizar as relações entre diferentes atores sociais numa dada sociedade.

Segunda baliza: jornalismo como comunicação

Os Estudos Culturais estão interessados na comunicação como uma estrutura geral composta pela relação entre distintos elementos (sujeitos/atores, instituições, tecnologias, produtos/artefatos) e momentos (produção, circulação e consumo/recepção). Isto indica que rejeitam a ideia de que os processos comunicativos se organizam através de um modelo linear onde um fluxo de informação se estabelece partindo do produtor em direção às audiências, através de um texto/mensagem. Logo, pensar

o jornalismo como processo comunicativo pressupõe abarcar uma integração entre as instâncias da produção e recepção e entre os sujeitos que as constituem. Nesta perspectiva, tanto os jornalistas quanto os leitores/telespectadores são importantes, pois a análise se concentra na circulação de sentidos entre a produção e a recepção.

Pelo lado da produção e dos jornalistas, destaca-se o entendimento de Michael Schudson (2005, p. 123) de que a análise cultural “das notícias está mais interessada no que os jornalistas herdam do que no que criam e enfatiza não tanto a produção social quanto os determinantes simbólicos das notícias na sua relação entre fatos e símbolos”. A partir daí pode-se pensar, por exemplo, que as trajetórias profissionais dos jornalistas que realizam o programa *Brasileiros* são um elemento fundamental para compreender os valores, as definições e as ideias que pautam o mesmo.

Destaca-se, então, que Marcelo Canellas, na década de 1980, fez várias reportagens sobre a guerra do tráfico nas favelas e participou da cobertura da chacina da Candelária (1993). Depois disso, fez uma série de matérias com temáticas sociais, destacando-se a série especial, exibida no *Jornal Nacional*, em 2001, chamada *Fome*, que recebeu vários prêmios. Neide Duarte, repórter desde 1980, apresentou e dirigiu o programa *Caminhos e Parcerias*, da TV Cultura, de 1998 a 2005, que contava histórias de projetos sociais pelo Brasil afora. Na sequência, publicou o livro *Frutos do Brasil – Histórias de Mobilização Juvenil* (2006), onde também contou histórias de protagonismo juvenil. E, finalmente, Edney Silvestre, criador de *Brasileiros*, dedica-se desde 2002 a temas relacionados à cidadania.

De outro lado, *Brasileiros* também é fruto de uma prática profissional na qual os jornalistas empregam um conhecimento coletivo que está impregnado de ideologias e valores em circulação na sociedade. Neste caso específico, aqueles que “dão duro e assumem a parte que lhes cabe”, conseguem “fazer uma diferença” na vida social. Para Zelizer (2009, p. 102), esse é um motivo para que os jornalistas não

possam ser vistos apenas como “transmissores de informação”, porque incluem demonstrações do que é bom e do que é ruim, moral e imoral, apropriado e inapropriado, configurando-se, portanto, como produtores de cultura.

Considerando essa ideia, *Brasileiros* revela ainda estar associado a determinado conjunto de valores que circulam na sociedade brasileira contemporânea e que, portanto, também dizem respeito aos telespectadores do programa. No caso, essas definições endossam um entendimento de que o modelo socioeconômico que vivemos oferece oportunidades de crescimento **desde que** o sujeito se empenhe para tal. Embora cada um dos programas revele um projeto de caráter social e destaque a repercussão social desse tipo de atuação, está centrado na ideia de que o motor dessa ação é o indivíduo.

Ainda no âmbito dos telespectadores e da recepção, destaca-se o modo encontrado para contar essas histórias de sucesso. A narração dos relatos de vida de cada um desses indivíduos, voltada mais para um apelo sentimental do que para um caráter meramente informativo e descritivo, é mais um elemento que efetiva a comunicação, isto é, o compartilhamento de experiências pessoais instala uma relação emocional entre telespectador e programa jornalístico. Para Michael Schudson (2005), os jornalistas são “contadores de histórias”, embora eles não se vejam dessa forma. Isso talvez contribua para que muitas vezes os fatos sejam incorporados a convenções narrativas despercebidas. Além disso, seguindo a reflexão de Hayden White sobre o valor da narrativa na representação da realidade, Schudson (2005, p. 123) afirma que “as histórias capacitam os leitores a julgar o significado moral dos projetos humanos, mesmo que se pretenda meramente descrevê-los”. Assim, o tipo de narrativa encampada pelo programa em foco facilita que o telespectador valorize, legitime e até mesmo oriente suas práticas a partir dos modelos expostos no programa.

São, também, essas narrativas que permitem aos sujeitos – tanto a pessoa que fornece o relato sobre si mesma quanto a que ouve es-

sas histórias – conexões com os processos de construção identitária. Como já disse em outro lugar (ESCOSTEGUY, 2009), essa questão no campo da comunicação não deve se deixar seduzir por digressões conceituais que enveredam pelas contribuições da filosofia, da psicanálise, entre outras. Ao contrário, deve estar conectada aos modos bastante específicos de formação identitária, localizados em determinadas atividades e práticas sociais, em especial relacionadas à mídia, num meio social particular.

Nosso entendimento sobre o tema pode ser resumido nas seguintes afirmações: as identidades são relacionais e, portanto, remetem a uma série de práticas de diferenciação entre “nós” e os “outros”; as identidades são processuais, estando historicamente situadas e em permanente transformação; as identidades são múltiplas, isto é, num indivíduo há uma amálgama de identidades; as identidades dizem respeito à desigualdade e à dominação, portanto, expressam e são lugares de submissão, mas também podem ser de resistência e empoderamento, revelando, sobretudo, relações conflituosas e intrincadas com a esfera do poder. Por último, mas não menos importante, elas são constituídas discursivamente. No entanto, “as formações discursivas são tão reais e com efeitos tão materiais sobre corpos, espaços, objetos e sujeitos como qualquer outra prática social.”⁴ (RESTREPO, 2007, p. 27)

Associamos esse entendimento às narrativas biográficas, pois os processos identitários estão presentes tanto no âmbito das interações sociais quanto no âmbito da reflexividade subjetiva a respeito do próprio curso da vida. Neste último é que se destaca a capacidade do indivíduo de fornecer uma narrativa sobre si mesmo. Referir-se a algo como uma narrativa ou história implica uma ideia de tempo/sequência (início-meio-fim) e, também, um elemento de coerência ou de relação entre os fatos contados, isto é, algum tipo de enredo que faça sentido tanto para quem conta quanto para quem ouve ou lê o relato. Além disso, em qualquer narrativa da realidade também está presen-

te uma moral, um impulso moralizante ou um juízo moralizador. (WHITE 1981, p. 22)⁵

Do nosso ponto de vista, essa prática de jornalismo, fundada em narrativas biográficas, põe em evidência seus efeitos tanto sobre os próprios atores que contam suas histórias quanto sobre a conformação das identidades dos telespectadores. Aqui se delineia uma via a ser explorada de modo mais refinado, sobretudo através de possíveis conexões que possam ser estabelecidas entre os modos narrativos biográficos que circulam na mídia e os relatos de vida coletados no mundo social concreto.

Terceira baliza: jornalismo como instituição

No atual contexto de acelerada expansão tecnológica, uma análise cultural do jornalismo não pode deixar de prestar atenção às tecnologias de comunicação envolvidas, pois estas engendram, em certa medida, processos diferenciados de produção de sentidos. Martín-Barbero (2006) alerta que a técnica não pode ser resumida a instrumento, mas é uma dimensão constitutiva das práticas culturais e que as inovações técnicas estão conectadas com as transformações dos modos de percepção e experiência social. “O lugar da cultura na sociedade muda quando a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental para espessar-se, condensar-se e converter-se em estrutural”. (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 54)

Tomando a televisão como uma tecnologia, consideramos que neste âmbito a análise cultural admite duas dimensões. Uma primeira que envereda pelas particularidades das linguagens atribuídas a cada meio, ou mesmo à convergência deles, e, uma segunda, que pressupõe que todos os meios compõem uma rede de sentidos e que eles ocupam uma determinada posição na sociedade de moldura através da qual acessamos o mundo social como um todo. Por essa razão, mais do que de tecnologias, estamos falando de um tipo de instituição – a

mídia – que ocupa uma determinada posição na sociedade devido ao seu poder simbólico.

Atualmente, o poder da mídia é de tal ordem que a maioria das narrativas dos atores sociais tende a ser vista do prisma de seu ponto de partida, distribuição ou mesmo produção – ou seja, a partir propriamente das instituições midiáticas. Isto quer dizer que esta baliza indica mais uma preocupação com mudanças macro-históricas, atentando para as dinâmicas mais abrangentes que moldam o cenário onde produção e consumo da mídia ocorrem, do que com microprocessos de interação social onde se poderia observar a especificidade da mídia na modelagem de comportamentos e identidades. Portanto, aqui cabe uma discussão sobre os valores mais gerais que constituem a prática jornalística contemporânea, mesmo que resguardada as devidas diferenças de *formação*. Do nosso ponto de vista, esta baliza, assim entendida, demanda uma discussão de outra ordem, que vem sendo desenvolvida por outros autores – entre eles, Albuquerque (2005).

Quarta baliza: jornalismo como prática contextual e situada

Se os Estudos Culturais configuram uma perspectiva contextual e situada, isto é, entendem que a cultura está articulada ao político e ao econômico – ou à sociedade, adquirindo uma forma concreta, uma materialidade, dependendo de um contexto determinado –, lugar e período, esta também deve ser uma característica da análise cultural do jornalismo.

Portanto, esse tipo de análise deve dar conta das particularidades de um jornalismo que se manifesta num contexto social particular. Isto quer dizer que há uma relação “mais ou menos direta” entre as características de um determinado mercado e uma determinada prática de jornalismo. De imediato, hoje, pelo menos uma condição pode ser destacada. Ela diz respeito à ampliação do poder de consumo das

camadas situadas nos níveis mais inferiores da estratificação social, bem como sua constituição em alvos da televisão, juntamente com alterações no mercado de TV aberta, no contexto nacional. A última década está marcada por um processo em que novos segmentos da sociedade brasileira vêm sendo incorporados ao mercado de consumo, o que tem acontecido, sobretudo, em razão do aumento da renda, dos programas governamentais de distribuição de renda e do crescimento da oferta de crédito aos indivíduos de baixa renda. Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), entre 2005 e 2008, um em cada dez brasileiros saltou para faixa de renda per capita superior, totalizando 18,5 milhões de pessoas. Dados econômicos, revelados pela renda e padrão de consumo, estão permitindo classificar 94,4 milhões, segundo dados deste Instituto, ou até mesmo 100 milhões de brasileiros (pesquisa divulgada pela ZH, 23/3/2011), dependendo das fontes utilizadas, como pertencentes à “classe média”. Esse novo contingente de consumidores/telespectadores exerce pressão na programação televisiva brasileira. A crescente visibilidade das pessoas “comuns” na mídia e, em especial, em determinada prática de jornalismo, fundada em narrativas biográficas que afirmam sua superação e sucesso, revela um determinado entendimento da situação social vivida. Obviamente, é necessário ainda identificar outras marcas sociopolíticas, econômicas e culturais que estão modificando as práticas jornalísticas atuais no nosso contexto. Contudo, concordamos com Gomes (2011a, p. 42) quando salienta que

[...] a contextualização [...] não se transforma no objeto da investigação, mas deve nos ajudar a melhor compreender o objeto – o programa. Analisar o contexto em que um programa se insere deve significar, no esforço mesmo de análise, verificar como um programa específico apela, faz referência a, convoca seu contexto.

As observações lançadas aqui, em quatro balizas, ambicionam delimitar a constituição de uma perspectiva cultural do jornalismo que

resgare a indicação de conservar tanto o *projeto*, ou seja, premissas de caráter mais teórico, quanto a *formação*, isto é, as variações contextuais onde se praticam tanto os Estudos Culturais quanto uma determinada forma de jornalismo. Com certeza, a análise cultural do jornalismo não se configura somente a partir destas quatro balizas, mas elas podem servir como demarcações para percorrer uma via ainda pouco explorada, no âmbito dos estudos brasileiros de jornalismo.

NOTAS

- ¹ Aqui a mídia é um elemento forte na formatação desses relatos.
- ² Mais tarde, esses episódios foram reprisados na Globo News, canal fechado.
- ³ Disponível em: <<http://brasileiros.globo.com/platb/programa/>> Acesso em: 20 ago. 2011.
- ⁴ Restrepo (2007, p. 27) complementa: “dado que os seres humanos habitamos a linguagem, de que somos sujeitos atravessados pelo significante (ou pelo simbólico, se preferirmos esse modelo teórico), a ‘dimensão discursiva’ é uma prática constituinte de qualquer ação, relação, representação ou disputa no terreno do social”. Isto também não significa que as identidades se encontram livremente flutuantes e que são amarradas a um ato de vontade dos indivíduos (como erroneamente afirmam certas interpretações do pós-modernismo radical).
- ⁵ Como já disse, Schudson segue essa ideia de Hayden White.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A. de. A modernização autoritária do jornalismo brasileiro. *Alceu*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p. 100-115, jan./jun. 2010.

_____. Another ‘Fourth Branch’ – Press and political culture in Brazil. *Journalism*, Londres/Nova York, v. 6, n. 4, p. 486-504, 2005.

ARAÚJO, C. A. Á. Dramas do cotidiano na programação popular da TV brasileira. In FRANÇA, Vera (Org.) *Narrativas televisivas: programas populares na TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

CALHOUN, C.; SENNET, R. Introduction. In: _____. (Org.). *Practicing culture*. Londres/Nova York: Routledge, 2007.

ESCOSTEGUY, A. C. Narrativas pessoais midiaticizadas: uma proposta para o estudo de práticas orientadas pela mídia. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 198-211, 2011.

_____. A cultura da mídia governa nosso jeito gaúcho de ser. In: FELIPPI, A. e NECCHI, V. (Org.) *Mídia e identidade gaúcha*. Santa Cruz: EDUNISC, 2009.

GOMES, I. M. M. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. *Revista E-compós*, n.8, abril, 2007.

_____. Metodologia de análise de telejornalismo. In: GOMES, I. (Org.) *Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo*. Salvador: EDUFBA, 2011a.

GOMES, I. M. M. (Org.). *Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo*. Salvador: EDUFBA, 2011b.

MARTÍN-BARBERO, J. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Denis (Org.) *Sociedade mediaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

RESTREPO, E. Identidades: planteamientos teóricos y sugerencias metodológicas para su estudio. *Jangwa Pana*, Santa Maria, CO, n. 5, p. 24-35, jul. 2007.

RICHARD, N. et al. Desde Lima: una conversación (inconclusa) sobre Estudios Culturales. In Richard, Nelly (Org.) *En torno a los estudios culturales – Localidades, trayectorias y disputas*. Santiago de Chile: Editorial Arcis/CLACSO, 2010.

SCHUDSON, M. News as stories. In: ROTHENBUHLER, E.; COMAN, M. (Org.). *Media Anthropology*. Londres: Sage, 2005.

SILVA, G. De que campo do jornalismo estamos falando? *Matrizes*, São Paulo, ano 3, n. 1, p. 197-212, ago./dez. 2009.

SILVA, F. M. O jornalismo como forma cultural: uma breve análise histórica dos valores jornalísticos na Globo e na BBC. *Matrizes*, ano 4, n. 2, p. 239-251, jan./jun. 2011.

WHITE, H. The value of narrativity in the representation of reality. In MITCHELL, W. (Org.) *On narrative*. Chicago: The University of Chicago Press, 1981.

WILLIAMS, R. *La política del modernismo – Contra los nuevos conformistas*. Buenos Aires: Manantial, 2002.

ZELIZER, B. Journalism and the academy. In WAHL-JORGENSEN, K. e HANITZSCH, T. (Org.) *The handbook of journalism studies*. Nova York: Routledge, 2009.

Estabilidade em fluxo: uma análise cultural do *Jornal Nacional*, da Rede Globo¹

Itania Maria Mota Gomes

O Jornal Nacional é um programa jornalístico de televisão. Por ser jornalístico, apresenta temas comuns aos jornais impressos, aos programas jornalísticos de rádio, aos sites da internet voltados para notícias e, em parte, às revistas semanais de informação. Por ser um programa de televisão, procura apresentar esses temas com a linguagem apropriada ao veículo: com um texto claro, para ser compreendido ao ser ouvido uma única vez, ilustrado por imagens que despertem o interesse do público por eles – mesmo que não sejam temas de apelo popular imediato. (BONNER, 2009)

Investigando o telejornalismo no marco dos estudos culturais, viemos, ao longo dos últimos dez anos, buscando construir uma metodologia de análise que articule dois elementos aparentemente óbvios, mas fundamentais para a análise do telejornalismo, a saber: o jornalismo e a televisão, numa abordagem que implique a consideração de aspectos ao mesmo tempo históricos, sociais, ideológicos e culturais do telejornalismo. Acreditamos que é preciso compreender o programa jornalístico televisivo como uma forma cultural específica de lidar com a notícia na TV. Em outros termos, consideramos que os programas telejornalísticos são uma variação específica dentro da programação televisiva, enquanto compõe, no seu conjunto, um gênero – programa jornalístico televisivo, que obedece a formatos e

regras próprias do campo jornalístico em negociação com o campo televisivo. Os telejornais, programas de entrevistas, documentários televisivos, as várias formas de jornalismo temático (esportivos, rurais, musicais, econômicos) são variações dentro do gênero: podemos chamá-los subgêneros, e demandam ser abordados em categorias que impliquem considerá-los, ao mesmo tempo, como um produto de jornalismo televisivo – o que implica uma abordagem que leve em conta a linguagem televisiva e os elementos próprios do campo jornalístico – e como um produto cultural, um processo geral de permanente produção de sentido, que se dá nos processos de produção e consumo, nos processos de reconhecimento social do telejornalismo, no processo político de disputa sobre o que o telejornalismo pode ou deve ser.

O *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão, está no ar, de modo ininterrupto, há 43 anos, desde o dia 1º de setembro de 1969, e representa o conjunto mais bem acabado de marcas que caracterizam um telejornal no Brasil. Programa mais antigo em exibição na televisão brasileira, o *JN* é personagem importante na história política, econômica e social do país. Ele tem o tempo publicitário mais caro da TV brasileira: uma publicidade de 30 segundos veiculada no *Jornal Nacional* custa 367 mil reais² e seus índices de audiência andam na casa dos 35%, índice inferior apenas ao de outras duas produções da própria TV Globo, as telenovelas do horário noturno.³ O *JN* sofreu várias transformações ao longo dos anos: modernizou o cenário, inovou as vinhetas, mudou de apresentadores, polêmicas e crises de credibilidade aconteceram, mas ele permanece o modelo de referência para o telejornalismo nacional. As mudanças podem ser pequenas, de roupagem apenas, ou mais significativas, quando, por exemplo, em 1996, a mudança dos apresentadores significou também uma mudança importante em sua linha editorial. Uma pesquisa por ser feita é justamente a da análise histórica das estratégias comunicativas do *JN*. Aqui, vamos indicar, de modo ainda preliminar, algumas mudanças

que o programa tem realizado desde o seu início até os dias atuais. Esperamos que a observação dessas mudanças nos permita compreender as estratégias de permanente atualização do *JN*.

Neste artigo, consideramos o *Jornal Nacional* como uma atualização do gênero *programa jornalístico televisivo* e do subgênero *telejornal* e procuramos compreender como ele se construiu, no Brasil, como referência de telejornalismo. Considerando o *JN* em dois momentos distintos de sua história, esperamos mostrar que ele se constitui como “estabilidade em fluxo”, ou seja, representa aquilo que no Brasil esperamos que seja ou deva ser um telejornal, fazendo com que características que são do *JN* acabem por se confundir com marcas do subgênero *telejornal*, ao mesmo tempo em que é um produto da cultura e, como tal, contingente e transitório, um produto que se transforma ao longo do tempo e assume novos e diferentes sentidos em distintos momentos históricos brasileiros. No nosso percurso, apresentamos a concepção de gênero televisivo como uma categoria de análise cultural e, na sequência, exercitamos olhar a trajetória do *JN* a partir dessa perspectiva.

Gênero televisivo como categoria cultural

Ao longo da nossa trajetória de pesquisa, viemos buscando um conceito de gênero que permita quer o reconhecimento de regularidades e especificidades de formas culturais/televisivas, quer o reconhecimento de um modo distinto de configurar a relação comunicativa, dois aspectos fundamentais para configuração do que temos chamado de gênero televisivo ou midiático.⁴ Buscamos um conceito de gênero que nos permita, sim, considerar aspectos textuais dos produtos televisivos, suas *fórmulas*, no sentido adotado por John Cawelti (2004)⁵ e Horace Newcomb (1974),⁶ que possibilite organizar o mundo televisivo em categorias socialmente reconhecíveis, mas que não se restrinja à mera classificação/categorização dos produtos. Buscamos a

formulação de um conceito de gênero e de um protocolo de análise que nos possibilite ir além das análises textuais, mas sem negá-las, sem recusá-las. Ao mesmo tempo, buscamos um conceito de gênero que nos permita a consideração de elementos contextuais do processo comunicativo, mas sem restringi-las a uma análise “pretextual”, no sentido daquelas abordagens mais gerais em que o programa televisivo é apenas um pretexto para análises macroeconômicas, sociológicas, para análises empíricas dos processos de produção ou de recepção que muitas vezes recusam-se a olhar o produto televisivo em seu aspecto propriamente comunicacional.

Assim, no atual momento do nosso percurso de investigação sobre a televisão, construímos uma metodologia de análise de televisão que articula as relações entre comunicação, cultura, política e sociedade, através do conceito de gênero televisivo pensado como uma categoria cultural. Acreditamos que, tomado como categoria cultural, o gênero permite a construção, também, de um protocolo analítico para análise de televisão que permita uma visão global e complexa do processo comunicativo. Mas isso demanda um conceito de gênero em que este não apareça como uma entidade fixa, em que ele não seja apenas classificação ou tipologia da programação televisiva, mas que seja considerado como uma prática de produção de sentido que se realiza na “inter-relação entre uma variedade de práticas criativas, econômicas, sociais, tecnológicas, institucionais, industriais e interpretativas”. (EDGERTON; ROSE, 2008, p. 7)

Dois autores são fundamentais para nossa proposição de construção de uma nova abordagem sobre os gêneros televisivos: Jesus Martín-Barbero, em razão de seu esforço de pensar modelos comunicativos que abarquem a totalidade do processo, e por sua concepção de gênero como estratégia de comunicabilidade; e Jason Mittell (2001, 2004) que argumenta que gênero é uma categoria cultural com a qual operam a indústria televisiva, a recepção, a academia e a crítica cultural. Ambos investigam a televisão, tomam o gênero televisivo

como uma categoria cultural, adotam uma abordagem fortemente historicizada e nos oferecem pistas para pensar os vínculos entre comunicação, cultura, política e sociedade. Ambos estão preocupados com o caráter contingente e transitório do gênero e com as distintas temporalidades que ele convoca.⁷ Neste artigo, vamos nos concentrar na proposta de Jason Mittell e explorá-la empiricamente na análise do *Jornal Nacional*.

No início deste século, Jason Mittell publica um artigo central para a discussão sobre gêneros televisivos – *A cultural approach to television genre* (2001) – e, posteriormente, um livro – *Genre and Television* (2004) –, em que desenvolve uma teoria do gênero especificamente voltada para a televisão, aprofundando argumentos já construídos no artigo inicial e aplicando sua proposta à análise de vários casos da televisão estadunidense. Em suas obras, o autor argumenta que os gêneros têm adquirido importância crescente na organização das práticas televisivas.

Jason Mittell busca construir uma proposta teórico-metodológica de análise do gênero televisivo – ainda que o autor espere que seu argumento seja válido para qualquer *media* e não dependa de qualidades essenciais da televisão – e explora os gêneros midiáticos a partir de uma abordagem cultural e discursiva. Ele parte dos estudos culturais, visto como uma perspectiva que enfatiza o circuito de produção da cultura, e busca olhar o gênero, assim, a partir de múltiplos lugares. Segundo Mittell, as abordagens tradicionais sobre os gêneros, vindas dos estudos literários, não conseguem dar conta da especificidade da televisão e não conseguem explicar como programas televisivos adaptam-se a sistemas culturais e políticos historicamente específicos. Sua abordagem global do gênero televisivo examina os gêneros como agrupamentos discursivos que atravessam os textos, as indústrias, as audiências através de práticas culturais específicas. Com isso o autor pretende colocar a análise de gênero na agenda da vertente crítica da investigação em Comunicação. Sua teoria do gênero “situa as distin-

ções e categorias de gênero como processos ativos embutidos em e constitutivos de políticas culturais, indicando como os *media* articulam-se com e configuram nossa cultura e como facetas pouco analisadas dos *media*, como os gêneros, têm importância”. (MITTELL, 2004, p. xii)

Mittell se afasta da concepção de gênero como um atributo textual, para pensá-lo numa perspectiva intertextual. Gêneros não se encontram num texto isolado. Acompanhando Mittell, diríamos que o *Jornal Nacional* não é um gênero, mas um exemplar de uma categoria mais ampla que chamamos de programas jornalísticos televisivos. Gêneros somente emergem de relações entre múltiplos textos, resultando numa categoria comum. São práticas culturais da produção, da recepção, da crítica televisiva, da academia, que colocam esses textos em relação – o *JN*, o *Aqui Agora*, o *Jornal da Record*, o *Cidade Alerta* são telejornais porque são socialmente reconhecidos como tais. “Se gênero depende da *intertextualidade*, ele não pode ser um componente inerentemente textual”. (MITTELL, 2001, p. 6)⁸ Essa ressalva não significa, entretanto, que o autor recuse considerar os componentes textuais de um determinado gênero ou exemplar do gênero, evitando uma análise das suas formas expressivas e plásticas – “não podemos simplesmente substituir uma abordagem textual intrínseca do gênero por uma teoria contextual extrínseca. Precisamos olhar para além do texto como *locus* do gênero e, ao contrário, localizar o gênero dentro de complexas inter-relações entre textos, indústrias, audiências, contextos históricos”. (MITTELL, 2001, p. 7)

Vinculada aos estudos culturais, sua proposta busca analisar a relação texto/contexto, articulando uma abordagem discursiva com a consideração de aspectos sociais, econômicos, históricos, ideológicos dos gêneros. Mittell considerará os gêneros, então, como uma prática discursiva e apostará no conceito de formação discursiva, de Michel Foucault, como uma ferramenta teórico-analítica central para sua for-

mulação. Mittell formula cinco princípios para uma análise cultural do gênero. (MITTELL, 2001, p. 16ss):

1. Gêneros devem ser compreendidos como uma prática cultural;
2. Gêneros devem ser situados em amplos sistemas de hierarquias culturais e relações de poder;
3. Histórias de gênero devem ser escritas através de genealogias discursivas;
4. A análise de gênero deve considerar os atributos específicos do meio;
5. Estudos de gênero devem negociar especificidade e generalidade.

Os princípios formulados por Jason Mittell nos parecem bastante produtivos para a construção de uma metodologia de análise de gênero que vincule os estudos culturais aos estudos sobre a linguagem e nos permitem analisar o que Mittell chama de “estabilidade em fluxo”, o fato de que esses agrupamentos discursivos são contingentes e transitórios, transformando-se ao longo do tempo e assumindo novos sentidos em diferentes contextos. O gênero televisivo, no entanto, é algo da ordem da virtualidade, ou seja, não podemos encontrar por aí um exemplar puro de um gênero. Como virtualidade, entretanto, o gênero encontra sua atualização em programas específicos e, no sentido que temos adotado em nossa metodologia, no modo de endereçamento que cada programa constrói na relação com os receptores. O modo de endereçamento, por sua vez, enquanto realização do gênero televisivo, contribui para construí-lo. A adoção do conceito de gênero televisivo deve possibilitar ao analista o reconhecimento da existência de relações sociais e históricas entre determinadas formas culturais – no nosso caso, os programas jornalísticos televisivos – e as sociedades e períodos nos quais essas formas são praticadas. Ele permite

compreender as regularidades e as especificidades em produtos que se configuram historicamente. Modo de endereçamento, na medida em que se refere ao modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um *estilo*, deverá permitir ao analista compreender como essas questões são *atualizadas* em um produto específico, objeto da análise. A tarefa do analista, nesse sentido, não é buscar na programação televisiva os exemplos de gênero, nem construir classificações e tipificações, de resto pouco úteis diante da diversificação de formatos dos programas jornalísticos televisivos, mas é a de compreender como, através dos gêneros, articulamos as relações entre comunicação, cultura, poder e sociedade.

Regularidades e transitoriedades no *Jornal Nacional*

Nesta seção do artigo, gostaríamos de mostrar dois movimentos, em dois momentos históricos distintos, que permitem compreender como o *Jornal Nacional* atualiza permanentemente a noção de telejornalismo e nos deixa ver as articulações entre comunicação, cultura, poder e sociedade. O primeiro movimento é o de criação e consolidação do *JN* e da Rede Globo; o segundo evidencia mudanças em curso no *Jornal Nacional* desde os primeiros anos do século XXI e é marcado por uma ênfase na construção/reconstrução de uma maior cumplicidade com os telespectadores do programa.

O *Jornal Nacional* nasce como resultado da articulação entre os interesses da elite brasileira e do governo militar e os ideais de modernização e de integração nacional, articulação que implicará no desenvolvimento, por parte da TV Globo, de uma estratégia que significou submeter-se à Ideologia da Segurança Nacional e à censura, ao mesmo tempo em que se transformava na principal emissora de televisão no Brasil⁹. O *Jornal Nacional* inaugura também o sistema de transmissão em rede no país, por micro-ondas, e foi transmitido, simultaneamente, ao vivo, para seis capitais brasileiras: Rio de Janeiro, São

Paulo, Belo horizonte, Curitiba, Porto Alegre e Brasília, atingindo 56 milhões de brasileiros. Era o maior sistema de transmissão em rede da América do Sul (O PAÍS..., 1969). Em sua primeira edição, o *Jornal Nacional* anuncia aquela que seria a sua marca mais forte.

Segundo o site *Memória Globo*:¹⁰

‘O *Jornal Nacional* da Rede Globo, um serviço de notícias integrando o Brasil novo, inaugura-se neste momento: imagem e som de todo o Brasil’, foi assim que o apresentador Hilton Gomes abriu, às 19h45, a primeira edição do *Jornal Nacional*. Em seguida, a voz de Cid Moreira anunciou: ‘Dentro de instantes, para vocês, a grande escalada nacional de notícias’ [...] Cid Moreira se despediu, anunciando para breve a integração do circuito de Brasília e Belo Horizonte ao *Jornal Nacional*: ‘é o Brasil ao vivo aí, na sua casa’.

Até certo ponto, podemos dizer, então, que o *Jornal Nacional* é produto da articulação entre os interesses da elite política e econômica e os interesses políticos e econômicos dos militares. Essa articulação se mostra mais evidente nos anos 1960 e 1970, que é também o período de consolidação de um mercado cultural no Brasil e da própria televisão. O ideal de integração nacional estava na origem do novo programa e se tornou possível com a tecnologia de transmissão em rede. Fazer com que “56 milhões de brasileiros tenham mais coisas em comum. Além de um simples idioma”, como dizia o anúncio¹¹ do novo programa nas principais publicações impressas do país, era ao mesmo tempo uma estratégia política e econômica: para Walter Clark Bueno, diretor geral da Globo na época, a transmissão em rede era a solução para a permanente crise vivida pela televisão brasileira. (cf. BORGERTH, 2003, p. 39-53)

A infraestrutura necessária ao desenvolvimento da TV é resultado, então, de um investimento do Estado que, guiado pela ideologia de Segurança Nacional e pelos esforços de integração nacional, promove uma revolução tecnológica no sistema de telecomunicações. O in-

vestimento em telecomunicações e o interesse na integração nacional põem lado a lado os militares e os empresários, ainda que, como diz Renato Ortiz (1989, p. 118) “enquanto os militares propõem a unificação política das consciências, os empresários sublinham o lado da integração do mercado. O discurso dos grandes empreendedores da comunicação associa sempre a integração nacional ao desenvolvimento do mercado”. Assim, a própria noção de uma identidade cultural brasileira vai se redefinir e será reinterpretada em termos mercadológicos: é nacional aquilo que está integrado ao mercado de consumo – inclusive, e sobretudo, mercado de consumo de bens simbólicos. Nesses termos, e a partir da articulação entre interesses políticos e interesses econômicos, cultura nacional será identificada à cultura popular de massa.

Essa articulação de interesses criará uma dinâmica em que os empresários se submetem politicamente ao governo militar, enquanto procuram consolidar sua independência econômica. Assim, no caso da TV Globo, a estratégia adotada foi a de se submeter à Ideologia da Segurança Nacional e à censura, ao mesmo tempo em que se transformava na principal emissora de televisão no Brasil. Para que essa estratégia tivesse sucesso, era preciso estabelecer um pacto com os militares, através do qual a TV controlava a produção de conteúdos de seus programas em troca do apoio do governo para a construção da infraestrutura necessária para a consolidação da indústria televisiva e apoio político para aprovação da legislação de seu interesse. Em relação ao *Jornal Nacional*, a estratégia adotada foi enfatizar a qualidade técnica da produção e circulação em detrimento do conteúdo propriamente jornalístico. Em razão das restrições da censura, mas também em razão de uma concepção da função da televisão no Brasil, o *Jornal Nacional* optou por desenvolver-se e consolidar-se através de uma estratégia na qual qualidade e confiabilidade eram resultado do investimento tecnológico da emissora. Esse foi o modo pelo qual a TV

Globo e seu jornalismo se desenvolveram – à ausência de liberdade de informação contrapôs-se o chamado “padrão Globo de qualidade”.

Muitos estudiosos da televisão têm rapidamente interpretado o “padrão Globo de qualidade” como ênfase na qualidade estética dos produtos televisivos da emissora. Mas isso é dizer muito pouco sobre uma estratégia ao mesmo tempo política e econômica. O padrão Globo de qualidade traduz-se, claro, pela qualidade estética de seus produtos, mas ele reúne elementos da ordem dos investimentos tecnológicos, da profissionalização do sistema de produção televisivo e do sistema de comercialização, e implicou largamente na independência da TV das agências de publicidade e dos anunciantes. Nos anos iniciais do *Jornal Nacional*, o padrão Globo de qualidade se traduziu por uma ênfase na qualidade técnica da produção em detrimento do conteúdo jornalístico, em razão dos limites impostos pela censura. Ainda que o governo do general Ernesto Geisel (1974-1979) tenha iniciado o período de distensão e de liberalização política da ditadura militar, só a partir do governo do general João Batista Figueiredo (1979-1985) é que o Departamento de Jornalismo não voltou a receber mais nenhuma ordem de censura. Segundo Armando Nogueira, no entanto, a censura permaneceu em forma de autocensura, praticada pelos próprios profissionais da TV (cf. CARVALHO, 1979-1980). Assim, qualidade e confiabilidade eram, no programa, o resultado do investimento da emissora na contratação dos melhores profissionais, na melhor tecnologia disponível e na transmissão em rede nacional, configuradora de uma identidade nacional brasileira.

No site *Memória Globo*, é possível encontrar uma descrição de como era o *Jornal Nacional* em seus primeiros tempos:

O *Jornal Nacional*, no início, tinha apenas 15 minutos de duração e era transmitido de segunda-feira a sábado. As edições eram divididas em três partes: local, nacional e internacional. Para se diferenciar do modelo consagrado pelo *Repórter Esso*, que sempre terminava com a notícia mais impactante do dia, o *JN*

concluía o seu noticiário com informações leves, de conteúdo lírico ou pitoresco. Essa matéria de encerramento era conhecida como “boa noite”, pois antecedia ao cumprimento de despedida dos locutores. A principal diferença entre o *Jornal Nacional* e o *Repórter Esso* era, entretanto, conceitual. O telejornal da Globo apresentava matérias testemunhais, com a fala dos entrevistados. O *Repórter Esso*, por sua vez, não tinha som direto. As imagens eram apenas cobertas com áudio do locutor.¹²

Em sua história, a Rede Globo se construiu como exemplo de sofisticação e atualização tecnológica a serviço do jornalismo; e o *Jornal Nacional*, como seu principal produto, ocupa posição de destaque em relação à utilização de toda a variedade de recursos e inovações técnicas. Por isso o *JN* inclui, em praticamente todas as suas edições, entradas ao vivo de capitais brasileiras e de outros países. Desde seu momento inicial, a notícia “imparcial”, *in loco* e ao vivo, é marca privilegiada do *JN*. Uma das formas mais visíveis da construção da credibilidade no *JN* é através da elaboração, retórica, dos “dois lados da notícia”. O *JN* procura mostrar, nas matérias e reportagens, o lado de quem exerce a ação e de quem a sofre. Isso se faz pelo recurso da valorização da sua cobertura jornalística, que mostra ao telespectador a fonte das notícias, e do destaque ao trabalho dos repórteres.

Outro fator recorrente é a sustentação de toda e qualquer informação por números, dados estatísticos e porcentagens, quase sempre exibidos em infográficos e personalizados nos exemplos de brasileiros construídos no programa. Também nesse momento evidenciamos o poderio econômico e técnico do *JN* como sendo o seu principal diferencial quando comparado aos outros telejornais. A sua capacidade de “estar lá” é construída a partir da exploração de correspondentes e da exploração das entradas ao vivo. Essa aposta do programa diria respeito ao modo como constrói o seu pacto sobre o jornalismo e também a sua noção de credibilidade. A transmissão em tempo real do acontecimento remete à capacidade tecnológica do programa e reforça o pacto de atualidade estabelecido com a audiência.

A não emissão explícita de opinião por parte dos apresentadores era um segundo apelo do programa em direção à construção da sua imparcialidade. Era. Isso vem mudando lentamente. Já nas reformas de 1989, ao novo cenário e ao uso mais frequente do *chroma key* e da computação gráfica, vieram juntar-se os comentaristas – Paulo Henrique Amorim, Joelmir Beting, Lillian Witte Fibe e Alexandre Garcia passam a participar regularmente do programa. Além disso, já se insinuava ali a busca por uma atuação mais descontraída dos jornalistas, tanto pelo recurso de uma linguagem mais coloquial quanto pela gravação em cenários externos. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 188-9) Mas em 1996, a substituição de Cid Moreira e Sérgio Chapelin pelos jornalistas William Bonner e Lillian Witte Fibe, representou uma mudança ainda mais significativa em sua linha editorial e alterações na cobertura de temas políticos, econômicos e sociais, no compromisso do telejornal com uma cobertura mais plural e menos baseada em fontes governamentais. (PORTO, 2002) Além de apresentar o telejornal, William Bonner assumia a editoria de assuntos nacionais e Lillian Witte Fibe, a editoria de economia.

Em 2009, com a comemoração dos 40 anos do *Jornal Nacional*, novas mudanças importantes no telejornal:

O *Jornal Nacional* começou a mudar na semana passada. As mudanças já apontam um *JN* com mais entradas ao vivo e menos formal. O ciclo se fechará em setembro, quando o jornal completará 40 anos e ganhará novo cenário e bancada. A principal mudança até agora está nas entradas ao vivo. Antes, os repórteres tinham 30 segundos para relatar as informações. Suas falas eram praticamente decoradas. Agora, os repórteres têm um minuto ou um minuto e meio para falar. Eles não têm mais que cumprir o tempo à risca, para que suas participações fiquem mais “faladas” e naturais. A duração do *JN*, no entanto, continua rígida. Para compensar estouros, William Bonner, que também é editor-chefe, faz mudanças nos intervalos, “derrubando” notas. Na semana que vem, Bonner conduzirá um workshop com todas as afiliadas

da Globo para ‘azeitar’ as mudanças. Pelas novas regras, Bonner e Fátima Bernardes podem fazer comentários, mas sempre de caráter noticiosos. Uma das metas do jornalismo da Globo neste ano é renovar a linguagem, complementando as mudanças de conteúdo feitas nos últimos anos, com coberturas político-eleitorais mais extensas e intensas e ancoragem fora de estúdio. Em setembro, a mudança ficará mais nítida. A nova bancada terá lugar para repórteres comentarem séries especiais. (COLUNA..., 2009)

Acreditamos que o melhor eixo de análise das mudanças em curso atualmente no *Jornal Nacional* é a ênfase na construção/reconstrução de uma maior cumplicidade com os telespectadores do programa. É certo que desde o seu início, o jornalismo da Globo se consolida e começa a ganhar audiência quando investe numa relação de maior aproximação com os problemas cotidianos da população, valorizando o jornalismo de prestação de serviço. Por exemplo, em fevereiro de 1966, a emissora interrompeu sua programação durante três dias para realizar a cobertura completa das enchentes que atingiam a cidade do Rio de Janeiro; ou a maior ênfase no jornalismo comunitário, uma das consequências mais evidentes do trabalho de Evandro Carlos de Andrade à frente da direção da Central Globo de Jornalismo, entre 1995 e 2001. (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 298ss)

A alteração mais evidente nesses últimos anos tem sido a da conduta dos apresentadores do *Jornal Nacional*, verificada quer por modificações no texto verbal quer por modificações na *performance*. Eles ainda permanecem sentados na bancada, com a redação ao fundo, no cenário familiar aos telespectadores do *JN* desde abril de 2000, e ainda não atuam como âncoras, permitindo-se comentar as notícias, mas já protagonizam uma cena de tácita intimidade entre eles e, consequentemente, com o telespectador. Em 2004, quando realizamos um exercício de análise do *JN*, (cf. GOMES, 2005) a não emissão explícita de opinião por parte dos apresentadores era uma estratégia do programa em direção à construção da sua imparcialidade – os

apresentadores quase não falavam entre si e pouco se remetiam diretamente à audiência. Hoje, Fátima Bernardes e William Bonner configuram uma cena de maior proximidade e informalidade no papel de mediadores do *Jornal Nacional*.¹³

O espectador tem sido constantemente inserido no discurso a partir de expressões recorrentes, como “veja” e “você”, ou de convocações diretas, como:

FÁTIMA: “*Se você acha que já viu tudo sobre contrabando na fronteira Brasil/Paraguai...*”

BONNER: “*Você vai se surpreender. Daqui a um minuto, no Jornal Nacional*” (09.03.09)

FÁTIMA: “*Você sabe por que é tão difícil perceber na vida real a redução de juros como a que o Banco Central anunciou ontem?*” (12.03.09).

Além do texto verbal, os enquadramentos de câmera têm sido insistentemente usados como dispositivos configuradores de uma cena comunicativa de maior proximidade entre mediadores e telespectadores. Além do enquadramento padrão do telejornal, da câmera parada na altura da bancada, recorre-se ao *travelling* que sai do *close* no mediador e se distancia de modo vagaroso até o plano americano, enquanto a cabeça do VT é proferida, movimento que desenha o percurso do olhar do telespectador que se aproxima e se afasta dos apresentadores. Ao mesmo tempo, explora-se o plano geral, que enquadra Fátima e Bonner numa mesma cena, reforçando uma situação de conversa entre os dois e entre eles e os telespectadores.

Esse pretendido efeito de proximidade também tem sido provocado pela inserção do espectador no lugar de fala da produção, através da inclusão de VTs cuja sugestão de pauta parte da recepção. Em tempos de interatividade e convergência tecnológica, o *Jornal Nacional* também reforça seu posicionamento frente às novas tecnologias na busca de elos mais fortes com a audiência. Telespectadores podem

enviar, pelo portal *GI*, sugestões de pauta para o telejornal. Essa estratégia e o modo como o discurso é elaborado em torno da participação do telespectador demonstram o interesse do telejornal em comunicar sua inserção em novos parâmetros possibilitados pela internet e pela chegada da televisão digital ao Brasil, muito mais do que efetivamente uma abertura para outras formas de enunciação.

Essa cumplicidade constrói-se, sobretudo, a partir da familiaridade que a audiência já tem com o programa, tanto em razão dos 43 anos ininterruptos de transmissão diária, quanto pela ratificação cotidiana das marcas que caracterizam o *JN* – vinhetas, apresentadores, modo de organização temática, estratégias narrativas de humanização do relato sofreram mudanças, mas elas não são nunca nem muito abruptas, nem muito drásticas.

O *JN* não é, definitivamente, o local de experimentação da Rede Globo. Sabendo que familiaridade é algo que se constrói com o tempo e que a fidelidade da audiência deve ser conquistada e reconquistada a cada edição, o *JN* adota um leque de estratégias comunicativas que se movem em maior ou menor grau ao longo do tempo, acompanhando e também determinando o fluxo de mudanças no contexto onde está inserido. Buscando o ponto de equilíbrio entre inovação e conservadorismo, em um esforço constante para manter sua posição hegemônica, o *JN* está articulado e fazendo constantes negociações com o surgimento de novas tecnologias, com premissas e valores do jornalismo, com alterações do cenário político, cultural e econômico sem perder de vista a legitimação do seu lugar social.

Esperamos ter mostrado como, ao longo de sua história, o *Jornal Nacional* se faz em plena articulação com o contexto brasileiro e mostra-se, ao mesmo tempo, como um processo ativo e como uma formação estável. Se olharmos o *JN* em dois cortes abruptos, o *JN* dos anos iniciais¹⁴ e o de hoje, teremos muita dificuldade em dizer que se trata do mesmo programa. Ainda mais, teremos enorme dificuldade em avaliar as premissas, valores, critérios que conformam seu jornalis-

mo; as estratégias e os recursos que configuram sua linguagem. Desde suas primeiras edições, o *Jornal Nacional* vem transformando suas políticas editoriais, seu visual, sua linguagem, seus conteúdos, sua maneira de se relacionar com os telespectadores de modo a responder às transformações da sociedade brasileira, a se adequar a novas configurações do mercado televisivo e midiático, a permanecer em dia com as transformações tecnológicas. Podemos dizer que, em seus 43 anos, o *Jornal Nacional* é um excelente lugar de análise para estudarmos o modo como telejornais podem ser fluidos ao longo do tempo, ainda que razoavelmente coerentes num dado momento.

NOTAS

- ¹ Uma versão preliminar deste artigo foi apresentada, como comunicação, no Seminário Internacional Análise de Telejornalismo, realizado em Salvador, em agosto de 2011, e no GP Telejornalismo, do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Recife, em setembro de 2011. A pesquisa que gerou este artigo teve várias formas de apoio financeiro do CNPq, através de Bolsa de Produtividade em Pesquisa, Edital Universal, bolsas Pibic e Apoio Técnico.
- ² Na telenovela das 21h, que tem mais audiência, uma inserção semelhante sai por 365 mil reais.
- ³ Segundo dados do Ibope, em <<http://www.almanaqueibope.com.br>>. Na semana de 27 de junho a 03 de julho de 2011, o *Jornal Nacional* teve média de audiência de 33 por cento. *Morde e Assopra*, telenovela das 19 horas, alcançou 29 por cento, e *Insensato Coração*, 41. Mas o *JN* pode ter picos de audiência: no dia 2 de maio, a edição especial do telejornal, sobre a morte de Osama Bin Laden, teve 38 por cento de média de audiência, com momentos em que atingiu até 41 por cento. Neste dia, o *Jornal Nacional* teve um *share* de 55 por cento.
- ⁴ Ver, a esse respeito, GOMES, 2007.
- ⁵ Originalmente publicado em 1985.
- ⁶ Numa análise mais recente das contribuições e limites do seu livro pioneiro, Newcomb (2008, p. 22) lembra que o termo analítico que Cawelti aplicou no seu estudo do *Western*, e que ele mesmo utilizou no estudo da televisão, não foi o de gênero, mas o de fórmula. Gênero ainda era um termo reservado para a arte. “Em retrospectiva, ele parece de algum modo condescendente. É mecânico ou, melhor, químico, uma mistura de elementos que, se realizada corretamente, feita do mes-

mo jeito por qualquer um, daria no mesmo resultado... É uma receita...”. Todas as traduções de textos originais em língua estrangeira foram feitas pela autora.

- ⁷ Em Gomes (2011) argumentamos que, na obra de Jesús Martín-Barbero, o conceito de mediação se consolida na direção da concepção de mediação na obra e que o mapa das mediações vai se definindo de modo a se configurar como um modelo de análise que possibilita olhar a totalidade do processo cultural. Argumentamos também que, embora pareça hesitar entre uma concepção de gênero como categoria textual e uma concepção de gênero como estratégia de comunicabilidade, Martín-Barbero efetivamente constrói as bases para a definição de um conceito de gênero televisivo como categoria cultural e, nesse movimento, para uma abordagem analítica que tome em causa o processo de comunicação na sua vinculação com a cultura, a política e a sociedade.
- ⁸ O artigo *A cultural approach to television genre theory* foi publicado originalmente no número 40 da revista *Cinema Journal*, em 2001, e republicado como capítulo de livro em Mittell (2004), e em Edgerton e Rose (2008). Aqui, fazemos as citações a partir do artigo original da *Cinema Journal*.
- ⁹ Retomamos, nesta parte do artigo, exercícios de análise que viemos desenvolvendo, ao longo dos últimos anos, sobre o *JN*, no Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo. Ver Gomes e outros (2005); Gomes (2009) e Gomes (2010).
- ¹⁰ Do site do programa: <[http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/0, GEN971-10405,00.html](http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/0,GEN971-10405,00.html)>. Hilton Gomes apresentou o programa até 1972 e Cid Moreira permaneceu na função por 27 anos, até 1996.
- ¹¹ Ver em VEJA, 1969, a reprodução do anúncio.
- ¹² Está disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-239077,00.html>>. O horário das 19h45 permanece até o fim da década de 1970, quando mudou para as 20h, nos anos 1980, e para 20h10 no fim dos anos 1990. A partir de 2000, o horário de início do *Jornal Nacional* consolidou-se às 20h15, com alterações apenas em razão do Horário Brasileiro de Verão, mas mais recentemente a Globo fez nova modificação, reprogramando o *Jornal Nacional* para as 20h30, numa estratégia que visa expandir o *prime time* e levar a audiência a permanecer até um pouco mais tarde em frente à televisão, numa resposta tanto à concorrência com a Record e o SBT quanto às mudanças nos hábitos e condições de vida dos brasileiros: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/globo-cria-novo-horario-de-novelas-para-frear-concorrenca>> O *Jornal Nacional* já teve uma segunda edição diária, nos anos 1980, num período em que o *Jornal da Globo* deixou de ir ao ar. Era exibida de segunda a sexta, pouco depois das 23 horas.
- ¹³ Em dezembro de 2011, após a produção deste artigo, houve uma mudança nos apresentadores fixos do *JN* e Fátima Bernardes foi substituída por Patrícia Poeta.

- ¹⁴ Recomendamos uma visita ao Youtube, em especial aos links: <<http://www.youtube.com/watch?v=N0MgcrTHKzk>> <http://www.youtube.com/watch?v=C_wXTYS7p9w&feature=related>; <http://www.youtube.com/watch?v=giqfxIkyu_I&feature=related> e <<http://www.youtube.com/watch?v=rOzBVRmooAw&feature=related>>

REFERÊNCIAS

BONNER, William. *Jornal Nacional: modo de fazer*, Rio de Janeiro: Memória Globo/Editora Globo, 2009.

BORGERTH, Luiz Eduardo. *Quem e como fizemos a TV Globo*. São Paulo: A Girafa Editora, 2003.

CARVALHO, Elizabeth. Telejornalismo, a década da tranqüilidade. In: KEHL, Maria Rita; RIBEIRO, Santuza Naves; CARVALHO, Elizabeth. *Anos 70: Televisão*. Rio de Janeiro: Europa Empresa Gráfica e Editora, 1979-1980.

CAWELTI, John G. The question of popular genres revisited In CAWELTI, John G. *Mystery, Violence, and Popular Culture: Essays*, Madison, The University of Wisconsin Press, 2004, p.95-111

COLUNA OUTRO CANAL, *Folha de São Paulo*, 21 de abril de 2009. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2104200904.html>>

EDGERTON, Gary R.; ROSE, Brian. Introduction: Television genre in transition in EDGERTON, Gary R.; ROSE, Brian (Ed). *Thinking outside the box*. A contemporary television genre reader, The University Press of Kentucky, 2008, p. 1-13.

GOMES, Itania Maria Mota et al. Modo de endereçamento no telejornalismo do horário nobre brasileiro: o *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – INTERCOM. 28., 2005, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Intercom, 2005, CD-ROM.

GOMES, Itania Maria Mota. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. *Revista e-compos*, edição 8, p. 2-31, abr., 2007. <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/126/126>>.

- GOMES, Itania Maria Mota. O infotainment e a Cultura Televisiva. In: FREIRE FILHO, João (Org.). *A TV em transição. Tendências de programação no Brasil e no Mundo*, Porto Alegre: Sulina, 2009.
- GOMES, Itania Maria Mota. O Jornal Nacional e as estratégias de sobrevivência econômica e política da Globo no contexto da Ditadura Militar. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 17 n. 2, p. 5-14, maio/ago., 2010.
- GOMES, Itania Maria Mota. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 111-130, jan./abr. 2011.
- MEMÓRIA GLOBO. *Jornal Nacional: a notícia faz história*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 2004.
- MITTELL, Jason. A cultural approach to television genre. *Cinema Journal*, v. 40, n. 3, p. 01-24. Spring 2001
- MITTELL, Jason. *Genre and Television. From Cop Shows to Cartoons in American Culture*, London/New York: Routledge, 2004.
- NEWCOMB, Horace. Reflections on TV: *The Most Popular Art*. In: EDGERTON, Gary R.; ROSE, Brian (Ed). *Thinking outside the box. A contemporary television genre reader*, The University Press of Kentucky, 2008, p. 17-36.
- NEWCOMB, Horace. *The Most Popular Art*. New Yor: Anchor Press, 1974.
- ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira. Cultura brasileira e indústria cultural*, 2. ed., São Paulo: ed. Brasiliense, 1989.
- PORTO, Mauro. O *Jornal Nacional* antes e depois da saída de Cid Moreira. *Comunicação e Espaço Público*, Brasília, Ano V, n. 1/2, 2002.
- O PAÍS numa rede, *Revista VEJA*, Rio de Janeiro, n. 52, set. 1969, p. 68.
Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital>>

De Chico à Banda Mais Bonita da Cidade: crítica musical e agendamento no telejornalismo em tempos de internet

Jeder Janotti Jr.

Introdução

É lugar-comum afirmar transformações radicais em relação aos processos de construção da notícia e do agendamento nos produtos culturais a partir do advento da internet como se ao invés de graduações entre modelos estabelecidos e novas práticas de comunicação estivéssemos sempre navegando entre o antigo e o moderno. No mundo da música, isso não é diferente, se antes se falava na predominância dos pseudoacontecimentos através dos lançamentos das grandes gravadoras, hoje, o contraponto a esse modelo seria o fim do poder de agendamento dos setores de comunicação das gravadoras e dos canais tradicionais de comunicação.

O que pretendo discutir a partir de dois exemplos diferenciados é que não estaríamos necessariamente em um período de ruptura absoluta, e sim de transformações de modelos de crítica que se estabelecem para além dos determinismos culturais. Se antes estávamos presos ao poder de agendamento das grandes gravadoras e da visibilidade das redes televisivas, hoje, parece, teríamos uma brecha que permitiria que sucessos virais na internet, através de outras formas de circulação, postulariam um “lugar” alternativo para a presença da crítica e de

sucessos musicais fora dos padrões antes hegemônicos. Por outro lado, não se pode deixar de observar que práticas já estabelecidas na circulação dos produtos musicais também dialogam com as novas formas de circulação dos produtos culturais. Assim, a mediatização da crítica dos produtos musicais parece estar situada além das dicotomias entre novos e antigos modelos:

Como podemos esperar, esse excesso de perguntas que se apóiam na mediatização¹ não tornou fácil a formulação de raciocínios sustentados e equilibrados; normalmente procedemos através de oposições: antes/depois, tradicional/moderno, material/imaterial, real/virtual, presencial/à distância, direcional/interativo, mono-mediático/multi-mediático, molar/molecular, centralizado/descentralizado, etc. E essas oposições perduram, mesmo se as dúvidas começarem a se manifestar quanto à possibilidade de uma substituição de um modo de comunicação (plurimilenar, vale lembrar) por outro. É porque, em oposição às visões substitutivas ou substitutas, que são a princípio oposições anteriores, nos perguntamos se a perspectiva mais provável não é aquela da junção de novas modalidades orientadas em direção à mediatização a um modo de comunicação que se mantém, no essencial, além da diversidade das formas nas quais se revela para nós, de um lado a outro do planeta. (MIÉGE, 2009, p. 82)

Seguindo essa direção, vamos observar como o sucesso viral do clipe *Oração*, dos paranaenses da Banda Mais Bonita da Cidade, no *YouTube*, levou-os até um dos programas de maior sucesso da televisão aberta brasileira, a revista eletrônica *Fantástico*, da Rede Globo de Televisão. E por outra trilha, como o lançamento do último disco de Chico Buarque (um músico mais do que estabelecido) foi abordado pelo programa *Estudio i*, do canal de TV paga Globo News.

Cenário 1: Oração da Banda Mais Bonita da Cidade (ou a música mais repetitiva da cidade)

Os processos de transformação da crítica de música envolvem mudanças em relação à capacidade de agendamento dos produtos musicais. Até o processo de massificação da circulação de música na internet, os lançamentos de produtos musicais e sua análise crítica obedeciam, na maioria das vezes, o cronograma de lançamento das gravadoras, que seguiam rotinas de acordo com as épocas do ano e a produção sazonal dos músicos. Hoje, a agenda pública ganha papel relevante, apesar de ainda conviver com a agenda midiática dos produtores. Exemplos, como o sucesso viral do clipe *Oração*, dos paranaenses da Banda Mais Bonita da Cidade, no *YouTube*, que a partir do sucesso inesperado na internet chegaram à mídia tradicional, mostram que, pelo menos no caso dos produtos musicais, os departamentos de marketing não são mais hegemônicos nos processos de agendamento.

Entre 2009, quando surgiu o grupo, e abril de 2011, foram cinco performances ao vivo, apenas. Agora, falta agenda para tanta proposta. Foi nessa quinta apresentação que uma versão ainda inacabada do vídeo foi exibida e aprovada pelos amigos presentes. ‘Começou um alvoroço no Facebook das pessoas que viram e insistiram para que a gente colocasse no YouTube’, conta a vocalista Uyara Torrente. “Sabíamos que essas pessoas do show iam ver imediatamente, mas não esperávamos ter 15 mil acessos”. Esse número não pode ser usado na loteria, já que cresceu bastante desde então, ultrapassando a marca de três milhões de visitas em apenas dez dias. (RODRIGUES, 2011, p. 23)

Nesse caso, o inesperado número de *views* de uma produção musical independente acaba por transformar-se em notícia, dando visi-

bilidade a músicos até então desconhecidos. Não dá para saber se o sucesso foi fruto do single plano-sequência que marca o vídeo, do clima “alto astral” de músicos e amigos que aparecem no audiovisual ou da insistente repetitividade sonora da canção.

Certo é que de agente autônomo a banda passou rapidamente para o mundo da alta visibilidade midiática. O universo do jornalismo cultural, apesar das dinâmicas atuais do processo de agendamento, possui critérios próprios de “noticiabilidade”. No caso aqui discutido, claro, esse critério está ligado ao sucesso da circulação do produto musical sem marketing ou qualquer agendamento prévio:

Assim, duas variáveis, entre outras, parecem ser determinantes na constituição da agenda jornalística: 1) toda atuação dos próprios jornalistas e, em particular, os critérios de noticiabilidade que utilizam na seleção das ocorrências; e 2) a ação estratégica dos *news promoters* e os recursos que possuem e que são capazes de mobilizar para obter acesso ao campo jornalístico. (TRAQUINA, 2002, p. 29)

Antes do advento da internet havia uma tensão entre a crítica dos lançamentos agendados pelo calendário das gravadoras (e suas estratégias de distribuição e visibilidade) e a capacidade dos críticos de prospectarem as cenas musicais através da cobertura das apresentações ao vivo. Claro que essa relação era dinâmica. Ao longo da história da música no século XX, alguns produtos independentes furavam essa dicotomia. Nas bordas desse sistema não se pode esquecer a presença da mídia local, dos fanzines independentes e das pequenas gravadoras, mas mesmo assim a agenda pública parecia ter um alcance menor.

O sucesso maciço do clipe *Oração* na internet acabou levando-os ao *Fantástico* da Rede Globo.² Isso demonstra que o sucesso viral abriu possibilidades dinâmicas que permitiram a um grupo de músicos independentes ganhar visibilidade crítica em sentido amplo. Mas que crítica é essa?

Apresentada por Zeca Camargo, a reportagem de 3 minutos e 35 segundos, que foi ao ar em 29 de maio de 2011, retornou ao cenário em que o clipe foi produzido para, em ar descontraído, destacar o ambiente “alto-astral” e descompromissado de músicos e realizadores do clipe, o que ressalta a falta de maiores pretensões como fator marcante do inesperado sucesso.

Como seria de se esperar em uma revista eletrônica de público heterogêneo, há um endereçamento amplo que congrega tanto os que já conhecem o fenômeno pautado, bem como os que parecem “ter ouvido falar”, mas não sabem bem do que se trata. Como diz a introdução da reportagem: “Se você está em alguma rede social, certamente ouviu uma certa música essa semana”. Lembrando que não há fenômenos estanques no mundo da comunicação, em termos plásticos, a própria reportagem parece inserir parte da visualidade do *YouTube* em sua linguagem através de uma edição que mescla sobreposição de janelas em uma mesma tela, com trechos do videoclipe e as entrevistas.

Ao longo da matéria são apresentados músicos, diretor e pessoas que apareceram no clipe. Em nenhum momento se discute gênero musical, novos parâmetros de sucesso, qualidade da canção ou mesmo prováveis motivos do sucesso repentino. Seguindo a tradicional editoria de um programa como o *Fantástico*, o foco é no quesito comportamental, ou seja, como os músicos se sentem, o que eles acham do sucesso, a atmosfera de gravação do videoclipe, etc. Mas, além do óbvio, um fato salta aos olhos e ouvidos dos espectadores, há um parâmetro de julgamento crítico, uma novidade, que emerge ao longo de toda reportagem: o alcance e as mudanças no processo de circulação possibilitado pelas novas tecnologias de comunicação que marcam os produtos musicais na atualidade, que pode ser sintetizado na seguinte afirmação de Zeca Camargo: “Tão rápido quanto os fãs de *Oração*, vieram as paródias e as críticas à banda, tudo na velocidade da internet”.

A cobertura do *Fantástico* parece mostrar que o sucesso viral serviu para agregar público, alcançar o *mainstream*, ser contratado. Caminho contrário aos aspectos “autônomos” da rede e das possibilidades de produção musical no mundo atual. Parece, pelo menos nesse caso, que as aspirações da banda acabaram se confundindo com o próprio endereçamento do programa *Fantástico*. Ou seja, por caminhos diferentes, tanto o programa televisivo, bem como a banda, buscaram trabalhar uma ampliação de público através do estabelecimento de um novo parâmetro de valor crítico (agendamento possibilitado pelo sucesso viral proporcionado pela utilização das novas tecnologias). Algum consumidor desavisado pode até questionar, mas a mera informação é um exercício crítico? Pergunta complexa que merece, pelo menos, duas possíveis respostas: 1) Se estamos falando de parâmetros de julgamento de valor, parece que sim, já que a matéria do *Fantástico* resalta como valor para os atuais sucessos musicais saber utilizar as possibilidades abertas pela internet; 2) Se por crítica entende-se apresentação e utilização de critérios para se avaliar a qualidade musical de faixas, canções e álbuns, a resposta é provavelmente não, pois em nenhum momento se discute os aspectos sonoros da canção *Oração*.

Guardadas as devidas proporções, no caso apresentado a TV manteria seu lugar tradicional de veículo que “massifica” acontecimentos quando tematiza a agenda pública através de seus processos de construção da notícia. É interessante observar que apesar das críticas que recebeu ao longo do século XX, o processo de massificação da TV aberta também pode revelar aspectos democráticos ao tornar amplo o conhecimento de produções culturais de nicho que em um primeiro momento eram restritas a um público de consumidores especializados.

Cenário 2: Lançamento do álbum *Chico*, de Chico Buarque

Quando se leva em consideração a complexidade das relações entre a utilização da internet como disparadora do consumo dos lançamentos musicais e as novas formas de circulação da música, podemos ver que mesmo estratégias que foram consideradas inovadoras, como o consumo colaborativo de música, já estão misturadas aos modelos tradicionais de lançamento de álbuns, como parece ser o caso do lançamento do último álbum de Chico Buarque:

Chico Buarque lança o álbum *Chico* no final do mês, mas já surpreendeu no projeto de lançamento. Com a idealização do jornalista Bruno Natal junto à gravadora Biscoito Fino, foi criado um site no qual tem sido postado, desde junho, conteúdo exclusivo aos que adquirirem o disco na pré-venda – até a data de lançamento, no dia 20 de julho, todas as canções estarão na internet para streaming, além de imagens das gravações, entrevistas e um documentário. (COLOMBO, 2011, p. 15)

Assim, com novos valores agregados ao produto físico, um dos músicos de maior capital simbólico da Música Popular Brasileira, Chico Buarque, em seu trigésimo oitavo disco de estúdio (lançado em junho de 2011), que até novembro, em plena época de decadência das vendas físicas de música, já havia vendido mais oitenta mil cópias,³ esteve associado às inovações tecnológicas do universo musical quando sua gravadora, a Biscoito Fino, investiu alto no processo de fidelização de seus fãs. Desse modo, o capital simbólico de Chico Buarque foi moeda para a venda antecipada do álbum físico através da internet, com direito a clipes, acesso a canções e entrevistas no site antes e após o lançamento do disco no mercado.

Um fã menos atento pode achar que se tratava de uma ruptura radical em relação aos modelos pelos quais as produções do cantor, são conhecidas assumidamente um não entusiasta das novidades tecnológicas, mas, uma olhada no modelo híbrido de colocação do produto no mercado permite a inferência de que, seja pela geração dos consumidores ou pelo padrão de consumo, os produtos da MPB ainda são um filão não tão afetado pela “desmaterialização” dos formatos tecnológicos de armazenamento dos produtos musicais. Para quem aprendeu ao longo dos anos a escutar música através da coleção de discos parece que, por mais que se tenha condições de acesso às novas tecnologias, parte da prática de aquisição do produto físico ainda continua a moldar os modos de escuta e, conseqüentemente, de consumo da música. O acesso exclusivo às faixas em *streaming*, às imagens das gravações e aos depoimentos parece mais uma espécie de valor agregado para os fãs do que propriamente uma mudança em relação ao consumo do produto editorial disco. De qualquer maneira, o que parece haver em comum entre o sucesso da canção Oração e o lançamento do álbum Chico é a consciência de que, antes da especificidade de um produto musical, estamos diante de consumos difusos caracterizados por intenso processo de midiaticização de apropriação dos produtos culturais. De acordo com José Luiz Braga (2007, p. 151),

[...] a ‘circulação social’ que caracteriza os processos midiáticos, além de ultrapassar o nível de mercado, ultrapassa também o mero uso transmissivo e o ‘momento de contacto’. Através de retomadas sucessivas e de reobjetivações, o que ‘faz a mídia’ é uma questão social e gera processos que dizem respeito a nossos modos de ser, passando a fazer, nuclearmente, parte da sociedade, quer sejam positivos ou negativos.

Isso desloca a perspectiva de experiências relacionadas a produtos musicais específicos para os aspectos processuais de suas relações com as mídias. Consome-se disco, faixa, música ao vivo, vídeos, crítica e

matéria em uma tessitura que descentraliza o antigo papel do produto editorial:

Na sociedade em mediatização tudo “vem misturado” em um ambiente de cotidianidade e de situações banais. Tanto no nível da percepção criadora como no que se refere aos processos descritivos de eventuais experiências estéticas, não há distinções fortemente preestabelecidas. Reduzido o grau de foco e de atenção, o processo se modifica. A questão que se coloca aqui não é desvalorizar essa situação por contraste a um envolvimento intencionalmente preocupado com questões estéticas. Trata-se diversamente de se perguntar sobre as modificações que tal situação faz incidir sobre a experiência estética. (BRAGA, 2010, p. 77)

Esses processos de comunicação envolvem possibilidades de gradações tensivas, mas também de diálogos produtivos entre mercado, criação, produção cultural, consumo e experiência estética. Há uma outra forma de relacionar-se com a música, que antes de romper com o consumo tradicional de música, engloba-o, “remediatizando” as práticas tradicionais através das novas esferas de circulação da música.

A crítica musical se torna ainda mais relevante quando articula pontos importantes do consumo musical, novas tecnologias, diversidade de circulação e discussões sobre a qualidade dos produtos que circulam nesse novo ambiente cultural.

Um exemplo disso é a crítica do disco *Chico* que foi ao ar no programa de TV por assinatura *Estúdio i*,⁴ em 19 de julho de 2011, do canal de notícias Globo News. A matéria segue o padrão tradicional de agendamento das grandes gravadoras, ou seja, por trás de sua “noticiabilidade” está o envio de material de comunicação para os veículos e programas de comunicação que de acordo com as estratégias de lançamento produzem matérias que dialogam com possíveis compradores do produto. A diferença, neste caso, está em dois pontos: 1) a matéria crítica tem 9 minutos e 45 segundos de duração, tempo

longo e pouco usual para os padrões tradicionais da crítica televisiva; e 2) com a utilização de novos modos de comercialização do produto via internet, além da análise das canções do disco, o material também é agendado por seu diferencial de venda.

Simulando um diálogo entre “intermediários culturais descolados” em uma sala de estar, o disco *Chico* é apresentado como um lançamento após um hiato de cinco anos sem material inédito. Para emular um ambiente descontraído, a edição alterna planos próximos dos jornalistas comentadores que ficam sentados em um sofá, com leves aproximações em *zoom*, planos fechados da “âncora” Maria Beltrão, que fica sentada em uma cadeira à esquerda, e enquadramentos de toda a “sala”. O tom da matéria é de fãs de Chico Buarque comentando de maneira crítica seu último trabalho, o que é reforçado pelo “nariz de cera” onde os jornalistas reiteram o fato de que “[...] em mais de quarenta anos de carreira, o Chico Buarque nunca teve um disco chamado *Chico*”.

Conhecido crítico cultural do jornal *O Globo*, Artur Xexéu compensa a dicção pouco usual no mundo televisivo com seu capital simbólico. Fugindo do tom mais informativo do telejornalismo, Artur Xexéu busca no modelo da escrita o modo de apresentação do disco através de sua descrição: “[...] são dez faixas”, mesclando singularidades sobre a produção, o novo modelo de distribuição e a qualidade sonora do álbum. Além dos *takes* de estúdio, a matéria utiliza imagens disponibilizadas no site de lançamento do CD.⁵ Com o tempo estendido, Xexéu discorre sobre andamento, arranjos e enquadramentos do álbum em relação à carreira do cantor. Em plano aberto, ele afirma: “Eu fico com a impressão que tem dois discos nesse disco, nas primeiras faixas [...]” – corte para plano próximo, intensificando a autoridade crítica – “[...] é um Chico mais moderno, buscando uma harmonia mais complicada, mais sofisticada”. Já na segunda parte do disco “[...] são as músicas do velho Chico, aquelas que a gente ouve pela segunda vez e já está cantando junto”. A utilização dessa dico-

tomia, dessa possibilidade de um duplo percurso pelo álbum, reitera, em camadas, os aspectos novos e os já estabelecidos tanto pela circulação do produto musical como pelas práticas críticas, que nesse caso é um produto em que a “comunidade de conhecedores” da obra de Chico Buarque se reconhece e é também uma forma de vender o produto *Chico*.

Após a utilização habitual da gramática televisiva que volta aos planos abertos e fechados, o telespectador é convidado a ouvir uma das faixas de *Chico, Meu Querido Diário*. O som é coberto por imagens tiradas do site, dos bastidores, e por *takes* do estúdio, onde, como é comum nestes casos, jornalistas e convidados se mostram desconfortáveis diante da audição de música em um espaço codificado por práticas comportamentais que não integram a participação corporal na escuta. O que é novo neste caso é o fato de que, tal como na internet e ao contrário dos veículos impressos, o espectador tem acesso ao conteúdo musical que está sendo criticado, o que inclui a ideia de que a crítica amplifica o consumo da música como atrelado aos processos de midiaticização dos produtos culturais. Talvez por isso, a crítica das faixas é pontuada por afirmações como “Essa foi a primeira música a vazar na internet” e “Nesse disco, a gravadora e o Chico se uniram àquela que é considerada a maior inimiga da indústria fonográfica, que é a internet”. Nesse caso, a crítica está enquadrada no modo de endereçamento do programa, que pressupõe espectadores com conhecimento sobre o valor cultural da obra de Chico Buarque e os aspectos das novas tecnologias que estão mudando o consumo de música no mundo contemporâneo: “Enfim, é um Chico para quem gosta do Chico moderno e para quem gosta do Chico das antigas”. Pode-se inferir, então, que o *Estúdio i* é um programa para espectadores que consomem a obra de Chico Buarque de diversas formas, mas não é para aqueles que não sabem qual o valor de sua obra, ou seja, uma audiência acostumada a colecionar música ainda nos moldes tradicionais da compra do produto físico. Assim, é possível perceber que

o programa *Estúdio i* envolve endereçamento para conhecedores da obra de Chico que se confundem com os espectadores do programa e leitores da crítica escrita.

Conclusões

Em meio a esse panorama podemos notar que o processo de mediação do consumo musical possui traços de continuidade, inclusive destacando-se a permanência do papel da crítica do jornalismo cultural nessa rede, ao mesmo tempo em que se transforma com novos formatos de escuta e circulação da música. O que antes era um fenômeno de nicho, como sucesso na internet, acaba virando valor para o agendamento dos produtos musicais em práticas de comunicação já estabelecidas. Por outro lado, antigos modelos de consumo da música, como a venda física de discos, permanecem como práticas que têm agregado novas formas de circulação da música a exercícios críticos aprofundados.

A observação de como a crítica revela o entrelaçamento de experiências estéticas e práticas comunicacionais através do mapeamento de produtos musicais que circulam em espaços novos e já estabelecidos permite a compreensão da importância que o exercício dinâmico da crítica assume na consolidação de experiências estéticas, sociais e mercadológicas. Nesse sentido, as práticas críticas deixam de ser olhadas como acessórias à produção musical e passam a ser vistas como parte ativa das relações estéticas, afetivas e midiáticas presentes na música popular massiva.

Em meio a esse panorama podemos perceber como o processo de mediação do consumo musical possui traços de continuidade, inclusive destacando-se a permanência do papel da crítica do jornalismo cultural nessa rede, ao mesmo tempo em que se transforma com novos formatos de escuta e circulação da música.

Os exercícios críticos e as matérias sobre música veiculadas na televisão, mesmo quando adotam gramáticas tradicionais, apontam para

a ideia de que crítica musical se refere à capacidade de julgar, ou seja, emissões de opinião em modelos construídos ao longo da história do jornalismo cultural, que não só aferem valor aos produtos musicais, bem como posicionam crítico, objeto da crítica e consumidor no complexo jogo da cultura e comunicação contemporâneas.

Se a ideia de agendamento continua a valer, teremos que revê-la à luz de parâmetros que levem em consideração o modo como os acontecimentos tematizados são transformados em notícias e como isso significa uma mudança na ideia de agenda. Esse cenário mostra que ao mesmo tempo em que vão se transformando, os textos críticos também vão solidificando uma tradição em torno dos julgamentos estéticos de produtos das indústrias culturais. Essa perspectiva não desabona o valor dos julgamentos expressos em ferramentas como blogs, *Twitters* e sites pessoais. De certo modo, essa fatura de opiniões acabou por transformar as formas e modelos da crítica. O que não significa que toda postagem que contenha aferições de gosto seja considerado um exercício crítico. Por outro lado, não se advoga que a crítica seja uma prática restrita a jornalistas, e sim que há um modelo que permite diferenciar meras análises valorativas das críticas em sentido estrito. Antes de ser uma atividade pontual, restrita às práticas de julgamento de valor, a crítica está associada a processos editoriais que se afirmam como parte importante do entorno comunicacional do consumo de música.

Para a maioria dos críticos de rock (o que certamente foi minha experiência), a questão que importa não é tanto a representação da música para o público (do público para os músicos), como a criação de uma comunidade de conhecimento, orquestrando um conluio entre músicos selecionados e uma igualmente seleção de parte do público – selecionado em sua superioridade ao comum, ao consumidor pop indiscriminado. (FRITH, 1996, p. 66)

A ideia de agendamento possibilita notar o papel que a crítica adquire em tempos de abundância de produtos musicais. A qual-

quer tempo, no mundo contemporâneo, há milhões de músicas que disputam nossa atenção circulando pelos tecidos urbanos, pelas redes virtuais e entre suas interconexões. É bom lembrar que a mesma tecnologia que propiciou o aumento de difusão de música também ampliou sua produção. Assim, as críticas de música na televisão também podem ser pensadas sob os critérios da tematização do mundo jornalístico, ou seja: “Enquanto muitos temas competem pela atenção do público, somente alguns são bem-sucedidos em conquistá-lo, e os veículos noticiosos exercem influência significativa sobre nossas percepções sobre as quais são os assuntos mais importantes do dia”. (McCOMBS, 2009, p. 19)

Apesar de não trabalhado de maneira aprofundada ao longo do artigo, postula-se que do mesmo modo que se observa a permanência do valor da crítica, também é possível observar, através da mediatização e do agendamento dos produtos musicais, o importante papel que a crítica televisiva cobre em relação às discussões sobre valores estéticos, sociais, econômicos e tecnológicas da produção musical atual.

NOTAS

- ¹ Mantemos a grafia “mediatização” utilizada na citação para preservar a tradução da edição brasileira. Ao longo do texto optamos pelo aportuguesamento (“mediatização”), de ampla utilização no mundo acadêmico brasileiro.
- ² Segundo dados do IBOPE divulgados pela Rede Globo de Televisão, disponíveis em <http://comercial.redeglobo.com.br/programacao_show/fant5_globox.php>, o *Fantástico* responde por quase 50% da audiência televisiva das noites de domingo, sendo um dos principais programas da grade de programação da emissora.
- ³ Fonte: <<http://www.chicobastidores.com.br/>>, consultado em 21 de fevereiro de 2012.
- ⁴ De acordo com matéria do jornal *Extra*, disponível em <<http://extra.globo.com/tv-e-lazer/maria-beltrao-mistura-noticiario-comentario-no-programa-estudio-da-globo-news-276943.html>>, o programa é líder de audiência do horário entre o público maior de dezoito anos.
- ⁵ <<http://www.chicobastidores.com.br/>>

REFERÊNCIAS

- ALZAMORA, Geane. Do Texto Diferenciado ao Hipertexto Multimidiático: perspectivas para o jornalismo cultural. In: AZZOLINO, Adriana Pessate. *Sete propostas para o jornalismo cultural: reflexões e experiências*. São Paulo: Miró Editorial, 2009. p. 39-52.
- BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press, 2000.
- BRAGA, José Luiz. Experiência estética & mediatização. In: GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Carlos. *Entre o sensível e a Comunicação*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010. p. 73-88.
- _____. Midiatização como processo interacional de referência. In: MEDOLA, Ana Sílvia; ARAÚJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda (Org.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141-167.
- _____. *A sociedade enfrenta sua mídia – dispositivos sociais de crítica midiática...* São Paulo: Paulus, 2006.
- CAPIBARIBE LEITE, Fernanda; JANOTTI JR, Jeder. Reconfigurando as Teorias da Comunicação: as indústrias culturais em tempos de internet. In: MARCUS FERREIRA, Giovandro et al. *Teorias da Comunicação: trajetórias investigativas*. Porto Alegre: EdIPUCRS, 2010. p. 233-254.
- COELHO, Marcelo. *Crítica Cultural: teoria e prática*. São Paulo: Publifolha, 2006.
- COLOMBO, Patrícia. Em tempos modernos: Chico Buarque investe na internet para o lançamento de novo álbum, liberando músicas antes na rede. *Rolling Stone*, São Paulo, n. 58, p. 15, jul., 2011.
- FREIRE FILHO, João; JANOTTI JR., Jeder. *Comunicação e Música Popular Massiva*. Salvador: Edufba, 2006.
- FRITH, Simon et al. *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Endiburg: Cambridge University Press, 2001.
- _____. *Performing Rites: on the value of popular music*. Cambridge/Massachusetts: Harvard University Press, 1996.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 1999.

JANOTTI JR, Jeder; LIMA, Tatiana; NOBRE PIRES, Victor. *Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet*. Porto Alegre: Simplíssimo Editora, 2011 Disponível em; < www.dezanosamil.com.br>.

JANOTTI JR, Jeder; NOGUEIRA, Bruno. Um museu de grandes novidades: crítica e jornalismo musical em tempos de internet. In: AUTORIA FALTA. *Rumos da Cultura da Música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades*. Porto Alegre: Sulina, 2010. p. 209-226.

JANOTTI JR, Jeder. Entretenimento, Produtos Midiáticos e Fruição Estética. In: BOREELI, Sílvia; FREITAS, Ricardo F. *Comunicação, narrativa e culturas urbanas*. São Paulo: Educ, 2009. p 201-218.

_____. *Heavy Metal com dendê: rock pesado e mídia em tempos de globalização*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.

McCOMBS, Maxwell. *A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública*. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

MIÉGE, Bernard. *A sociedade tecida pela comunicação: técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social*. São Paulo: Paulus, 2009.

PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural*. São Paulo: Contexto, 2004.

RODRIGUES, Stella. A Banda Mais Bonita da Cidade vira fenômeno e se esforça para não se tornar one-hit wonder. *Rolling Stone*, São Paulo, n. 57, p. 23, junho de 2011.

SÁ, Simone Maria Andrade Pereira de (Org.). *Rumos da cultura música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades*. Porto Alegre: Sulina, 2010.

SHOEMAKER, Pamela J; VOS, Tim P. *Teoria do Gatekeeping: seleção e construção da notícia*. Porto Alegre: Penso, 2011.

STOCKFELT, Ola. Adequate Modes of Listening. In: COX, Christoph; WARNER, Daniel. *Audio Culture: readings in modern music*. New York/London: Continuum, 2006.

THÉBERGE, Paul. Plugged In: technology and popular music. In: FRITH, Simon; STRAW, Will; STREET, John. *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Endinburgh: Cambridge University Press, 2001.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo no jornalismo no século XX*. São Leopoldo-RS: Editora da Unisinos, 2002.

A tirania da positividade: formas e normas da vida feliz no *Globo Repórter*

João Freire Filho

Interpretações e encenações de uma existência genuinamente gratificante resplandecem por toda a Galáxia Midiática, despertando e legitimando sonhos. Como já assinalara Edgar Morin, há exatos 50 anos: “A felicidade é o *leitmotiv* da cultura de massa”. (MORIN, [1962] 2011, p. 124) O tempo não dissipou o encanto do *corpus* analítico examinado pelo pensador francês: canções de amor, evocações publicitárias do conforto, aventuras e romances hollywoodianos ainda fascinam o grande público. A indústria da felicidade desdobra forças, todavia, para rejuvenescer suas ofertas. Intrusivas janelas virtuais, testemunhos de celebridades e ações de *merchandising* certificam os prazeres da conectividade móvel. Revistas femininas divulgam os avanços na *parafernália da autoestima* (cosmética, vestuário, adornos, dietas, terapias e cirurgias estéticas). Publicações especializadas em bem-estar ensinam a manter a saúde perfeita e a usufruir da velhice como uma “segunda adolescência”. Vende-se “qualidade de vida” em anúncios de pacotes turísticos e em propagandas de condomínios paradisíacos (santuários onde se conjugam a segurança, o lazer, o *status* e os poderes restauradores da natureza). Com o disfarce canhestro de matérias científicas espontâneas, *releases* de psicofármacos celebram as soluções químicas de última geração para o alívio da irritabilidade e do desânimo (produzidos por contratemplos cotidianos ou por demandas sociais desmedidas). Para erradicar os sofrimentos do anonimato,

um paliativo se torna cada vez mais popular: os *reality shows* que propiciam às “pessoas comuns” a chance de desfrutar das recompensas subjetivas e financeiras da visibilidade. (FREIRE FILHO, 2011)

A diversificação de gêneros, formatos, plataformas e nichos midiáticos possibilita, também, que as conclusões de pesquisas empíricas sobre causas e efeitos da felicidade se alastrem, rapidamente, por públicos distintos. O novo eldorado acadêmico vem sendo explorado por psicólogos, economistas, biólogos e cientistas sociais, com a motivação explícita, às vezes, de nortear políticas públicas. (ANDREWS, 2011; BARTRAM, 2012; BERTHON et al., 2009; BINKLEY, 2010, BRUNNI; PORTA, 2005; CARVALHO et al., 2010; CHEMALI, 2008; DIENER, 2009; DIENER et al. 2010; FREIRE FILHO, 2010a, 2010b; GIANETTI, 2002; GRINDE, 2012; ILANA, 2008; KLEIN, 2005; LAFAYE, 2009; LAYARD, 2008; OSMONT, 2009; FREY; STUTZER, 2002; GRAHAM, 2009, 2011; ROCHA, 2011; SELIGMAN, 2011) A massificação dos discursos competentes colabora não apenas para consolidar conhecimentos pretensamente objetivos, mas também para incentivar o comprometimento íntimo com determinados valores e instituições, rituais e atitudes, estilos de pensamento e horizontes de experiência.

A constelação de representações e de receitas midiáticas da vida feliz permanece, todavia, relativamente ignorada pelos pesquisadores do campo da comunicação. A indiferença pelo tema é incompreensível, considerando-se a primazia da felicidade nos projetos de vida contemporâneos. No anseio de ser feliz, delineamos rigorosos *scripts* de conduta, ao mesmo tempo em que transigimos com certos caprichos juvenis. Em busca da autorrealização, empreendemos guinadas radicais em nossa trajetória profissional, redimensionamos obrigações e compromissos relevantes com o outro, seja no âmbito familiar, seja na esfera pública. Contemplando a alegria alheia, avaliamos nossa existência atual e definimos o tipo de pessoa que gostaríamos de ser ou de parecer.

Convencido de que a mídia contribui – de modo próprio e significativo – para a configuração dos imaginários sociais da felicidade, decidi analisar, em meu novo projeto de pesquisa, os distintos perfis das “pessoas felizes” traçados, desde a virada do século, pelo *Globo Repórter* (geralmente, em harmonia com as “últimas revelações da ciência”). Embora priorizem, às vezes, segmentos sociais específicos (a mulher, o trabalhador humilde ou o idoso), as decifrações jornalísticas dos “segredos da felicidade” possuem um notável denominador comum: a ênfase nas escolhas e nas transformações individuais. Examino, portanto, como a materialidade da linguagem televisiva (posicionamento e movimento de câmera, edição de imagens, sonorização, modos de apresentação, estrutura narrativa etc.) contribui para encorajar o telespectador a agir, de maneira responsável, em benefício de sua felicidade, retificando ou fortalecendo crenças, hábitos e condutas.

Obviamente, ao final da investigação, não almejo desvelar a *verdadeira felicidade*, ofuscada por relatos oriundos do campo científico e da arena midiática. Como diria Foucault ([1969] 1997), não se trata, aqui, de denunciar como o referente *felicidade* foi deformado ao longo do tempo, a fim de libertar da “tirania do texto” essa experiência “pré-discursiva”. Pretendo, em vez disso, discutir os impactos subjetivos e sociais gerados por investimentos maciços em versões particulares da vida feliz, em detrimento de outros itinerários possíveis. Interessame, mais precisamente, salientar aspectos problemáticos da conexão jornalística entre *felicidade* e *positividade*, tão recorrente, também, em instituições sociais e em ambientes organizacionais interessados na formação de pessoas otimistas, autoconfiantes, resilientes e produtivas (segundo os dicionários *Aurélio* e *Houaiss*, *positividade* é a “qualidade ou estado daquele que demonstra intenção ou disposição de colaborar, de ser útil, construtivo”; “que revela otimismo, confiança, vontade de vencer”).

No perímetro restrito deste artigo, detenho-me no exame de uma única edição do *Globo Repórter*, catalogada por seus realizadores com

o singelo título de *Felicidade*. Veiculado em 15 de novembro de 2002, o programa teve como gancho a divulgação de uma enquete do Ibope sobre o nível e as fontes de contentamento dos brasileiros. A atração mobilizou histórias pessoais marcantes e conhecimentos especializados para aprofundar a identificação dos fatores intrínsecos e das circunstâncias externas que afetariam a felicidade individual. Que tipos de personalidade, padrões de comportamento e modelos de convivência foram valorizados? Quais as identidades e os estilos de vida apontados ou insinuados como problemáticos? Com base em que verdades e autoridades? Que benefícios pessoais e coletivos foram associados ao bem-estar subjetivo? Em sintonia com que racionalidades políticas e econômicas? Essas são questões essenciais e inter-relacionadas que planejo responder no decorrer de minha análise, compatibilizando o estudo das estratégias televisivas de produção de sentido e formas de agenciamento com a reflexão sobre o papel ético e político do jornalismo na vida social.

Globo Repórter: renovando as fórmulas do sucesso

Lançado em abril de 1973, o *Globo Repórter* é o segundo mais longo produto jornalístico da TV Globo, só perdendo em antiguidade para o *Jornal Nacional*. Trabalhos acadêmicos costumam dividir a trajetória do programa em duas etapas – um período inicial, fortemente marcado pela participação autoral de cineastas de esquerda, cuja perspectiva engajada conferia um caráter de documentário social a determinadas edições; e uma segunda fase, principiada entre 1982 e 1983, na qual passou a prevalecer um enfoque mais tipicamente jornalístico (com ênfase na participação do apresentador no estúdio e do repórter no local dos acontecimentos), aliada à assimilação de procedimentos narrativos da teledramaturgia. (DUARTE, 2006; MILITELLO, 1997; PALHA, 2007, 2008; RESENDE, 2005; SACRAMENTO, 2011)

Para os propósitos de minha pesquisa, importa acompanhar uma terceira reformulação da linha editorial do *Globo Repórter*, perceptível a partir da segunda metade da década de 1990, quando a atração investiu, de modo mais sistemático, na conquista das classes C e D – camada da população cujo poder de compra se fortalecera após o controle inflacionário obtido com o Plano Real.¹ De 1996 em diante, o espetáculo telejornalístico começou a ser organizado em edições monotemáticas, ocorrendo um revezamento semanal de matérias sobre aventura/ecologia, ciência e comportamento, conforme salientam as descrições oficiais² e amadoras³ do programa.

Editora-chefe desde o final de 1995, Silvia Sayão ratifica que o *Globo Repórter*, em seu momento atual, dá preferência à abordagem de temas com maior apelo popular, dotados de uma “dose de ousadia, algo de novo”, destrinchando-os com uma linguagem universalmente compreensível.⁴ “Nosso objetivo é alcançar todo mundo, de todas as camadas sociais”, esclarece a jornalista. “É aí que vem a dificuldade que temos de pensar nas pautas do programa. Um dos assuntos de interesse geral e que sempre traz uma ótima audiência são os temas ligados à qualidade de vida.”⁵

Atualmente, o *Globo Repórter* é exibido às sextas-feiras, das 22h25 às 23h20. De acordo com o Ibope, em junho de 2012, o programa obteve, em média, 26 pontos de audiência domiciliar, com 49% de *share*. Seu público é predominantemente feminino, da classe C e com idade entre 25 e 49 anos. (IBOPE, 2012)

Fazendo Pessoas Felizes

As revelações dos *segredos da felicidade* feitas, periodicamente, pelo *Globo Repórter*⁶ integram o bem-sucedido núcleo temático da “qualidade de vida”. A edição de 15 de novembro de 2002 favoreceu as receitas das pessoas comuns, fundamentadas em sua experiência biográfica. “Nossos repórteres viajaram por todo o país em busca de bra-

sileiros felizes. O que eles descobriram?”, anuncia o apresentador Sérgio Chapelin, de maneira solene, no texto de abertura. Ao longo dos 44 minutos de programa, a repórter Sonia Bridi nos apresenta uma sucessão de figuras inspiradoras. A primeira delas é o “filósofo sertanejo” Seu Cledenor. Com trabalho árduo, o agricultor semianalfabeto conseguira comprar uma propriedade de 160 alqueires. A descoberta de petróleo em suas terras – além de ter possibilitado a aquisição de uma casa nova, celular e caminhões para o transporte de tomates – reforçou sua crença no valor da esperança e da determinação: “Isso foi uma coisa dada por Deus, ele viu a minha luta, viu a minha fé, meus esforços, minha diligência, o meu sofrimento.” Para provar que dinheiro não é garantia de felicidade constante (um dos argumentos centrais do programa), Sonia Bridi invoca, logo em seguida, o testemunho de Seu Deodato, afortunado vizinho de Cledenor: existiam 76 poços de petróleo em seu terreno; ainda assim, passada a alegria com o primeiro dinheiro que entrara na conta, Seu Deodato retornou ao mesmo humor de sempre – “meio resmungão”, brinca a repórter.

Outra história pessoal edificante, com prelúdio menos alvissareiro, confirma que a felicidade não está vinculada, essencialmente, à “cortesia da sorte” ou aos “golpes do destino”, mas à forma como encaramos a vida. Aos 27 anos, a bela psicóloga Mara Gabrilli ficara parálitica do pescoço para baixo, após um acidente de automóvel. Provida de “incrível otimismo”, não aceitou confinar-se “na imagem que muitos fazem dos deficientes físicos”, como ilustra o diálogo inicial com a jornalista do *Globo Repórter*:

SONIA BRIDI: *Muita gente acha assim: acontece um acidente, você fica paralisada, os braços, as pernas, que você vai ficar miserável, se sentindo a última das mulheres, chorando o dia inteiro...*

MARA GABRILLI: *Não [pausa breve, seguida de risos]. Que última das mulheres... Não, imagina, pelo contrário, eu me sinto entre as primeiras...*

Com a autoestima elevada, Mara Gabrilli expôs o corpo para uma revista masculina, no primeiro ensaio erótico de uma tetraplégica em nosso país (cinco fotos, inclusive com seios à mostra, são desveladas no programa, ao som de *I feel good*, hino tonificante cantado por James Brown); a ousadia lhe rendeu o convite para protagonizar campanhas publicitárias de *lingerie*, instigando o “despertar da sensualidade” em outras deficientes. “Sinto uma alegria que viceja no meu corpo, de estar viva, sabe? Eu sou uma pessoa muito cheia de vontade... E eu luto mesmo, com todas as minhas forças, não espero nada acontecer para ser feliz... É tipo já, né?”, afirma Gabrilli, sinônimo perfeito de *resiliência*, área diletta de investigação da psicologia contemporânea.⁷ Para manter o bem-estar, a cadeirante se exercita em uma academia de ginástica adaptada às suas condições especiais de locomoção. Dificuldades para transitar em outros espaços privados ou públicos não foram abordadas durante o programa. Na edição do depoimento para Sonia Bridi, tristezas e aborrecimentos jamais vêm à tona. Tomamos conhecimento de que Gabrilli criou uma ONG para ajudar deficientes físicos, mas não há qualquer referência aos problemas assistidos pela entidade. O mote da conversa é a aposta da psicóloga em um “estilo pessoal” (como ela mesmo diz) de viver a vida positivamente. Na última sequência da entrevista, a câmera sempre fechada em seu rosto (onde sobressaem os cintilantes olhos verdes), quase nos leva a crer que a positividade foi capaz de dissipar, de uma vez por todas, a paralisia de movimentos corporais.

Os casos edificantes veiculados posteriormente deixam transparecer a índole conservadora das formas e das normas da vida feliz enaltecidas no programa (sob a égide da pesquisa de opinião realizada pelo Ibope e de investigações científicas com procedência e metodologia obscuras). A enquete nacional teria identificado, por exemplo, onde se encontra a morada da felicidade, para a maior parte de nossos compatriotas: “A felicidade está na vida tranquila, segura, na fala mansa, a felicidade vive no interior”, informa Sonia Bridi, acionando contrastes caracte-

rísticos da oposição valorativa entre a vida no *campo* (áreas rurais e regiões interioranas “puras”, “pacatas”, “saudáveis”, “solidárias”) e na *cidade* (capitais e metrópoles “decadentes”, “insalubres”, “traíçoeiras”, “desalmadas”), um sistema axiológico vigente, com modulações variadas, desde a antiguidade greco-romana. (ROSEN; SLUITER, 2006; WILLIAMS, 1975)

A tese é supostamente comprovada pelo depoimento de Seu Ranauro Soares e Dona Eliana, casal modelar residente em Sete Lagoas, no interior de Minas Gerais. Da união quase cinquentenária entre o corretor de imóveis carioca e a “moça do interior” (de ocupação indeterminada; aliás, nem mesmo o seu nome figura no gerador de caracteres) floresceu “uma grande família mineira”: dois filhos e seis netos. A descoberta da felicidade veio com o nascimento do primogênito, relembra Seu Ranauro, com voz embargada e olhos lacrimosos; a satisfação com a vida foi amplificando-se, à medida que a prole crescia: “Eu acho que hoje eu me sinto mais feliz, porque a gente se realiza mais vendo o neto e o filho realizados, então a gente complementa aquela felicidade que tinha na juventude.” Sentada ao seu lado, Dona Eliana concorda: “Eu também acho que sou mais feliz hoje” (é a única ocasião em que ouvimos a voz de Eliana, nos quatro minutos do segmento gravado em sua casa).

Tendo como fundo musical *Shiny happy people* (da banda de rock estadunidense R.E.M.), 13 integrantes da família posam para um fictício registro fotográfico da perfeita felicidade doméstica. Uma nuvem de preocupação pairava, todavia, sobre aquele cenário de contentamento: a partida eminente dos mais jovens para estudar na cidade grande, “violenta”, “perigosa”. Ninguém no clã dos Soares – nem mesmo os representantes da nova geração – parece nutrir pensamentos e emoções ambivalentes em relação a interdições e compromissos intrínsecos à ordem familiar: “Amor é fundamental para a felicidade?”, indaga Sonia Bridi, num gesto puramente retórico. “Com certeza, justamente o amor de família”, responde a adolescente Tatiane

Soares, seguindo o *script* previsto. Seu irmão ainda complementa: “Sempre que você precisa, você tem a família ali para te ajudar, para te dar apoio. Na hora de dar bronca, a família tá ali pra te corrigir, te ensinar”. Sucedem-se flagrantes de sorrisos, abraços e beijos trocados entre toda a parentela. O elogio à segurança, à disciplina e à alegria dentro do arranjo familiar tradicional é arrematado por um comentário da repórter: “As pesquisas mostram que são mais felizes os casados. Os que convivem com bastante gente, essa rede de relacionamentos, onde todo mundo se ajuda, é um escudo contra a tristeza.”

Como esse quadro da felicidade tocará o coração dos solteiros que residem nas metrópoles, sem filhos e com temperamento pouco gregário? No instante em que começamos a especular a respeito de seu malfadado destino, surge na tela outro casal exemplar: o empresário e bibliófilo José Mindlin (falecido em 2010) e sua esposa, um “romance” que já durava 64 anos. “É o casamento perfeito: ele gosta de ler poesia em voz alta; ela, de ouvir”, comenta Sonia Bridi. A narração da felicidade conjugal se afigura, mais uma vez, como prerrogativa masculina: “Eu, um dia, fui à faculdade e vi um círculo de rapazes em torno de uma moça loura que me pareceu bonita”, recordou-se José Mindlin. “Ela dizia: ‘Entre no partido liberal, entre no partido acadêmico etc.’ Entrei na conversa e disse para ela: ‘Tudo isso é bobagem, se você quer um bom partido, tá aqui, compreende?’ E ela me tomou a sério, pegou pela palavra”... “Peguei pela palavra”, ecoou Dona Guita (nome entreouvido em um dos diálogos; a identificação do par feminino foi – novamente – omitida da tela). Para finalizar, o proprietário da maior biblioteca privada do país nos oferece um conselho pouco livresco: “As pessoas precisam ter um sentido adequado de valores. O que vale a pena perseguir, o que vale a pena não permitir que aborreça. Ver os aspectos bons da vida, que são muitos.”

Quando já começávamos a desconfiar de que “a felicidade é branca”, entra em cena Dona Delma Felipe, uma faxineira corpulenta de 53 anos, primeira pessoa negra apresentada naquela edição do *Globo*

Repórter. Proprietária de uma “casinha” em Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense, Dona Delma é tratada como prova concreta da inexistência de uma correlação obrigatória entre prosperidade material e maior sensação de felicidade (a pesquisa do Ibope apontara que, no Brasil, são as pessoas mais pobres que se declaram mais felizes). O local de trabalho ficava longe de sua residência, a rotina era desgastante, o dinheiro sempre minguado, mas Dona Delma vivenciava os apertos da pobreza com jovialidade: mantinha a face risonha, escancarando, com frequência, a boca desprovida dos incisivos superiores. “Nunca tive tempo para brincar ou estudar; mesmo assim, eu fui uma criança alegre e fui crescendo assim, desse jeito.” Apenas uma vez, durante o programa, ela ensaia manifestar angústia: “Hum, se eu ver (sic) a minha despensa vazia, eu já começo a ficar desesperada, já.” O prenúncio de desabafo é cortado, abruptamente, por uma ressalva de Sonia Bridi: “...mas basta o essencial para Dona Delma voltar a rir”, observação sobreposta à imagem de outro momento da entrevista, em que as duas compartilham um sofá, às gargalhadas. Não foram mencionadas quais seriam, exatamente, as “necessidades essenciais” que condicionavam o humor de Dona Delma. Prevaleceu o interesse em retratar a faxineira como uma daquelas pessoas dotadas, por natureza, de *cabeça-fria*, *cuca-fresca*. A pauta e a seleção de imagens da entrevista evocam a caracterização dos negros humildes em antigas produções hollywoodianas e telenovela nacionais – sempre ingênuos, graciosos, espontâneos e prestativos.

Não era a primeira vez que Dona Delma aparecia na mídia: descobri, durante a pesquisa, que ela participara da reportagem *De bem com a vida*, publicada pela *ISTOÉ*, em 18 de abril de 2001. A matéria menciona detalhes biográficos não fornecidos pelo *Globo Repórter*, como o fato de Dona Delma ter assumido a criação de três filhos pequenos, ao separar-se do primeiro marido; casada novamente, teve outra criança e enviuvou, depois de 27 anos de relacionamento, tornando-se responsável por uma família acrescida de sete netos. De acordo com a

revista, o inquebrantável “alto astral” da faxineira (“Não consigo ficar triste, tô sempre rindo”) era “valorizadíssimo” pelas patroas: “Delminha não tem rugas na alma. Eu a observo e tiro lições da capacidade que ela tem de descomplicar”, declarou a juíza carioca Denise Frossard. (LOBATO; MORAES, 2001, p. 90) Professora irremunerada de otimismo, “Delminha” não expôs, daquela vez, a dentição capenga – na foto que ilustra o texto da *ISTOÉ*, ela sorri de modo contido, trazendo uma camiseta branca com o desenho primário de uma criança risonha; ao seu lado, vestindo um *tailleur* azul-escuro e ostentando dentes artificialmente clareados, Denise Frossard segura uma flanela, como se estivesse limpando uma divisória de vidro. Moral da história: a igualdade entre as classes se conquista com simpatia e bom humor, sem *estresse*.

Em outros trechos do *Globo Repórter*, o desgosto ou a raiva, mesmo quando afloram em circunstâncias sociais adversas, também são rechaçados como armadilhas dispostas no caminho até a felicidade. A analista de sistemas Eliane Bezerra costumava irritar-se com coisas como a sujeira nas ruas e a deseducação dos motoristas no trânsito. Conseguiu silenciar o sentimento de revolta, no entanto, fazendo sessões de relaxamento durante o expediente de trabalho. “Aromas, barulho de água caindo e uma sessão de *shiatsu*, massagem que alivia tensões...”, descreve Sonia Bridi, em tom poético.

Mais a frente, o telespectador aprende que o dinheiro pode não trazer felicidade, mas a felicidade ajuda, sem dúvida, a aumentar os ganhos corporativos: “Os felizes, segundo a pesquisa Ibope, trabalham uma hora e meia a mais por dia e, além de pensar mais em trabalho, dão um valor maior ao que fazem.”⁸ Ciente da alardeada boa-nova, uma empresa de equipamentos e serviços adotara um método que usava a felicidade como “fonte de produtividade”: “Não há horários, mas tarefas a cumprir, metas a alcançar”, esclareceu Bridi. Executivos da firma aparecem discutindo como reduzir custos sem demitir funcionários, enquanto balançam em redes ao ar livre. Para

aqueles felizardos, a implantação de horários indefinidos de trabalho não resultou, ao que parece, na tão comum e fatigante indistinção de fronteiras entre atividade profissional e vida privada.

Palavra de Especialista

No programa esmiuçado neste artigo, a presença dos *experts* pode ser qualificada como discreta, se tomarmos como parâmetro o comparecimento em outras edições do *Globo Repórter*. Foram veiculadas declarações do psiquiatra Valentim Gentil – chefe do Instituto de Psiquiatria da USP e líder de um grupo de pesquisa “que está desvendando os mecanismos que regulam o nosso humor” – e do economista Eduardo Giannetti da Fonseca – autor de *Felicidade* (2002), obra interessada em compreender “por que o progresso e a melhoria das condições materiais e de saúde não fazem a humanidade mais feliz”, segundo a sinopse de Sonia Bridi.⁹

A segunda participação de Giannetti, dentro do programa, é a mais relevante: funciona como contraponto positivo a uma queixa de Doca, criador do *Rap da felicidade*, em parceria com Cidinho Silva (os versos iniciais da canção ainda devem perdurar na memória do leitor: “Eu só quero é ser feliz/ Andar tranquilamente na favela onde eu nasci, é/ E poder me orgulhar/ E ter a consciência (sic) que o pobre tem seu lugar [...]”). O tópico em pauta, naquele segmento, era a incompatibilidade entre a sensação de felicidade e a experiência do medo, hipótese validada pela “evolução nas imagens dos exames de ressonância magnética do cérebro” (uma ligeira arte gráfica tentou demonstrar a “avalanche de atividades que envolvem todas as regiões cerebrais”, em especial os “gânglios da base”, quando nos sentimos felizes). A conversa com os dois cantores girava em torno, exclusivamente, do clima de terror instalado pelo “poder paralelo” do tráfico, até que o depoimento de Doca ameaçou trazer à baila as deficiências estruturais da favela Cidade de Deus (fotografada com cores saturadas

e outros batidos maneirismos estetizantes): “Infelizmente, a gente não tem nem quintal para morar. Como é que a gente vai conseguir educar os nossos filhos na nossa própria casa, se quando você abre a porta eles já estão na rua?” A edição optou por emendar o questionamento do funkeiro com uma reflexão de Giannetti a respeito do *milagre da felicidade* no Brasil:

A precariedade das condições objetivas da maioria da população brasileira, num país civilizado europeu, seria uma razão para a pessoa passar a vida muito amarga e muito desesperançada. No entanto, aqui no Brasil, ao contrário – e isso surpreende todos os visitantes europeus e americanos –, as pessoas conseguem tirar leite das pedras, transformando pouco em muito.

Coube ao economista, também, a palavra final do programa. Sentado à frente de uma sortida estante de livros, Giannetti continuou a discorrer sobre a prevalência da felicidade mesmo em circunstâncias externas desfavoráveis: “A felicidade é muito mais uma questão da imaginação humana, do temperamento, da fantasia, do sonho. Ela mora mais na imaginação humana do que no bolso ou nas condições materiais.” Seu pensamento foi traduzido, visualmente, por imagens de crianças brincando na praça – um provável tributo à etapa da vida em que – supõe-se – o livre curso dos sonhos e da inventividade não costuma provocar interrogações dolorosas e “emoções negativas”.

Considerações Finais

A edição do *Globo Repórter* de 15 de novembro de 2002 parece ter sido elaborada com um propósito central: desenvolver a tese de que a felicidade não depende, primordialmente, de circunstâncias objetivas extrínsecas (por exemplo, instituições, regulações e condições gerais de vida com as quais o indivíduo se confronta), mas de disposições internas, como crenças, atitudes e representações mentais (o programa não faz alusão a valores e práticas religiosas).

Constrangimentos financeiros e limitações de acesso à educação e à assistência médica se afiguram irrelevantes, na presença de um *capital psicológico positivo* profuso como o de Dona Delma. A reiterada representação do “pobre feliz” fortalece a ideia de que a desigualdade social e a carência material talvez não sejam tão danosas quanto apregoam alguns cientistas, pensadores e militantes políticos. No limite, a pobreza pode ser até enquadrada, romanticamente, como uma benção, porque mantém os indivíduos distantes da competição por *status* e de outras mazelas da afluência e do progresso. Tais conjecturas – capazes de apaziguar, sem dúvida, a consciência daqueles que vivem com conforto – evidenciam os prejuízos, em matéria de justiça social, do uso de uma concepção emocionalista e despolitizada de felicidade como baliza para avaliações e formulações de diretrizes governamentais.

A edição do *Globo Repórter* contém outros questionáveis pressupostos subjacentes. Com entonação aprobativa, Chapelin e Bridi ressaltam, em vários momentos, o caráter subjetivo dos significados e dos itinerários da felicidade. A transferência retórica dos parâmetros da vida feliz para o terreno das preferências individuais não redundam, entretanto, na legitimação de novos e diversificados roteiros de autorrealização. Pelo contrário: testemunhamos, continuamente, um reforço normativo que rechaça as possíveis implicações polêmicas latentes em conceituações subjetivistas da felicidade. Com o respaldo da palavra dos *experts* e da autenticidade emocional dos entrevistados, são enaltecidas, por exemplo, as benesses dos relacionamentos heterossexuais duradouros – sobretudo, aqueles que culminam na formação familiar mais tradicional, onde a esposa se contenta em resguardar interesses do patriarca, repercutindo suas vontades e opiniões. Sem grande esforço interpretativo, subentendemos a ameaça contida naqueles quadros sentimentais: certas orientações sexuais e opções existenciais jamais conduzirão à felicidade plena e autêntica.

Em outros relatos, o *Globo Repórter* parece vincular a felicidade a uma ética centrada na livre escolha do próprio destino. Como já era previsível, os anseios por autodeterminação, reverberados ao longo do programa, não comportavam um repúdio de paradigmas, convenções ou hierarquias reinantes. Em nome da satisfação pessoal, o advogado Ruy Marra efetuou uma brusca mudança de profissão, abandonando os tribunais para tornar-se instrutor de asa-delta: “Sinto que estou guiando mais a minha vida, do que sendo guiado.” A fim de romper com o estereótipo do deficiente físico passivo e acanhado, Mara Gabrielli se desnudou em uma revista que atende, convencionalmente, às fantasias masculinas; a dedicação da psicóloga a outras formas de enfrentamento de preconceitos e de restrições de liberdade foram ignoradas pela reportagem.

Em *A arte da vida*, Bauman observa, com razão, que existe algo de desconcertante na pergunta “o que há de errado com a felicidade?”. À primeira vista, estaríamos perante uma indagação tão disparatada quanto “o que há de malcheiroso numa rosa?”. (BAUMAN, 2009, p. 7) É fundamental, no entanto, formularmos essa interrogação impertinente, sobretudo numa conjuntura histórica em que um número crescente de pessoas afirma, com presumida modéstia, num movimento quase instintivo: “Eu quero, *apenas*, ser feliz...”.

Os roteiros de busca da felicidade delineados pelo *Globo Repórter* demonstram, exemplarmente, como essa sublime aspiração pode ser atrelada a processos de normalização de desejos, regulação de comportamentos e estigmatização de afetos ou estados de ânimos cruciais tanto para o amadurecimento subjetivo quanto para a justiça social, como a tristeza e a indignação.

NOTAS

¹ “Com o aumento significativo da audiência do público das classes C e D no final de 1996, o desafio do *Globo Repórter* passou a ser tratar dos assuntos de apelo mais abrangente, capazes de interessar ao telespectador de todas as classes, mantendo o

alto nível de qualidade da informação.” Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-238604,00.html>>. Acesso em: 03 jul. 2012. Nos quatro anos iniciais do Plano Real (implementado em julho de 1994), 6,3 milhões de domicílios brasileiros receberam seu primeiro aparelho de TV. A venda de televisores atingiu, naquele período, 28 milhões de unidades. (*Folha de S. Paulo*, Mais!, 12/04/98, p. 4)

- 2 “Programa semanal de reportagens com foco em comportamento, aventura, ciência e atualidades, [...] também vem levando ao telespectador, com riqueza de imagens, informações sobre os lugares mais exóticos do Brasil e do mundo, novas pesquisas científicas nas áreas de saúde e tecnologia, além de curiosidades sobre o mundo animal.” Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-238604,00.html>>. Acesso em: 03 jul. 2012; “Comportamento, atualidades, saúde, natureza e muita aventura são alguns dos temas que fazem do *Globo Repórter* o programa de reportagens mais assistido e prestigiado na televisão brasileira. Sérgio Chapelin comanda a atração e apresenta diversas realidades curiosas.” Disponível em: <http://comercial.redeglobo.com.br/programacao_reportagem/rep07_intro.php>. Acesso em: 01 ago. 2011; “O *Globo Repórter* pode ser considerado um marco no telejornalismo investigativo, com imagens e edições bem tratadas, textos e acabamento de produção bem cuidados. O programa especializou-se em aprofundar temas de interesse geral, principalmente os ligados à aventura, comportamento, ciência, saúde, história, pesquisa, futuro, documento e arte, ao nível do debate, interpretação e opinião. [...] Em 2008 o programa comemorou 35 anos com novo cenário e pauta interativa. O público escolheu através da internet o tema do primeiro programa do ano: ‘Saúde e qualidade de vida.’” Disponível em: <<http://comercial2.redeglobo.com.br/programacao/Pages/globo-reporter.aspx>>. Acesso em: 14 maio 2012.
- 3 “O programa evita temas polêmicos e grandes denúncias, preferindo exibir reportagens relacionadas ao cotidiano brasileiro, como saúde, educação, trabalho, avanços na medicina etc.” Comunidade oficial no Orkut (10.970 membros). Disponível em: <<http://www.orkut.com/Main#Community?cmm=26871965&hl=pt-BR>>. Acesso em: 04 ago. 2012.
- 4 Palestra para alunos do curso de telejornalismo do Globo Universidade, realizado em parceria com a PUC-Rio. Disponível em: <<http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=56&inford=3060>>. Acesso em: 03 jul. 2012.
- 5 Palestra para integrantes da Turma 2011 do Master em Jornalismo – Gestão de Empresas de Comunicação. Disponível em: <<http://www.masteremjornalismo.org.br/categorias/10-principal/noticias/2676-silvia-sayao-as-estrategias-para-o-globo-reporter-ha-38-anos-no-ar>>. Acesso em: 03 jul. 2012.
- 6 *Viver mais e melhor* (02/10/2003); *Mandamentos para uma velhice feliz* (26/08/2005); *Felicidade* (28/10/2005); *Vivendo bem até os 100* (15/12/2006);

Novos velhos (27/06/2008); *Reinventando a vida* (19/12/2008); *Segredos da longevidade* (03/04/2009); *Japão: os segredos da longevidade* (04/12/2009); *Volta por cima* (18/12/2009); *Brunei: um país de sonhos* (09/04/2010); *Segredos da longevidade* (13/08/2010); *Itália: cidades do bem viver* (03/12/2010); *Butão: o país da felicidade* (20/05/2011); *Depois dos 50* (15/07/2011); *Mapa da longevidade no Brasil* (31/01/2012), entre outras.

- ⁷ Termo tomado de empréstimo da física, *resiliência* é um constructo usado em pesquisas que avaliam a capacidade de indivíduos ou de grupos sociais para responder, de modo psicologicamente positivo, a eventos traumáticos, condições estressantes e demandas de *flexibilidade laboral*, retornando ao nível de conforto originário ou saindo da experiência internamente enriquecidos.
- ⁸ Inúmeras pesquisas do campo da administração e da psicologia organizacional vêm tentando estabelecer, de fato, um nexos significativo entre *felicidade* – definida, para fins operacionais, como “um amplo estado de bem-estar positivo (abrangendo emoções positivas, satisfação com o trabalho, saúde e engajamento)” (XANTHOPOULOU et al., 2010, p. 301-302) – e *desempenho produtivo*. Apesar da reconhecida falta de evidências empíricas confiáveis, a noção de que trabalhadores felizes são mais eficientes (dedicados, proativos, resilientes, saudáveis, comunicativos, amistosos...) foi incorporada, firmemente, por ideologias e práticas do *management* contemporâneo: “Certamente, o triunfo de uma organização poderá estar nos seus componentes humanos. E estes, se trabalham com felicidade, poderão contribuir para o posicionamento estratégico da empresa no mercado onde atuam” (AMORIM; CAMPOS, 2002, p. 20); “Felicidade é um combustível importante para quem pretende crescer na carreira. A sensação de fazer o que gosta e de estar bem consigo mesmo permite que a pessoa produza mais, destaque-se e, assim, se habilite para ocupar uma posição mais alta. Pessoas felizes são melhores analistas, inovadoras e tomadoras de decisão, diz o professor Paul Ingram, diretor do programa de executivos da Columbia Business School, em Nova York” (SCHINCARIOL, 2009); “Felicidade e otimismo realmente *abastecem* o desempenho e a conquista – dando-nos uma vantagem competitiva que denomino Vantagem da Felicidade. [...] [C]ultivar cérebros positivos nos torna mais motivados, eficientes, resilientes, criativos, produtivos. Tal descoberta tem sido confirmada por milhares de estudos científicos e pela minha própria pesquisa com 1.600 estudantes de Harvard e com dezenas de empresas situadas entre as 500 primeiras no *ranking* mundial da *Forbes*. Nesse livro, você não apenas aprenderá por que a Vantagem da Felicidade é tão poderosa, mas também como pode usá-la para aumentar o sucesso no trabalho” (ACHOR, 2010, p. 14); “O trabalhador feliz produz mais do que o infeliz a longo prazo. Raramente falta no trabalho, tem menos chance de deixar a empresa, não se limita a cumprir o dever e atrai gente igualmente comprometida com o trabalho. [...] [N]ão se trata de *contentamento*, que denota certa acomodação. [...] [U]ma força de trabalho vicejante é aquela na qual o trabalhador não é apenas satisfeito e

produtivo, mas também participa da criação do futuro – o da empresa e o próprio. O trabalhador que viceja tem uma certa inquietação – e é altamente energizado –, mas sabe evitar o esgotamento”. (SPREITZER;PARATH, 2012, p. 43-44)

- ⁹ Apenas para citar um exemplo, em outra edição intitulada *Felicidade* (28/10/2005), o *Globo Repórter* exibiu declarações de seis peritos: um doutor em estatística, um neurocirurgião, um geneticista, uma psicóloga, um oncologista e um economista.

REFERÊNCIAS

ACHOR, S. *The happiness advantage: the seven principles of positive psychology that fuel success and performance at work*. Nova Iorque: Crown Publishing Group, 2010.

AMORIM, M. V.; CAMPOS, A. C. C. F. A felicidade no trabalho: estudo sobre sua revelação e articulação com a produtividade. In: Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 22., Curitiba. *Anais eletrônico...*Curitiba: Abepro, 2002. p. 1-17. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2002_TR15_0320.pdf>. Acesso em 09/03/2012.

ANDREWS, S. *A ciência de ser feliz*. São Paulo: Editora Ágora, 2011.

BARTRAM, D. Elements of a sociological contribution to happiness studies. *Sociology Compass*, v. 6, n. 8, p. 644-656, 2012.

BAUMAN, Zygmunt. *A arte da vida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

BERTHON, S. et al. Du bonheur à l'être heureux. In: BERTHON, S. et al. (Ed.). *Ethnologie des gens heureux*. Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 2009. p. 1-21.

BINKLEY, S. A felicidade e o programa de governamentalidade neoliberal. In: FREIRE FILHO, J. (Org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2010. p. 83-104.

BISWAS-DIENER, R. (Ed.). *Positive psychology as social change*. London: Springer, 2011.

BRUNI, L.; PORTA, P. L. (eds.) *Economics & happiness: framing the analysis*. Oxford: Oxford University Press, 2005.

CARVALHO, M. B. et al. A felicidade em foco – mensurando conceito metafísico para estratégia governamental e recomendações organizacionais. *Revista de*

- Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, Santa Maria, v. 3, n. 2, p. 269-287, 2010.
- CHEMALI, Z. et al. On happiness: a minimalist perspective on a complex neural circuitry and its psychosocial constructs. *Journal of Happiness Studies*, v. 9, p. 489-501, 2008.
- COSTA, M. H. G. *O modo de endereçamento do Globo Repórter: uma análise a partir de três períodos historicamente distintos*. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Salvador, 2010.
- CROMBY, J. The greatest gift? Happiness, governance and psychology. *Social & Personality Psychology Compass*, vol. 5, n. 11, p. 840-852, 2011.
- DIENER, E. *The science of well-being. The collected works of Ed Diener*. Londres: Springer, 2009.
- DIENER, E. et al. (Ed.). *International differences in well-being*. Oxford: Oxford University Press, 2010.
- DUARTE, D. R. *Figurações do ordinário no Globo Repórter dos cineastas*. 2006. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2006.
- DUTT, A. K.; RADCLIFF, B. *Happiness, economics and politics: towards a multi-disciplinary approach*. Cheltenham: Edward Elgar, 2009.
- EID, M.; LARSEN, R. J. (Ed.). *The science of subjective well-being*. Nova Iorque: The Guilford Press, 2008.
- FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997 [1969].
- FREIRE FILHO, J. Existir aos olhos dos outros: *reality shows*, as “aventuras autênticas” de indivíduos em busca de reconhecimento. In: FREIRE FILHO, J.; BORGES, G. (Org.). *Estudos de televisão: diálogos Brasil-Portugal*. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 115-148.
- _____. O anseio e a obrigação de ser feliz hoje. In: FREIRE FILHO, J. (Org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2010a, p. 13-25.

_____. A felicidade na era de sua reprodutibilidade científica: construindo “pessoas cronicamente felizes”. In: FREIRE FILHO, J. (Org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2010b. p. 49-82.

FREY, B. S. *Happiness: a revolution in economics*. Cambridge, MA: MIT Press, 2008.

FREY, B. S.; STUTZER, A. *Happiness and economics: how the economy and institutions affect human well-being*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2002.

GIANETTI, E. *Felicidade: diálogos sobre o bem-estar na civilização*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

GRINDE, B. *The biology of happiness*. Londres: Springer, 2012.

GRAHAM, C. *The pursuit of happiness: an economy of well-being*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press, 2011.

_____. *Happiness around the world: The paradox of happy peasants and miserable millionaires*. Oxford: Oxford University Press, 2009.

HOSIE, P. *et al.* The impact of happiness on managers’ contextual and task performance. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, v. 50, n. 3, p. 268–287, 2012.

IBOPE: Média Workstation – jun/2012 – Total de Ligados Especial. Disponível em: <<http://comercial2.redeglobo.com.br/programacao/Pages/globo-reporter.aspx?a=2#>>. Acesso em: 03 jul. 2012

KLEIN, S. *A fórmula da felicidade: como as descobertas das neurociências podem ajudar você a produzir emoções positivas, harmonia e bem-estar*. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

LAFAYE, C. G. *Penser le bonheur aujourd’hui*. Louvain-la-Neuve: Presses universitaires de Louvain, 2009.

LAYARD, R. *Felicidade: lições de uma nova ciência*. Rio de Janeiro: Best Seller, 2008.

ILANA, L. La nouvelle économie du bonheur. *Mouvements*, v. 2, n. 54, p. 78-86, 2008.

LOBATO, E.; MORAES, R. De bem com a vida. *ISTOÉ*, abr. 2001. p. 89-94.

LYUBOMIRSKY, S. *A ciência da felicidade: como atingir a felicidade real e duradoura: um método científico para alcançar a vida que você deseja*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

- MILITELLO, P. *A transformação do formato cinedocumentário para o formato teledocumentário na televisão brasileira: o caso Globo Repórter*. 1997. Incluir o nome da Faculdade?/ Escola Unidade de Ensino. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo,, São Paulo, 1997.
- MORIN, E. Felicidade. In: *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011 [1962], p. 132-141.
- OSMONT, S. *À la poursuite du bonheur*. Paris: Albin Michel, 2009.
- PALHA, C. R. L. *A Rede Globo e o seu Repórter: imagens políticas de Teodorico a Cardoso*. 2008. Tese (Doutorado em História) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.
- _____. *O povo e a TV: construções do popular na história do Globo Repórter (1973-1985)*. 2007. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2007.
- REGO, A. Empregados felizes são mais produtivos?. *Revista de Estudos Politécnicos*, vol. VII, n. 12, p. 215-233, 2009.
- RESENDE, A. C. F. *Globo Repórter: um encontro entre cineastas e a televisão*. 2005. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2005.
- ROCHA, F. N. Investigação da qualidade de vida e felicidade na perspectiva da psicologia positiva. *Mosaico – Revista Multidisciplinar de Humanidades*, v. 2, n. 2, p. 27-58, 2011.
- ROSEN, R. M.; SLUITER, I. (Ed.). *City, countryside, and the spatial organization of value in classical antiquity*. Boston: Brill, 2006.
- SACRAMENTO, I. *Depois da revolução, a televisão: cineastas de esquerda no jornalismo televisivo dos anos 1970*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2011.
- SCHINCARIOL, J. Felicidade à prova. Disponível em: <http://vocesa.abril.com.br/edicoes/0131/aberto/materia/mt_468353.shtml>. Acesso em: 10 set. 2012.
- SELIGMAN, M. *Florescer: uma nova compreensão sobre a natureza da felicidade e do bem-estar*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.

SILVA, H. V. *Globo Shell Especial e Globo Repórter (1971-1983): as imagens documentárias na televisão brasileira*. Dissertação (Mestrado em Multimeios). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2009.

SPREITZER, G.; PORATH, C. Como criar um desempenho sustentável. *Harvard Business Review*, jan. 2012. p. 43-49.

WILLIAMS, R. *The country and the city*. Nova Iorque: Oxford University Press, 1975.

XANTHOPOULOU, D. et al. The life of a happy worker: examining short-term fluctuations in employee happiness and well-being. *Human Relations*, v. 63, n. 2, p. 301-303, 2010.

Estudos culturais aplicados a pesquisas em telejornalismo: paradigmas investigativo e metodológico no *Jornal do Almoço*

Ana Luiza Coiro Moraes

Introdução: o objeto empírico, sua tematização e os problemas e objetivos que enseja

A partir da análise do quadro “Seja repórter por um dia no JA!”, veiculado no *Jornal do Almoço*, telejornal da Rede Brasil Sul de Televisão (RBS TV) que convida, através de seu *website*, o telespectador a contar “um pouco da história e da realidade da comunidade em que você mora” (CLICRBS, 2011), este artigo se insere nos debates sobre o protagonismo de sujeitos comuns nos espaços midiáticos.

A RBS TV é a mais antiga afiliada da Rede Globo de Televisão e, entre as demais emissoras que operam com esta cabeça de rede, foi a primeira a apresentar um telejornal local, no horário das 12h às 12h45, imediatamente antes do *Jornal Hoje*, de veiculação nacional. O *Jornal do Almoço* (JA) é veiculado desde 6 de março de 1972, sob formatos variados ao longo dos anos¹, de segunda a sábado, por 18 emissoras da RBS em 790 municípios dos estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. (TORRES, 2011)

No quadro “Seja repórter por um dia no JA!”, as reportagens resultam de mensagens postadas pelos telespectadores no *website* da RBS, que se tornam pauta, levando seus autores a apresentá-las diante das

câmeras, através da seleção operada por um jornalista da equipe do *Jornal do Almoço*. Trata-se do *gatekeeper* a quem devem ser endereçadas as demandas por participação: “Mande um *email* para o Manoel Soares e diga por que você merece ser repórter por um dia!”. (CLICRBS, 2011) Na edição do quadro destacada neste artigo, Vitória, uma cadeirante, assessorada pelo jornalista, é a apresentadora da reportagem que busca demonstrar as dificuldades que a cidade de Porto Alegre oferece ao acesso de cadeiras de rodas tanto em seus espaços públicos quanto em estabelecimentos comerciais, como lanchonetes e cinemas. O caso que originou o convite à “repórter comunitária”, como a ela se refere o jornalista Manoel Soares, foi a ida dela a um cinema de Porto Alegre, onde não conseguiu se instalar em uma poltrona mais longe da tela, porque não havia como transpor as escadas da sala².

A expressão “protagonismo de sujeitos comuns”³ faz referência àqueles que se movem da posição de receptores, em princípio sem roteiro, direção ou efeitos cênicos para guiá-los, para as esferas da produção midiática. Especificamente no caso do telejornalismo, é possível definir o sujeito comum como aquele que não detém a expertise do repórter, isto é, não tem a competência técnica especializada que caracteriza o jornalismo, de acordo com Giddens (1991), como um sistema perito. Neste sentido, quando uma jovem cadeirante protagoniza o quadro do *Jornal do Almoço*, como “repórter especial” do JA Comunidade, ela é alçada de sua posição de sujeito comum para o protagonismo midiático.

Entretanto, analisar essa participação remete à reflexão sobre o “conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos”, o que é noticiável. (WOLF, 1995, p. 171) Trata-se, neste artigo, de articular, sob o ponto de vista cultural, os critérios de noticiabilidade ao tipo de jornalismo que busca se engajar nas demandas da comunidade

substituindo pelo protagonismo dos sujeitos a estrutura de rotinas produtivas levadas a cabo por membros das próprias comunidades – que Peruzzo (1998) indica como condição para o jornalismo comunitário.

Isso porque o objetivo desta intervenção é, a partir do quadro que o telejornal situa no universo do jornalismo comunitário (ou para a comunidade), equacionar os elementos constitutivos do protocolo epistemológico que sustenta o caráter teórico-metodológico das pesquisas em comunicação organizadas ao amparo dos Estudos Culturais.

Trata-se, aqui focando especialmente a obra de Raymond Williams, de investigar tanto os eixos teóricos quanto o instrumental metodológico presentes na própria gênese dos Estudos Culturais, que vêm sendo operados em muitas pesquisas no campo da comunicação, mas que, no entanto, têm encontrado resistências e confrontos no que diz respeito à sua legitimação como campo.

A tensão em torno da institucionalização dos Estudos Culturais como campo autônomo tem origem no Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), criado em 1964 como um núcleo de pós-graduação ligado ao English Department da Universidade de Birmingham. A proposta do CCCS foi de cooperação entre disciplinas (literatura, ciências sociais, antropologia, educação) e objetos de estudo (feminismo, psicanálise, comunicação, por exemplo). No entanto, ali se deram os primeiros confrontos entre o novo campo e as estruturas acadêmicas existentes. Stuart Hall (2003 [1992], p. 201) comenta que a “diversidade de trajetórias” e o “número de metodologias e posicionamentos teóricos diferentes” abrigados no interior dos Estudos Culturais legaram ao trabalho do Centro a alcunha de “ruído teórico”.

O presente artigo, investido da premissa de que persiste certo estranhamento em relação a um projeto que não quer ser reconhecido como “uma grande narrativa, ou um meta-discurso de qualquer espécie”, como pontua Hall, por outro lado, pondera, ainda guiado por este autor, que a “recusa de se fechar o campo, de policiá-lo” não deve

levar à formulação de que “os Estudos Culturais não constituem uma área de regulamentação disciplinar, ou seja, que vale qualquer tipo de ação”. (HALL, 2003 [1992], p. 201)

Por isso, ao dirigir a reflexão ao objeto empírico – o quadro “Seja repórter por um dia no JA!” –, aqui se opera metodologicamente com a noção de *materialismo cultural*, de Williams, sugerindo a filiação dos Estudos Culturais ao método dialético, e se propõe um paradigma investigativo articulado ao conceito de *estrutura de sentimento*, do mesmo autor.

Questão de ordem: o materialismo cultural como método

Duas questões surgem quando se pensa em caracterizar um método para os Estudos Culturais, de modo a oferecer um paradigma investigativo e metodológico para o telejornalismo.

Em primeiro lugar, Barker (2003) situa os Estudos Culturais num corpo de teoria construídas por investigadores que veem a produção de conhecimento teórico como uma prática política. De fato, Williams foi destacado ativista do movimento político e intelectual surgido nos anos 1950, a New Left, que em seu primeiro momento tentava “através do programa materialista, compreender a realidade da experiência da vida sob o capitalismo na sua feição britânica pós-imperial”. (CEVASCO, 2001, p. 123-124)

Williams consolida a concepção de materialismo cultural ao longo de sua obra e de seu contato (e discussão) com o pensamento de Lukács, Brecht, Althusser, da Escola de Frankfurt, do Círculo de Baktin e, especialmente, a partir do conceito de hegemonia, de Gramsci, retomado por Williams como noção central na descrição do processo de produção e reprodução da cultura.

A ênfase na hegemonia e no hegemônico passou a incluir os fatores culturais, além dos políticos e dos econômicos; o ter-

mo distingue-se, nesse sentido, da ideia alternativa de uma *base* econômica e de sua *superestrutura* política e cultural, segundo a qual quando a *base* muda a *superestrutura* também muda, não importando o grau de obliquidade ou de atraso. (WILLIAMS, 2007 [1983], p. 200)

A outra questão diz respeito à já brevemente discutida legitimidade dos Estudos Culturais como campo, que remete a um paradoxo epistemológico. Isso porque, por um lado, os padrões que formaram as práticas de análise desse campo se constituem em um acervo que atende tanto a necessidades teóricas quanto a exigências em termos de instrumental metodológico para a fundamentação de pesquisas na área da comunicação. Mas, por outro lado, o trânsito por todos os territórios da comunicação e suas interfaces – o que ilustra a riqueza conceitual dos Estudos Culturais –, e os instrumentos analíticos que emergem das categorias teóricas aplicadas a objetos empíricos, em outras palavras, a metodologia ou os procedimentos metodológicos, não são identificados a um método *stricto sensu*, como distingue Richardson (1999, p. 22): “método é o caminho ou a maneira para chegar a determinado fim ou objetivo, distinguindo-se, assim, do conceito de metodologia, que [...] são os procedimentos e regras utilizadas por determinado método”.

Por isso, atentando à outra afirmativa de Richardson, de que “na parte central de uma metodologia genuinamente crítica, encontra-se a lógica dialética”, busca-se verificar a filiação do *materialismo cultural* de Williams ao método dialético.

A concepção moderna de dialética consolida-se com Kant e Hegel. Para Kant, a crítica dialética mostrava o caráter reciprocamente contraditório dos princípios do conhecimento quando esses eram estendidos às realidades metafísicas. Para Hegel, tais contradições eram superadas, tanto no pensamento como na história mundial [...]; o processo dialético era, portanto, a unificação contínua dos opostos, na complexa relação das partes com o todo. (WILLIAMS, 2007

[1983], p. 141-142) No cenário das ciências sociais, Demo (1989, p. 93) argumenta que “a realidade concreta é sempre uma totalidade dinâmica de múltiplos condicionamentos, onde a polarização dentro do todo lhe é constitutiva”.

Essa polarização pode ser atendida pela dialética que, de acordo com Richardson (1999, p. 92-93), permite “escolher entre reivindicações de verdade alternativas, sem perder a visão de sua especificidade histórica e sua transitoriedade”. No entanto, a adoção da dialética, pontua o autor, tem “consequências metodológicas para a pesquisa social crítica”. A primeira delas é refletir sobre a natureza dinâmica dos fenômenos sociais e, para tanto, investigar o seu desenvolvimento histórico é essencial. A segunda corresponde à “desconstrução’ de categorias e fenômenos”, isto é, verificar a especificidade histórica destes e deslocar a ênfase explicativa daquelas para as relações sociais que lhes servem de base. E, de acordo com Williams (2003 [1983]), é dessa ordem a desconstrução promovida pelo marxismo no próprio conceito de dialética.

Interpretação e crítica de Williams ao materialismo dialético e sua proposta de um materialismo cultural

Sob o ponto de vista de Williams, houve uma desconstrução promovida pelo marxismo no próprio conceito de dialética, que “passou a indicar uma unificação progressiva por meio da contradição de opostos, o que Engels chamou de materialismo dialético”. (WILLIAMS, 2007 [1983], p. 142)

A crítica de Marx e Engels estabeleceu novas bases conceituais, “admitindo a hegemonia da matéria em relação às ideias”. (GIL, 2006, p. 31) A proposta de Marx no sentido de um “método científico correto” preconizava “começar pelo real e concreto”, isto é, “pelo que se supõe efetivo, pelo concreto inicialmente representado”.

Para Williams a distinção, que ele reconhece em Marx, entre um materialismo mecânico convencional – explicações físicas das origens da natureza e as explicações convencionais ou mecânicas da moralidade e da sociedade – e o materialismo histórico – que não negligencia os sujeitos nem a atividade humana como subjetiva – é importante, mas esbarra no papel central dado pela teoria marxista à atividade econômica humana, em outras palavras, a atuação dos homens sobre um meio físico que remete ao materialismo mecânico.

Assim, “todas as outras atividades, sociais, culturais e morais, eram simplesmente derivadas dessa (ou determinadas por essa) atividade primordial”. (WILLIAMS, 2007 [1983], p. 269) Por seu turno, Williams tecerá uma crítica da cultura, da sua materialização como forma de produção e reprodução de significados e valores que, todavia, são atribuídos por pessoas, a partir de seus modos de vida e experiências.

O materialismo cultural de Williams reivindica a ação humana sobrepondo-se à ideologia e a forças determinantes. A centralidade é, na cultura, pensada como força produtiva a partir do foco no que é efetivamente vivido pelos sujeitos, estes sim a partir de suas ações, gerando as determinações no interior das condições e especificidades de classe.

Para Cevasco (2001, p. 147), “como deve ser toda *crítica histórica e materialista*, [o materialismo cultural] é uma resposta a desdobramentos reais das relações sociais que alteram a consciência prática em que está assentada a teoria” (grifo nosso). Para ela, é objetivo metodológico do *materialismo cultural*: “definir a unidade qualitativa do processo sócio-histórico contemporâneo e especificar como o político e o econômico podem e devem ser vistos nesse processo”.

O materialismo cultural de Williams preconiza que as manifestações culturais compreendem os resquícios dos modelos estabelecidos no passado – a perspectiva residual –, o que emerge como novo, contrapondo o modelo dominante – a perspectiva emergente –, e o

que, no processo cultural, se constrói como o modelo estabelecido e reconhecido pelos indivíduos, isto é, a perspectiva dominante no momento observado.

Assim, a construção conceitual do materialismo cultural de Raymond Williams, em clara analogia ao materialismo histórico de Marx, de acordo com Schwarz (2000), emerge dos próprios princípios fundadores do projeto dos *cultural studies*. Este autor resume o caráter desbravador de novos caminhos intelectuais da produção intelectual de Williams:

A identificação explícita das culturas vivas como um objeto distinto de estudo, o reconhecimento da autonomia e complexidade das formas simbólicas por direito próprio, a crença de que as classes populares possuíam as suas próprias formas culturais merecedoras deste nome, recusando todas as denúncias, por parte da cultura de elite, de barbárie das classes mais baixas, e a insistência em que o estudo da cultura não deveria estar confinado a uma única disciplina, mas era necessariamente inter ou mesmo antidisciplinar –, tudo isso teve como resultado uma modesta revolução intelectual. Se os *cultural studies* avançaram de uma forma espetacular nos últimos trinta anos, não têm existido razões para menosprezar estes primeiros princípios fundadores. (SCHWARZ, 2000, p. 47)

Já Williams, refletindo sobre o futuro dos Estudos Culturais, nos anos 1980, constatava que “as instituições culturais populares mudaram tão profundamente ao longo do período em que os Estudos Culturais vêm sendo desenvolvidos”. Dentre essas alterações, “do tipo que ninguém teria acreditado possível nos anos 1950”, ele cita o crescimento da radiodifusão e da mídia impressa, que levam a um novo conjunto de problematização da cultura.

Higgins (1999) avalia que Williams buscou criar uma teoria crítica da cultura justamente para transcender as avaliações restritivas tanto de Cambridge quanto do estruturalismo e do pós-estruturalismo, para tanto pensando na linguagem não como um sistema de

signos, mero meio que se configura em ato privado, mas como prática social, elemento constitutivo da materialidade da cultura. Dessa forma, ao analisar esta materialidade e confrontar suas reflexões com questões-chaves da contemporaneidade, Williams criou um método, no sentido de oferecer um caminho que se propõe a por à prova “as qualidades dos tipos de pensamento representados pela convergência contemporânea”, cujas áreas de interesse transitam entre as “práticas significativas – desde a linguagem, passando pelas artes e filosofia, até o jornalismo, moda e publicidade – que agora constituem esse campo complexo e necessariamente extenso”. (WILLIAMS, 1992, p. 13)

Entretanto, se o método do materialismo cultural oferece arcabouço filosófico aos Estudos Culturais, é nas categorias analíticas dessa teoria que se busca debater o tema do protagonismo de sujeitos comuns no reduto do telejornalismo. Para tanto, adota-se a ideia de estrutura de sentimento, também formulada por Raymond Williams, porque ela oferece um caminho para situar a reflexão sobre o protagonismo como uma proposição cultural que se reporta especificamente à atuação de novos atores forjados nos formatos que vêm surgindo na cena do telejornalismo contemporâneo.

Estrutura de sentimento como paradigma investigativo

Paul Filmer (2003) lista alguns autores que consideram o conceito de estrutura de sentimento problemático, escorregadio, ambíguo. Registra também este autor que apesar das dificuldades que o próprio Williams reconheceu na ideia de estrutura de sentimento, ele continuou a “refiná-la para chegar a um conceito central e carregado de sentido” que operacionalizou “suas análises das relações entre as restrições estruturais das ordens sociais e as estruturas emergentes das formações interpessoais, sociais e culturais”. (FILMER, 2003, p. 200)

A conotação que Williams conferiu à palavra *estrutura*, qualificando-a com *sentimento*, agregou subjetividade ao termo tradicional-

mente reconhecido como um conceito duro nas análises de cunho marxista, cuja finalidade seria aproximar as teorias sociais da objetivamente científica, para tanto fugindo de qualquer traço emocional e, mais do que isso, desqualificando-os.

Para Cevasco (2001, p. 152), o que levou Williams à urdidura da ideia de estrutura de sentimento foi a sua tentativa de fugir à “armadilha” contida no conceito de ideologia. Nas palavras dela: “a aplicação mecânica de elementos externos aos produtos de significação; uma repetição, no nível da análise, do hábito de predefinir as características da base e buscá-las na superestrutura”.

Sintetizando, Bonie Brennen (2003) afirma que “metodologicamente, estrutura de sentimento fornece uma hipótese cultural que tenta entender particulares elementos materiais de uma geração específica, num especial tempo histórico, dentro de um processo complexo de hegemonia”. Para ela, Williams vislumbrou o conceito de “estrutura de sentimento não apenas como uma construção teórica, mas também, como um específico método de análise”.

Dessa forma, como ferramenta teórica a serviço de análises culturais, a noção de estrutura de sentimento pode ser trabalhada de modo a demonstrar algumas das facetas que compõem o processo de seu refinamento (e multiplicidade) conceitual. E, assim, é possível contextualizar o conceito de estrutura de sentimento como *Zeitgeist*, isto é, o espírito do tempo ou os conhecimentos, crenças e atitudes compartilhados por pessoas que vivem num tempo e num lugar específicos. Mas, também é possível pensar em estrutura de sentimento como forma de desvelar convenções, na leitura de Higgins (1999) a Williams, no sentido de consentimentos tácitos e de padrões de aceitação entre o que é dado na esfera da produção cultural e a consciência social que daí emerge.

A partir dessas duas abordagens ao conceito de estrutura de sentimento, procede-se a uma breve análise do quadro “Repórter por um dia” protagonizado pela jovem cadeirante porto-alegrense, que

escreveu ao *Jornal do Almoço* para propor uma pauta com gravações externas que demonstrassem as dificuldades de acesso na cidade: das ruas aos prédios públicos e às casas de espetáculo.

Estruturas de sentimento no *Repórter* por um dia do JA: o espírito deste tempo

A associação de noções usualmente contraditórias promovida por Williams – estruturas e sentimentos –, em suas palavras: “é tão firme e definitiva quanto sugere a palavra ‘estrutura’, mas opera nos mais delicados e intangíveis aspectos de nossas atividades. Em certo sentido, essa estrutura de sentimento é a cultura de um período: resultado específico de todos os elementos da organização geral”. (WILLIAMS, 2003 [1961], p. 57)

No caso do *Jornal do Almoço*, a inserção de um sujeito comum, uma “repórter por um dia”, no reduto do telejornalismo é emblemática de um período de novas práticas interativas e do novo e maior espaço que elas vêm ocupando na esfera informativa, especialmente a partir do advento do ciberespaço e da cultura que em torno dele se instaura.

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (LÉVY, 1999, p. 17)

Para André Lemos (2003), uma das leis que caracterizam a cibercultura é justamente a quebra do polo de emissão das mensagens,

isto é, vozes e discursos anteriormente reprimidos na edição da informação emergem no contexto da produção informativa através de chats, blogs, e-mails, listas, comunidades virtuais e toda a sorte de redes sociais. Por seu turno, essa lei remete ao conceito de “narrativas transmidiáticas” a que se refere Jenkins (2008), ou seja, um universo discursivo onde se ampliam as possibilidades de relacionamento entre os consumidores e as produções midiáticas, e que se constrói a partir da convergência dos meios de comunicação, da cultura participativa e da noção de inteligência coletiva.

Articuladas, estas ideias fornecem uma hipótese sobre como as formas de disponibilização de informação promovidas no ciberespaço – fortemente ancoradas na opinião e na movimentação social da rede – operam e tensionam a cena informativa. Isso se percebe no convite aos telespectadores a participar do telejornal, que na verdade o *Jornal do Almoço* dirige aos internautas através de seu *website* (“Mande um e-mail para o Manoel Soares e diga por que você merece ser repórter por um dia!”), onde as histórias são relatadas/postadas para posterior seleção pelo repórter, que passa então a funcionar como um *gatekeeper*.

Assim, quando Williams (1979 [1977], p. 168) diz “que as áreas a que chamaria de estruturas de sentimentos formam-se inicialmente quase sempre como um certo distúrbio ou desconforto, um tipo específico de tensão, para a qual, quando nos afastamos ou nos lembramos dela, podemos encontrar um referente”, se focalizada a história sob análise do “Repórter por um dia do JA”, é possível localizar esse referente no seu acontecimento gerador, ou seja, quando a protagonista do quadro se tornou notícia por não ter conseguido assistir a um filme nas fileiras mais afastadas da tela do cinema, porque o local não oferecia plenas condições de acessibilidade a cadeirantes.

Por outro lado, o fato de ser uma cadeirante a protagonista do quadro do *Jornal do Almoço* também ilustra uma estrutura de sentimento que se configura na emergência de novas vozes que surgiram nos movimentos por direitos civis a partir da década de 1960, mais

notadamente nos EUA, e que vêm substituindo os metarrelatos por reivindicações pontuais no sentido da inclusão de minorias sociais. E a isso é possível relacionar a ideia de estrutura de sentimento como “uma qualidade particular da experiência e do relacionamento sociais, historicamente distinta de outras qualidades particulares, e que dá o sentido de uma *geração* ou de um *período*”. (WILLIAMS, 1979 [1977], p. 131)

Entretanto, para além das associações do conceito criado por Williams com a ideia de *Zeitgeist*, o próprio autor explica que, sim, é importante compreender cada estrutura de sentimento como uma demarcação de diferenças em relação ao que foi “herdado do passado”, mas ele assinala que esse conceito também contém a noção de algo “distinto do pensamento oficial”. (WILLIAMS, 1979, p. 163) Nesse sentido, é lícito pensar em estruturas de sentimento no quadro do JA que transitam entre aspectos residuais de uma conformação social excludente e a emergência de novas convenções e arranjos sociais, que têm voz através da articulação de meios em rede (a notícia que foi contada na internet e se tornou matéria do telejornal), e sujeitos que esgarçam os padrões dominantes de visibilidade midiática e pedem a palavra.

As estruturas de sentimento e as convenções

John Higgins (1999) assinala que o conceito de estrutura de sentimento foi originalmente formulado como um desafio à explanação marxista de reprodução cultural, mas, “em termos teóricos, o que principalmente interessa a Williams em *Preface to Film*⁴ é a necessidade de entender as convenções dramáticas não meramente como questões de técnica e de representação, mas como próprias formas de consciência social”. (HIGGINS, 1999, p. 39)

Nessas convenções, indica ainda o autor, estão presentes a *aceitação de padrões*, que se traduz na ideia de que o espectador se despe

de suas descrenças para creditar verossimilhança a padrões e métodos de performance; e um *consentimento tácito* de entendimento desses padrões e métodos “provavelmente inconsciente, que, no entanto, forma e gera consciência social”. (HIGGINS, 1999, p. 39)

Aplicadas ao quadro do JA, as estruturas de sentimento das convenções podem ser sentidas na performance da “repórter por um dia”, que aceita os padrões do meio a que submete sua experiência, a televisão, e vale dizer que, sob a orientação do repórter Manoel Soares, portando-se como se fosse uma jornalista em atuação, entrevistando fontes e mostrando ruas, restaurantes e até prédios públicos sem condições de acessibilidade para cadeirantes. Trata-se de um específico consentimento tácito, em que os telespectadores entram no “jogo cênico” porque já havia uma “latente boa vontade” para aceitar as mudanças de comportamento e atitude que sugere a matéria. (WILLIAMS, 1954, apud HIGGINS, 1999, p. 39)

Por outro lado, também é possível aplicar o conceito de estrutura de sentimento buscando as convenções a que se refere Higgins (1999), na investigação sobre os critérios de noticiabilidade que introduz um sujeito comum no reduto do telejornalismo. De acordo com Traquina (2002, p. 173-187), a noticiabilidade determina-se por critérios de seleção substantivos: a notoriedade, a proximidade, a relevância, a novidade, o tempo, a efeméride, a notabilidade, a quantidade, a inversão, o insólito, a falha, o excesso ou a escassez, o inesperado, o mega-acontecimento, o conflito, o escândalo. Enquanto os demais fazem referência, de forma mais direta, aos acontecimentos, os três primeiros itens evidenciam mais particularmente o foco no receptor: a *notoriedade* refere-se a *quem* protagoniza a notícia; a *proximidade* diz respeito à área geográfico-cultural, o entorno de interesse dos receptores; e a *relevância* corresponde à preocupação de informar o que tem impacto sobre a vida das pessoas.

No quadro protagonizado pela cadeirante Vitória, vários critérios de noticiabilidade se articulam dialeticamente para definir as estrutu-

ras de sentimento que se abrigam sob questões técnicas (os próprios critérios) e de representação (a atuação da “repórter por um dia”), dando conta de uma forma de consciência social (o epíteto “comunitário” que o telejornal aplica ao quadro). Assim, além da notoriedade conferida à cadeirante, o quadro do *Jornal do Almoço* atende ao critério de proximidade, ao tomar como cenário as ruas de Porto Alegre, e ao critério de relevância, por mostrar o impacto sobre determinado segmento social causado pela precariedade das condições da cidade no que tange ao acesso para cadeiras de rodas. E, ao fazer isso, o telejornal também atende ao critério da falha.

O registro da falha, assinala Rodrigues (1993, p. 28), “procede por defeito, por insuficiência no funcionamento normal e regular dos corpos” e guarda relação direta com as falhas das instituições. Falham as instituições públicas e privadas ao deixar de prover as condições de acesso à cadeirante, e ela então se submete ao regime de visibilidade pública da televisão, ao ser inserida na lógica de produção da mídia a que recorreu. Tal lógica engendra um conjunto de regras principalmente pautadas pela noção da espetacularidade, mas por vezes o imaginário “Quarto Poder” midiático é o derradeiro expediente de exercício de cidadania ao qual o sujeito comum pode apelar. Mas, é dessa forma que a jovem cadeirante se insere no debate público para fortalecer os próprios mecanismos de controle (*accountability*) midiáticos – simplesmente encaminhando sua demanda por cidadania e participação democrática.

A título de conclusão, recorre-se a Stuart Hall, que se refere a “rupturas significativas” que sinalizaram a emergência dos Estudos Culturais como problemática distinta, para pensar o materialismo cultural como herdeiro da dialética e do materialismo dialético, que, no entanto, só é capaz de promover uma mudança de perspectiva, uma ruptura significativa, quando se faz método aplicado a uma cultura viva.

Nesse sentido, tal opção teórico-metodológica pode contar com os parâmetros que formaram as práticas de análise dos Estudos Culturais, desmistificando padrões de debate ao avaliar as produções midiáticas e seus novos atores, dentre eles os telespectadores que se alçam às esferas produtivas do telejornalismo.

NOTAS

- ¹ Torres (2011, p. 158) esclarece que o JA foi inicialmente voltado ao público feminino e classificado como jornal-show, com espaço para uma plateia que acompanhava noticiário, horóscopo, humor, desfiles de moda e apresentações artísticas. Depois, o programa ficou mais longo, ganhou ancoragem, e passou a ter blocos com cenários e quadros independentes, chegando a ter duração de quase uma hora e meia. Passou a ser apresentado em muitas cidades e, em 1994, “o tom jornalístico teria começado a prevalecer sobre o antigo tom informal, e *Jornal do Almoço* passa a integrar oficialmente o Departamento de Jornalismo da RBS. [...] Em 2000, o modelo de estúdio das afiliadas é padronizado: mesa para quatro pessoas, espaço para entrevistas e local para a plateia”.
- ² O caso da cadeirante no cinema de Porto Alegre está relatado no *site* “Cinema com rapadura”: Disponível em: <<http://cinemacomrapadura.com.br/colunas/acme/218488/cadeirante-e-barrada-em-cinema-e-e-tratada-como-anormal-por-funcionarios>>.
- ³ O protagonismo de sujeitos comuns vem sendo discutido desde 1999, quando foi cunhada pela autora deste artigo a expressão “síndrome do protagonista”, que depois viria a dar título à tese de doutorado e identificar tantos outros trabalhos (Ver COIRO-MORAES, 2005; 2009a; 2009b; 2010).
- ⁴ Higgins (1999) informa que a primeira menção de Williams ao conceito de estrutura de sentimento se deu em *Preface to Film*, de 1954.

REFERÊNCIAS

- BARKER, Chris. *Cultural Studies: Theory and Practice*. London: Sage, 2003.
- BRENNEN, Bonnie. Sweat not melodrama: reading the structure of feeling. *All the President's Men. Journalism: Theory, Practice and Criticism*, London, v. 4, n. 1, p. 113–131, 2003. Disponível em: <<http://www.ijpc.org/watergate.pdf>>. Acesso em 26. out. 2011.
- CEVASCO, Maria Elisa. *Para ler Raymond Williams*. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

- CLICRBS. Jornal do Almoço. Rede Brasil Sul de Televisão. Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://mediacenter.clicrbs.com.br/templates/player.aspx?uf=1&contentID=200127&channel=45>>. Acesso em: 20 out. 2011.
- COIRO-MORAES, Ana Luiza. Por que ler Para ler Raymond Williams? Revista *FAMECOS*, Porto Alegre, n. 23, p. 140-143, abr., 2004.
- _____. A Síndrome do Protagonista: uma perspectiva cultural. In: ESCOSTEGUY, Ana Carolina. (Org.). *Cultura midiática e tecnologias do imaginário: Pesquisas e Metodologias*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005. p. 113-131.
- _____. O espetáculo de realidade como gênero midiático: na fronteira entre o ficcional e o factual. In: HINERASKY, Daniela et al. (Org.). *Estudos das mídias: comunicação, cultura e consumo*. Santa Maria: Centro Universitário Franciscano, 2009a, v. E-79, p. 11-39.
- _____. As personagens-tipo da síndrome do protagonista midiático. In: Encontro Anual COMPÓS. 18. Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte: PUC Minas, 2009b.
- COIRO-MORAES, Ana Luiza; DELLAZZANA, A.L.; KROTH, Maicon Elias. Cartas de leitores: uma intervenção de sujeitos comuns no processo de *accountability* midiático. In: Encontro do Núcleo Gaúcho de História da Mídia. 3. Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.
- DEMO, Pedro. *Metodologia científica em ciências sociais*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.
- FILMER, Paul. A estrutura do sentimento e das formações sócio-culturais: o sentido de literatura e de experiência para a sociologia da cultura de Raymond Williams. *Revista Estudos de Sociologia*, Araraquara, v.14, n. 27, p. 371-396, 2009. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/estudos/article/view/1944/1582>>. Acesso em: 20 out. 2011.
- GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991.
- GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- HALL, Stuart. Estudos culturais e seu legado teórico. In: HALL, Stuart; SOVIK, Liv (Org.). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Ed. UFMG; Brasília: UNESCO, 2003 [1992]. p. 199-218.
- HIGGINS, John. *Raymond Williams: marxism, literature and cultural materialism*. London: Routledge, 1999.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

- LEMOS, André; CUNHA, P. (Org.) *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: 34, 1999.
- PERUZZO, Maria Cícilia K. *Comunicação nos movimentos populares*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 1999.
- SANTAELLA, Lúcia. *Comunicação e Pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo, Hacker, 2001.
- SCHWARZ, Bill. Onde estão os *cultural studies*? *Revista de Comunicação e linguagens*, Lisboa, n. 28, 2000. p. 42-64.
- TORRES, Carla Simone Doyle. Entre o telejornal e a revista eletrônica: considerações sobre o infotainment em *Jornal do Almoço*. In: COIRO-MORAES, Ana Luiza et al. (Org.) *Estudo das mídias: tecnologias, reconfigurações e convergências*. Santa Maria-RS: Centro Universitário Franciscano, 2011.
- TRAQUINA, Nelson. *O que é jornalismo*. Lisboa: Quimera, 2002.
- WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979 [1977].
- _____. The future of cultural studies. In: *The Politics of Modernism: against the New Conformists*. London and New York: Verso, 1989. p. 151-162.
- _____. *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1992 [1981].
- _____. *La larga revolución*. Buenos Aires: Nova Visión, 2003 [1961].
- _____. *Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade*. São Paulo: Boitempo, 2007 [1983].
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1985.

TELEJORNALISMO E HISTÓRIA
temporalidades, cultura e sociedade

Do texto ao discurso: as normas sem história dos manuais de telejornalismo

Bruno Souza Leal

O propósito deste artigo é refletir sobre um discurso acerca do telejornalismo brasileiro tendo em vista especialmente a sua relação com a historicidade de suas práticas e processos. Para tal, tem como foco as convenções que orientam e constituem seus modos de narrar a realidade. O caminho escolhido para a reflexão tem como ponto de partida os manuais de telejornalismo, vistos como veículos destinados a apresentar tais práticas e modos de narrar. Destinados prioritariamente aos estudantes de comunicação e escritos por jornalistas experientes, esses guias práticos materializam o discurso profissional acerca do fazer telejornalístico e promovem a vinculação entre valores, percepções e procedimentos textuais. É a partir da leitura crítica dos postulados dos manuais que se busca caracterizar esse discurso, que, por sua vez, é analisado no modo como configura a historicidade das narrativas telejornalísticas.

Entende-se que, tendo qualquer narrativa uma relação fundamental com o tempo, o discurso profissional acerca dos modos de narrar indica pistas acerca de como a notícia telejornalística é vista em seu vínculo com a história, para além da relação com os acontecimentos e com a noticiabilidade. Busca-se apreender uma dimensão institucionalizada dessa relação do texto telejornalístico com o tempo, uma vez que as convenções e os modos de narrar são perpassados pelas transformações históricas que marcam a televisão e o fazer jornalísti-

co. Para fins desse artigo, foram selecionados três manuais, escolhidos por: a) serem escritos por jornalistas experientes; b) serem brasileiros e terem como referência o telejornalismo feito no país; c) sua circulação e acessibilidade. São eles: *O texto na TV*, de Vera Íris Paternostro; *Manual de Telejornalismo*, de Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima; e *Jornalismo de TV*, de Luciana Bistane e Luciane Bacellar. Todos os três livros já têm mais de uma edição e são publicados por editoras de circulação nacional.

O percurso reflexivo é organizado em dois momentos: primeiro, faz-se a apreensão crítica dos três manuais, observando suas características e destacando as orientações que fornecem acerca do texto televisual. A seguir, a partir dessas observações, reflete-se sobre a relação entre narrativa e consciência histórica, destacando-se aí o papel das convenções narrativas. Com isso, busca-se desenvolver o que vem a ser a tese central deste artigo: o apagamento da história pelo discurso dos manuais e o contraste entre esse discurso e as notícias telejornalísticas. Ou seja, nos manuais a historicidade das convenções narrativas é desconsiderada quando os modos de narrar são configurados à luz de regras e normas que surgem como a-históricas, como vinculadas a uma espécie de essência técnica jornalística.

Os manuais: uma introdução

Dos três manuais, o mais antigo é *O texto na TV*, de Vera Íris Paternostro, publicado inicialmente em 1987 pela editora Brasiliense, sendo republicado em 1999 e em 2006 pela editora Campus. É dividido em três partes, *Noções de história e tecnologia*, *Noções básicas do texto* e *Vocabulário*. A primeira delas é uma espécie de introdução à parte central do livro, em que se apresenta, como o título indica, uma revisão da história da TV, vista como em “constante (r)evolução”. (PATERNOSTRO, 2006, p. 17) Com essa frase, e a partir do título, fica clara a perspectiva através da qual é feita essa revisão histórica: como

uma sucessão evolutiva, data após data, de conquistas tecnológicas e de ampliação dos canais de TV e programas telejornalísticos. Não por acaso, os dois últimos capítulos dessa primeira parte são dedicados ao “pioneirismo da Globo News” e à TV digital. A parte central do livro, *Noções básicas de texto*, traz as “dicas”, orientações, exemplos e exercícios para o desenvolvimento de um “bom” texto telejornalístico e inclui alguns capítulos com a revisão de regras gramaticais. A parte final, *Vocabulário*, é composta, como o nome indica, por um capítulo principal com os termos usados na redação e um pequeno “Recado final”, que se encerra com a mensagem: “Uma vez mais, meu recado final é ler, ler muito e sempre”. (PATERNOSTRO, 2006, p. 229)

O texto na TV é escrito em estilo direto, com muitas frases curtas, que claramente remetem e interpelam seu leitor. Seu destinatário é, portanto, facilmente identificado. Desde o início do livro, já na “Apresentação”, o texto se dirige explicitamente a “você”, às vezes no plural, um interlocutor que, na página 74, é explicitado: “[...] vocês, jovens jornalistas”. Com isso, as intenções do livro são bastante claras, ele deseja: “[...] ser um incentivo, que desperte em você o amor pela palavra e ajude na realização do caminho que escolheu” (PATERNOSTRO, 2006, p. 10), oferecendo “[...] dicas, informações, exemplos, na tentativa de deixar mais claro como pode ser um texto coloquial, um texto casado com a imagem, o que é bom e o que não fica bem em um texto para a TV”. (PATERNOSTRO, 2006, p. 74)

A posição da voz enunciativa frente a esse interlocutor presumido é, portanto, a de um jornalista experiente que, em diálogo com um iniciante na profissão, o conduz, interpela, orienta seu olhar, propõe exercícios, corrige equívocos, buscando “despertá-lo” para as características do trabalho e envolvê-lo, emocioná-lo, nos modos de ser do telejornalismo. A ação pedagógica que orienta o livro tem como pressuposto o compartilhamento de uma identidade: a de jornalista. Assim, em mais de um momento, a voz enunciativa recorre ao plural para se referir a si e ao seu interlocutor, deixando patente essa

identidade compartilhada, como na página 98, quando diz, acerca da importância da ordem direta, “[c]omo o *nosso* papel é passar a informação clara de uma única vez [...]”; ou acerca da coloquialidade, “[o] ideal é *buscarmos* os formatos na conversa do dia-a-dia”. (PATER-NOSTRO, 2006, p. 98, grifos nosso)

É curioso observar, no entanto, que o compartilhamento da identidade não esclarece acerca de um repertório prévio comum à voz enunciativa e ao seu destinatário, o “jovem jornalista”. Ao buscar “despertar” o leitor para as características do telejornalismo, a voz enunciativa supõe que seu interlocutor pouco sabe acerca do meio, da linguagem e da profissão que supostamente escolheu. Tanto que se dá ao trabalho de apresentar a história da TV, de oferecer exercícios, “dicas”, um vocabulário profissional e até mesmo esclarecer o que é ordem direta, a concordância e a regência de alguns verbos, as diferenças de sentido de palavras próximas etc., preocupações, que são, nesse último caso, típicas de uma obra voltada para o Ensino Médio.

Ao buscar “despertar o amor pela palavra”, o livro constrói uma imagem contraditória do seu interlocutor. Afinal, se ele ou ela precisa ser “despertado” para a profissão, por que compraria um exemplar de *O texto na TV*? Se ambos, enunciador e enunciatário, já são jornalistas, por que a necessidade desse “despertar” ou de informações básicas? Ao final, fica pouquíssimo claro o que é mesmo necessário para ser jornalista. O manual, portanto, no seu gesto pedagógico, supõe um leitor ora ingênuo, ora ignorante, ora indiferente ao próprio telejornalismo. A organização do manual como um livro (para)didático produz essa imagem de um “leitor que desconhece” e que precisa até ser lembrado acerca do que lhe é dito. Assim, alguns capítulos da parte central de *O texto na TV* se encerram com uma seção “resumindo”, com a síntese, em forma de tópicos e em frases ou afirmativas ou imperativas, seguidas de um “não esqueça” e de um “pense nisto”, com falas de jornalistas experientes convidados.

O tom apodítico, categórico, de definição do que “são as coisas” e o que deve ser feito ou evitado configura o telejornalismo como orientado por um conjunto de regras estáveis, fixas, por mais que o texto afirme que não existem “fórmulas ou modelos prontos”. (PATERNOSTRO, 2006, p. 74) Assim, o livro desenha uma tensão importante, entre o jornalismo e seu modo de ser, suas regras e vocabulários estáveis, de um lado, e a tecnologia, de outro, que está em constante transformação. Na obra de Vera Iris Paternostro, há apenas uma pequena referência a outro modo, antigo, de compor o texto telejornalístico. Ao final da página 95 é apresentando um pequeno texto que remeteria à maneira como uma notícia na TV seria escrita nos anos 1950, “no modelo do rádio”, de modo “rebuscado” e “literário”. Ao leitor, porém, é informado que, “[c]om o tempo, os jornalistas descobriram que o ideal seria uma linguagem próxima das pessoas comuns [...]”, um “texto natural”. (PATERNOSTRO, 2006, p. 95) Esse é um único trecho que a linguagem televisiva é vista com alguma historicidade. Ainda que se questione a informação acerca do modelo do rádio e do chamado tom “literário”, essa rápida referência deixa clara uma contraposição: entre um passado, uma origem “pré-histórica”, corrigido em função de um ideal que se impõe como norma, como regra, como um presente estendido, do qual não se sabe como se constituiu, nem como termina.

O *Manual de Telejornalismo – os segredos da notícia na TV*, de Barbeiro e Lima, foi publicado inicialmente em 2002, encontra-se em sua segunda edição e não tem como foco o “texto noticioso”, mas o processo de produção da informação telejornalística. É dividido em quatro partes. A primeira, *O Mundo da Notícia*, apresenta um conjunto de aspectos da produção telejornalística, como as etapas da elaboração da notícia, os setores envolvidos, as funções exercidas, as relações com a ética, com os direitos humanos e com ONGs. Entre os capítulos dessa seção, um deles é dedicado especificamente ao texto, e

como a maioria dos demais, é constituído por uma introdução seguida por um conjunto de orientações, em tópicos enumerados.

A segunda parte, *Os códigos de ética*, reproduz dois documentos, o *Código de ética* dos jornalistas brasileiros e a *Declaração dos Deveres e Direitos dos Jornalistas*, adotada em 1971, por jornalistas da então Comunidade Econômica Europeia. Completam essa seção dois pequenos capítulos, um com os “sete pecados” e os “dez mandamentos” e outro com as “dez pragas” do jornalismo. A terceira parte, *No ar*, reúne quatro capítulos, sendo que o primeiro propõe um debate acerca dos contornos éticos de algumas práticas telejornalísticas, como a câmera escondida e o tratamento de imagens, e os três últimos trazem orientações quanto à locução, o uso de expressões redundantes e de palavras compostas. Na quarta parte, por fim, o *Glossário* reúne nove capítulos com expressões, e seus significados, vinculadas a diferentes contextos, seja a redação de TV, o direito das crianças e adolescentes, os mundos jurídico, econômico e médico-hospitalar. Encerra a seção um capítulo dedicado ao “dia a dia da evolução da sociedade”, que compila termos diversos, como definições de regimes políticos (“absolutismo”), da geografia física (“península”) e da história brasileira (“Confederação dos Tamoios”). Há, ainda, no Sumário da obra, a remissão a uma parte V, disponível no site da editora. De início, observa-se que esse manual indica uma *evolução* da sociedade que curiosamente não é acompanhada por grandes transformações do telejornalismo, a não ser aquelas de caráter tecnológico.

Na obra de Barbeiro e Lima (2002), é clara a atenção ao caráter de guia prático sobre o telejornalismo. Os autores associam suas orientações a uma preocupação deontológica, em torno das responsabilidades, deveres e direitos dos jornalistas e da sua relação com alguns setores da vida social. Ao contrário da obra de Paternostro, porém, os autores evitam chamar explicitamente seu destinatário no corpo do texto, recusando-se remeter a um “você” ou mesmo a um jovem jornalista. No entanto, na apresentação do livro (BARBEIRO E LIMA,

2002, p. 7), caracterizam seus leitores em três grupos bem distintos: o telespectador, uma “nova geração de jornalistas” e o meio publicitário. Perpassa e une esses três grupos de leitores a preocupação dos autores com a discussão ética e em torno do jornalismo “de qualidade”. Quanto à nova geração de jornalistas, a proposta afirma a intenção de que “[...] coloquem em prática as questões relacionadas e outras que possam ser agregadas”. (BARBEIRO E LIMA, 2002, p. 7)

A indicação de universos de leitores tão amplos não é corroborada pelo texto, que se constitui como um manual de procedimentos e regras para fazer telejornalismo. Ou seja, a obra de Barbeiro e Lima apresenta-se de fato como um conjunto de informações para o que seria um jornalista iniciante. A imprecisão acerca do repertório desse interlocutor outra vez é patente, pois o conjunto de informações fornecido sugere um enorme desconhecimento desse interlocutor acerca do telejornalismo (afinal, é preciso reproduzir o *Código de Ética* e regras gramaticais), identificando-o como alguém com nenhum contato com o fazer televisual. Assim, por exemplo, o livro reúne orientações do tipo “O texto publicitário não deve ser confundido com o texto jornalístico. O texto publicitário tem o objetivo explícito de vender um produto. O texto jornalístico não vende produto algum, a não ser a própria notícia” (BARBEIRO E LIMA, 2002, p. 30); “A entrevista deve ter começo, meio e fim. Planeje o tempo disponível, informe-se sobre o que vai perguntar”. (BARBEIRO E LIMA, 2002, p. 85)

Mais recente dos três manuais em tela, o *Jornalismo de TV*, publicado pela primeira vez em 2005, já se encontra em sua terceira edição. A obra das jornalistas Luciana Bistane e Luciane Bacellar, ao contrário das anteriores, não traz listas de dicas ou regras. Dividido em 12 capítulos, a obra é composta por pequenos textos acerca de diferentes aspectos do jornalismo em TV, tão variados como as etapas de produção da notícia, a busca da audiência, a evolução tecnológica, aspectos textuais, o jornalismo investigativo etc, além de um glossário de termos específicos. Menos que um guia prático, o livro se apresen-

ta como uma espécie de introdução ao telejornalismo, destinado, nos termos das autoras, aos “futuros jornalistas de televisão” (BISTANE; BACELLAR, 2010, p. 11), de modo que estes “conheçam um pouco mais a rotina e os desafios que vão encarar” (BISTANE; BACELLAR, 2010, p. 11). Com isso, a voz enunciativa combina o tom pedagógico e normativo, a princípio mais suavizado em relação aos anteriores, com outro, de caráter descritivo, em que situações, procedimentos, questões éticas e profissionais são apresentadas e comentadas.

É clara, portanto, a situação de comunicação proposta pela obra: jornalistas experientes apresentam, “de dentro”, o jornalismo televisivo a possíveis interessados. Há, nesse caso, uma maior precisão desse interlocutor, configurado como um estudante de comunicação. Um pequeno trecho deixa isso claro:

Você já sabe o que quer ser quando sair da faculdade de Jornalismo? Jornalista, presume-se! Mas qual a expectativa, o objetivo? Trabalhar em jornal, revista, rádio, televisão? Fazer documentários por conta própria? E vendê-los – de preferência – para a BBC de Londres? Nada mal! Mas com um mercado tão competitivo, é mais indicado colocar os pés no chão, fechar o foco, definir uma meta clara e se preparar – muito bem – para correr atrás desse objetivo. (BISTANE; BACELLAR, 2010, p. 94)

Nessa passagem, o destinatário do texto é desenhado como um estudante de comunicação, capaz, mas ainda ingênuo e idealista quanto à realidade da profissão. Assim, a voz enunciativa se propõe a orientar, desmistificar e fornecer informações mais qualificadas acerca do telejornalismo. A suavização do tom normativo, então, não implica o apagamento da atitude pedagógica, que se mantém através de outra estratégia textual, mais amena, mas não menos dona da verdade. Ao se propor a apresentar os “bastidores”, a “rotina” do jornalismo na TV, a voz enunciativa apresenta-se como detentora das certezas, a ponto, inclusive, de apontar a ingenuidade de seu leitor. O tom aparentemente suave não é, então, contraditório a essa posse da verdade,

a essa certeza acerca dos valores e normas que regem o bom telejornalismo.

Na página 81, o tópico “sensacionalismo” traz o seguinte trecho: “No princípio foi o *Aqui Agora*. [...] Como erva daninha, programas semelhantes proliferaram. Investidos de uma autoridade auto-outorgada, apresentadores surgem na tela falando alto, dedo em riste, e se dizem indignados com a impunidade.” (BISTANE; BACELLAR, 2010, p. 81) Não há, por parte da voz enunciativa, nenhuma conceitualização ou problematização acerca do que é ou não é sensacionalismo, o que não impede de afirmar que ele seja ruim e mesmo, equivocadamente, indicar sua origem – surpreendentemente recente, diga-se – num telejornal dos anos 1990. O texto afirma, aliás, que foi a partir do *Aqui Agora* que o sensacionalismo alcançou programas de auditório “[...] que misturam entretenimento, informação, fofocas, sorteios, shows musicais”. (BISTANE; BACELLAR, 2010, p. 81) Como se observa nessa curiosa recuperação do sensacionalismo televisual, *Jornalismo de TV* tem alguma preocupação histórica, que se apresenta em outros momentos do texto e que é o mote dos capítulos 10 e 11, que trazem, respectivamente, a evolução tecnológica da TV e uma “linha do tempo”, com a sucessão de fatos históricos, programas marcantes e algumas curiosidades. No entanto, como os demais, esse manual novamente promove uma visão evolutiva da história da TV, reduzida a um conjunto de transformações tecnológicas.

Um pequeno tópico, na página 24, deixa clara essa preocupação histórica e também os seus limites. Com o título *O fim da abertura*, narra o “nascimento da passagem” e o abandono de um recurso narrativo:

Até o começo da década de 1980, repórteres faziam apenas aberturas ou encerramentos. A abertura foi abolida pelo então diretor da Rede Globo, José Bonifácio Sobrinho, o Boni, depois de assistir à matéria sobre o nascimento da filha da cantora Fafá de Belém, feita por Carlos Nascimento [...]. Boni percebeu

que as imagens dispensavam a interferência do repórter, que ele esta ocupando desnecessariamente aquele espaço. Afinal, mãe e filha eram a notícia. No dia seguinte, redigiu um memorando decretando o fim da abertura. Nascimento lembra que foi aí que “o Woile Guimarães inventou a passagem”. (BISTANE; BACELLAR, 2010, p. 24)

Como se vê, esse pequeno trecho conta a história de nascimento e morte de duas convenções narrativas: a passagem e a abertura, respectivamente. No caso da segunda, não é dito de onde ela surgiu, mas indicado que seu desaparecimento deve-se a um critério técnico: ela era desnecessária. O porquê de ela ser considerada como tal se baseia num entendimento do que é notícia e do papel do repórter na cena do acontecimento, critérios esses pouco debatidos, esclarecidos ou discutidos. Já o “nascimento” da passagem, sugerido como um desdobramento do abandono da outra convenção narrativa, não é acompanhado de nenhuma explicação, inclusive acerca da relação de causalidade apresentada. É significativo observar que, na ausência de reflexão acerca das implicações expressivas dessas convenções, a abertura tenha sido “extinta” por um memorando, por uma norma de um superior, à qual não cabe discussão.

Em todos os três livros, chama a atenção o tratamento dado ao texto da notícia. Mesmo variando o tom normativo, nenhuma das obras discute, explora ou analisa suas diferentes faces, transformações ou modalidades. Este, ao fim e ao cabo, surge como resultado de um conjunto de técnicas, de procedimentos que se vinculam mais ou menos explicitamente a certos valores. Assim, por exemplo, Barbeiro e Lima, no capítulo intitulado *O texto – normas para editores e repórteres*, listam 35 orientações, entre elas, por exemplo, a de número nove, que diz que “[o]texto precisa ter ritmo. Use frases curtas, mas que não sejam telegráficas. Evite frases intercaladas, entre vírgulas”. (BARBEIRO E LIMA, 2002, p. 98) Paternostro, por sua vez, nos capítulos dedicados às noções básicas de texto e que não se resumem a

compilar regras gramaticais, traz indicações como: “Leia em voz alta, e releia muitas vezes, o texto antes de considerá-lo pronto. Você vai descobrir frases sem sentido, informação errada, palavras repetidas, estilo pobre. Tudo isso você pode melhorar [...]”. (PATERNOSTRO, 2006, p. 79) Bistane e Bacellar, por fim, ainda que não tenham uma seção exclusivamente dedicada à composição da notícia, pontuam seu próprio texto com orientações como esta: “Aliás, desconfie de sonorais longas. Com elas, as matérias ficam arrastadas. Há exceções, é claro, mas nos telejornais diários, normalmente, as entrevistas não passam de quinze segundos”. (BISTANE; BACELLAR, 2010, p. 23)

Tratado sob esse prisma técnico, não há espaço para a reflexão, nos manuais, em torno das convenções noticiosas, sejam na relação com os acontecimentos, seja na composição narrativa do texto. Essas técnicas, por sua vez, não têm história, surgem como desdobramentos dos princípios que regem o telejornalismo e, paradoxalmente, da experiência acumulada. O tom normativo das três obras é frequentemente justificado pela expertise acumulada dos seus autores e das fontes que consultaram. Essa experiência, que poderia sugerir historicidade, porém, ao gerar normas e regras serve exatamente ao oposto, ao apagamento do passado. Reitera-se, implicitamente, uma visada evolutiva em direção à técnica atual, em que outras estratégias de narrar e compor os textos podem ser deixadas de lado porque ou eram equivocadas ou estão incorporadas nas regras e procedimentos atuais, que constituem o modo correto de se fazer bom telejornalismo.

É curioso observar que nenhum dos três manuais desconhece o caráter narrativo da notícia telejornalística, que é explicitado, mesmo que brevemente, em mais de um momento. Assim, Paternostro afirma que “[s]empre que o jornalista escrever para a TV, deve lembrar que é um contador de história”, (PATERNOSTRO, 2006, p. 94) enquanto Bistane e Bacellar (2010, p. 27) lembram que “[j]á a televisão é audiovisual. Nela, a imagem muda perde em significado, pois os sons também fazem parte da estrutura narrativa”. Da mesma forma,

Barbeiro e Lima definem “[e]ditar uma reportagem para a TV é como contar uma história, e como toda história a edição precisa de uma sequência lógica que pelas características do veículo exige a combinação de imagens e sons”. (BARBEIRO E LIMA, 2002, p. 102) No entanto, ao conceberem o texto da notícia como um conjunto de técnicas, esses manuais não dizem sobre modos de estruturar a narrativa, estratégias de composição de personagens etc. Ao contrário, a narrativa surge como dado, fortemente simplificada e associada à linearidade, à oferta de uma história com começo, meio e fim, nessa ordem. Apesar de ser vista como uma história, a notícia surge como um meio de transmissão de informações, como se essas fossem um fim em si mesmas, algo extraído da realidade e que devessem – apenas? – encontrar o melhor modo de propagação.

Nesse sentido, os manuais revelam-se imprecisos, seja em relação à caracterização que oferecem acerca da narrativa noticiosa, seja em relação às notícias veiculadas cotidianamente nos telejornais brasileiros. No primeiro caso, os manuais ou naturalizam gestos interpretativos fundamentais ao fazer jornalístico e à narrativa noticiosa, ou apelam a um subjetivismo extremo. Assim, Paternostro afirma que se deve “[p]rocurar a unidade de pensamento, o raciocínio claro e coerente para contar a sua história em um texto com *começo, meio e fim*”, (2006, p. 102, grifos do autor) ao passo que Barbeiro e Lima definem que “[o] texto começa com o *lead*, o fato que atualiza a notícia e a torna o mais atraente possível” (BARBEIRO E LIMA, 2002, p. 98), sem que nenhum desses autores considere que *começo, fim e lead* não são dados óbvios ou espontâneos, mas são construções que advêm do próprio modo de saber o mundo pela notícia. Bistane e Bacellar (2010, p. 13-14), por sua vez, reconhecendo que “[n]a televisão, a matéria pode e deve começar de diferentes maneiras”, afirmam que são tantas as possibilidades que “[p]ode parecer subjetivo, e é”. Como se vê, os manuais nesse caso oscilam entre uma normatividade e um relativismo exacerbados, ambos pouco esclarecedores. Tais posições

extremas parecem desconsiderar que boa parte do telejornalismo brasileiro apresenta notícias fortemente convencionais, em função de um conjunto de fatores que envolvem o ritmo e as condições de produção, a necessidade de identificação do telespectador etc. Nesse sentido, não é novidade observar que, num telejornal qualquer, boa parte das notícias vão apresentar a estrutura “cabeça, off, passagem, off e pé”, e que essa organização se constitui em um começo, meio e fim do texto, não é um desdobramento natural da temporalidade do acontecimento narrado. Ao desconsiderarem, de uma forma ou de outra, a convencionalidade das notícias, os manuais acabam deixando de lado os modos como o telejornalismo conhece e dá a conhecer o mundo.

Se isso é verdadeiro em relação ao texto como um todo, no caso das imagens essa relação se acentua fortemente. Todos os manuais deixam claro o quão o telejornalismo é dependente das imagens. No entanto, estas não são alvo de maior preocupação, nem na relação que estabelecem com o mundo e com o espectador, nem na sua sintaxe. A imagem é como se fosse um dado técnico, registrado pelas câmeras, cuja referencialidade e valor informativo, menos que construções, seriam suas características intrínsecas. Com isso, grande parte da atenção dos manuais volta-se para a articulação entre palavra e imagem, com foco acentuado no texto verbal. Ainda que afirmem que a imagem é uma “representação do real”, Bistane e Bacellar (2010), por exemplo, não refletem sobre as implicações dessa concepção, nem sobre o modo de narrar por imagens. Ao longo de seu livro, observam que as imagens transformam o espectador em testemunha dos acontecimentos (2010, p. 84), refletem sobre as implicações éticas do uso da microcâmera, distinguem nota seca de nota coberta, apontam a importância das imagens de arquivo e das vinhetas, comentam a passagem, entendem que se elas dão força e credibilidade às notícias, a sua ausência não implica na perda da noticiabilidade. (2010, p. 41-42)

Uma das primeiras orientações que as autoras fornecem acerca das imagens está na segunda página do capítulo 1. Elas dizem:

“O texto deve estar ‘casado’ com as imagens. A palavra complementa, esclarece a informação visual, mas não deve ser uma mera descrição”. (BISTANE; BACELLAR, 2010, p. 14) Esse trecho sugere que as notícias telejornalísticas são narrativas fortemente visuais, em que a palavra é uma espécie de apoio ou ferramenta complementar, algo um tanto contraditório com o que é dito a seguir, como foi indicado. A preocupação com casamento palavra/imagem está presente em um capítulo específico da obra de Vera Iris Paternostro (2006, p. 90) que também ressalta que o papel da palavra é “dar apoio à imagem”. A autora, em mais de um momento, reconhece que as imagens têm “narrativa própria” (2006, p. 88, p. 90) e afirma algo importante: que a imagem “[...] pode transmitir informação e emoção” (2006, p. 90). Já Barbeiro e Lima (2002, p. 16), por sua vez, apesar de afirmarem que “[o] texto do telejornal tem uma estrutura de movimento, instantaneidade, testemunhalidade, indivisibilidade entre imagem e som, sintetização e objetividade”, pouco ou quase nada dizem sobre as imagens nas 35 recomendações sobre o texto na TV.

Todos os manuais são cuidadosos ao dizer que o casamento entre imagem e palavra é algo desejado, mas nem sempre alcançado na TV, havendo casos de redundância, em que o texto verbal descreve o que se vê. Isso não é, porém, explorar “a indivisibilidade entre imagem e som” ou a “narrativa própria” da informação visual, nem, ainda, considerar como essa informatividade é alcançada, produzida e elaborada. Como foi observado em outro texto (LEAL, 2006), é como se a iconicidade das imagens fosse inevitável e não uma relação que se estabelece entre signo, objeto e leitor; como se as imagens não desempenhassem também uma função fática, fundamental para o contato televisual, em grande parte das notícias telejornalísticas; como se o visível e as suas implicações para a imagem, como o extracampo, não fossem tensões peculiares ao dispositivo televisivo. (FAHLE, 2006; LEAL; MANNA; JÁCOME, 2010) Mais ainda, a mediação jornalística é concebida numa lógica transmissiva e não relacional, como se o

texto, em sentido amplo, não comportasse relações internas, não produzisse um mundo próprio ou que, a melhor das hipóteses, este devesse ser minimizado ou orientado em nome da informação. Por mais que já se tenha, no campo da Comunicação, um enorme acúmulo de repertórios visuais, a tarefa de pensar as imagens aparentemente caberia a outro profissional (o videorepórter?), responsável, ele sim, pelo desenvolvimento da “narrativa própria” das imagens.

Assim, observa-se, nesses manuais, que o caráter narrativo das notícias telejornalísticas é preterido em nome de uma visada técnica e normativa, que congela o fazer telejornalístico no presente. A dicção é claramente essencialista, na medida em que a descrição dos procedimentos do telejornalismo vincula-o duplamente a um modo de ser permanente – “é assim que se faz” – e a um olhar valorativo, que justifica, inclusive, a exclusão de outros procedimentos atuais e do passado: “é assim que faz o bom telejornalismo”. É significativo que é a experiência dos autores o que os autoriza a definir e a valorar o telejornalismo, ao contrário de apontar para as transformações históricas e sociais, as diferenças e as possibilidades narrativas e da informação no jornalismo de TV. A caracterização da TV como tecnologia e do fazer jornalístico como técnica, portanto, contribui para o apagamento da história e configura um discurso que, ao fim e ao cabo, legitima, ratifica um modo de ser do jornalismo, transformado em padrão essencial e a-histórico.

Narrativa e consciência histórica: as transformações do realismo

A constituição desse discurso pedagógico e normativo acerca do telejornalismo tem suas marcas, como foi visto, na desconsideração do caráter narrativo das notícias e na dissociação entre experiência e história. Esses dois movimentos produzem uma imagem do telejornalismo fora do tempo e são, certamente, bastante coerentes entre si.

Esse gesto, esse apagamento, não é, porém, excluir radicalmente ou impedir a história de existir. Apesar de pouco explorados, a história e a narrativa são mencionados nos manuais, mas configurados de tal forma que não constituem “problema”, não oferecem questões a serem exploradas ou desenvolvidas, não permitindo que se abra espaço para outro entendimento do telejornalismo que não aquele da norma reconhecida como legítima pelas obras em questão. Nesses manuais, o telejornalismo é apresentado como uma realidade presente sem ou quase nenhum passado e/ou futuro. Esse gesto, menos que inevitável, é fortemente ideológico, justifica-se em função do esforço de apresentar o telejornalismo como um dado, resultado de uma evolução que gera um modo de fazer permanente e estável. Nessa perspectiva, o apagamento da história e da narratividade da composição da notícia produz, contraditoriamente, uma experiência temporal, cuja qualidade, então, deve ser avaliada.

Quando se entende que esses manuais constituem uma espécie de narrativa acerca do telejornalismo, a experiência temporal que produz pode ser então considerada. Afinal, como observa Paul Ricoeur (2010), uma vez que toda e qualquer narrativa produz uma experiência do tempo, ela traz consigo as condições para a consciência histórica dos indivíduos e das populações. Essa consciência histórica distende o presente para além de si mesmo e oferece condições para a vivência do passado e do futuro. É o que Ricoeur chama de “presente histórico” ou “presente vivo” e que envolve, a seu ver, a ruptura com certas visões do passado, que o colocam como morto ou a ser esquecido, e do futuro, tido como já pré-determinado por utopias e certezas.

A constituição de um presente histórico implica a possibilidade de um sujeito capaz de iniciativa, de um agir que não seria, por sua vez, arrogante a ponto de superar as circunstâncias e os legados. O agir, a iniciativa, lembra Ricoeur, só é possível em condições específicas, que chegam ao sujeito para além de sua vontade. Isso não implica uma

pré-determinação. Ao contrário. É a partir da consciência histórica que o indivíduo se vê afetado pela história, capaz de dar sentido ao passado e gerar expectativas quanto ao futuro. Tomando os conceitos de Koselleck, de espaço de experiência e horizonte de expectativas, como categorias meta-históricas, Ricoeur observa que o presente se torna “vivo” e “histórico”, ou seja, não é congelado como um estado de coisas permanente, exatamente quando é percebido em conexão com o passado e o futuro. As noções de “espaço de experiência” e “horizonte de expectativas”, dissociadas do caráter que foi dado à História pelo Iluminismo, servem exatamente como categorias que permitem a observação dessa vivacidade do presente.

Nesse sentido, Ricoeur defende a importância das categorias interdependentes de “espaço de experiência” e “horizonte de expectativas” a partir, fundamentalmente, de três argumentos. Primeiro, porque pertencem ao “pensamento” da História, pois “tematizam diretamente o tempo histórico, ou melhor, ‘a temporalidade da história’”. (RICOEUR, 2010, p. 364) Essa tematização só é possível porque tais categorias não têm um conteúdo definido, servindo, portanto, de indicadores da variabilidade da temporalização da história, ou, em outras palavras, “a relação entre o horizonte de expectativas e o espaço de experiência é ela mesma variável” (2010, p. 364). Servindo, então, para apreender como o tempo histórico é percebido e configurado, essas categorias têm permanentes e fundamentais implicações éticas e políticas. Afirma Ricoeur (2010, p. 366):

[...] caso se admita que não há história que não seja constituída pela experiência e pelas expectativas dos homens que agem e sofrem, ou, ainda, que ambas categorias tomadas conjuntamente tematizam o tempo histórico, supõe-se que a tensão entre horizonte de expectativas e espaço de experiência *deve* ser preservada para que continue havendo história.

Assim, como observa Richard Kearney (2004), a perspectiva de Ricoeur produz uma forte conexão entre ética e poética, através das

narrativas. O poder configurador das narrativas possibilita a experiência do passado, o fazer do presente, não deixa com que se apague ou desapareça. Com isso, o futuro ganha espessura, é possível ser vislumbrado como uma expectativa próxima, desejável, potencialmente factível pela ação humana.

Nesse sentido, o espaço de experiência se constitui como fonte de sentidos e de verdades a serem chamados na configuração do agir no presente. A consciência se faz histórica quando é afetada por um passado que é recebido e interpretado à luz das proposições de sentido e pretensões à verdade que carrega. O passado deixa de ser visto como um depositário morto de fatos dados ou como uma verdade imperativa e se faz presente, oferecendo condições para que o indivíduo produza, nesse seu agir, expectativas quanto ao futuro. O presente é vivo, portanto, porque é histórico, porque permite a reconfiguração constante do passado e do futuro. Toda narrativa resulta, então, desse agir, se constitui como uma operação de produção de sentido, de configuração de mundos, a partir da proposição de uma experiência do tempo, ao configurar presente, passado e futuro.

Se tomarmos o que diz Ricoeur, os manuais de telejornalismo realizam o movimento inverso que ele vê possível nas narrativas. O passado é, como foi indicado anteriormente, apresentado como um curso único de acontecimentos, organizado sob o signo do progresso, que gerou, por sua vez, o estado de coisas atual. Uma vez que esse estado de coisas é visto como permanente, é valorado como o melhor, que as mudanças seriam apenas da ordem das transformações tecnológicas, o futuro, então, é também ele como que congelado. Talvez a melhor imagem a ser construída sobre a experiência temporal produzida pelos manuais seja a de uma contradição, em que as mudanças por vir ou mesmo passadas não alteram os princípios e os valores que regulam o modo de ser do jornalismo. É por isso que as mudanças podem ser apenas tecnológicas, pois, afinal de contas, essa tecnologia vai ser absorvida a partir dos mesmos parâmetros atualmente vigen-

tes. Da mesma forma, o passado pode ser visto como uma sucessão de acontecimentos, porque é lido a partir dos princípios e normas atuais. Os manuais, em síntese, afirmam que há um jornalismo e que tudo contribui para que ele tenha existido e que se mantenha. Afinal, ele é o bom jornalismo e não um fruto de uma erva-daninha, como o sensacionalismo, por exemplo.

Ainda que não enunciado explicitamente, esse bom jornalismo traz os indícios de ser aquele “comprometido com a verdade”, com a realidade das pessoas, com a vida como ela é. O tom normativo dos manuais, aliado à preocupação ética, elege então o modelo do chamado “jornalismo objetivo” como o mais adequado e aquele que deve ser compartilhado e ensinado aos jovens. Novamente, a necessidade de “ensinar” esse modelo de jornalismo já é indício suficiente de que ele não é único, que os manuais operam uma escolha ideológica, que certamente não é exclusiva dos seus autores. A simplificação da história e da dimensão da narrativa, então, surge como uma estratégia que visa à afirmação, sem ou com quase nenhuma rugosidade, desse modelo.

No entanto, menos que criticar esse modo de ser do jornalismo a partir de outros caminhos possíveis, chama a atenção o quanto ele traz em si mesmo contradições e mais diversidade interna que os manuais deixam ver. A partir do reconhecimento de que o jornalismo objetivo compartilha com o realismo alguns de seus pressupostos, imagens e procedimentos fundamentais, abre-se um caminho reflexivo em que as fissuras do discurso dos manuais podem ser entrevistadas. Nesse sentido, a desconsideração acerca das convenções narrativas, sobre os possíveis modos de narrar, é um indicador coerente com esse gesto ideológico. Afinal, conforme aponta Lennard Davies (1997), por exemplo, até o século XVII a distinção entre fato e ficção não era significativa nos textos em prosa que circulavam na Inglaterra e que traziam histórias as mais diversas, sobre reinos estrangeiros e assuntos cotidianos. Essa proximidade indica a raiz comum do romance (*novel*) e das notícias jornalísticas, que tem sua diferença acentuada e

regulada ao longo dos séculos seguintes, à medida que um conjunto de transformações sociais tem forma e que o jornalismo ganha importância na constituição de um espaço público. Esse imbricamento entre o modo de narrar jornalístico e o realismo se mantém e se constitui até hoje, a ponto de se verificar que alguns dos procedimentos canônicos da escrita jornalística se encontraram desenvolvidos e aprimorados especialmente no romance realista do século XIX.

Por isso mesmo, quando Peter Brooks (2005) defende que o realismo – e as narrativas vinculadas a essa tradição estética – é marcado por um forte apelo visual, caracterizado pela predileção ao detalhe e à descrição, entre outros procedimentos, parece haver uma estranha contradição com o que é dito nos manuais de telejornalismo acerca da imagem, mas não só. Esse aparente paradoxo ganha novos contornos quando se considera que esse “apelo visual” caracteriza boa parte das preocupações e orientações acerca do uso da palavra na confecção da notícia telejornalística. É na palavra que a força descritiva, a concisão, a coloquialidade surgem marcadas e apresentadas como regras canônicas, como foi visto. Com isso, é como se a notícia telejornalística, de acordo com os manuais, reforçasse seu vínculo com a produção verbal de uma visualidade realista e mantivesse a imagem como que à espreita, à espera de articulação e lugar.

É importante observar que, na Modernidade ocidental, como aponta Peter Brooks, entre outros, o surgimento da estética realista vinculou-se a um conjunto de transformações históricas que organizaram o nosso “desejo de real” para além da baixa cultura, ou da cultura popular, em que vinha sendo confinada. Com o desenvolvimento do capitalismo, das democracias, do sistema de produção industrial e de tecnologias como a imprensa, entre outras transformações, é que se deu uma nova valoração acerca da experiência, das coisas e situações ordinárias. Esse interesse, esse desejo de real, se manifesta até hoje, certamente, como demonstram fenômenos tão diversos como, por

exemplo, os *reality shows* e a difusão da pornografia, inclusive amadora, na internet.

O reconhecimento do vínculo histórico entre o jornalismo e o realismo não se resume certamente ao impacto de um mesmo conjunto de transformações sociais. Afinal, como uma ideologia estética, o realismo desenvolve formas, convenções, regras, que são constantemente atualizadas, revistas e alteradas, além de servirem a propósitos distintos. Nesse sentido, ao refletir sobre o realismo artístico tendo como referência a literatura russa, Roman Jakobson (1999) aponta para uma tensão fundamental a essa tradição estética: a dependência da renovação de suas convenções. Sinteticamente, o argumento de Jakobson considera que o realismo, literário ou não, articula-se a um conjunto de pressupostos e de convenções, que, uma vez consolidados, tendem a ser recusados exatamente por perderem sua capacidade de “falar do real”. À medida que as transformações sociais ocorrem, que as gerações se sucedem, que os processos estéticos se renovam, altera-se também a percepção acerca da realidade e dos modos de narrá-la, descrevê-la, pintá-la etc. Nesse sentido, Jakobson caracteriza como conservadora a atitude de apego aos pressupostos e convenções consolidadas, e como de ruptura ou revolucionária a atitude que questiona sua validade.

Nesse sentido, o telejornalismo tem, pelo menos no Brasil, mais de 50 anos de idade e os modos de narrar que apresentou ou desenvolverá serão menos apreendidos se colocados numa linha evolucionária, de um pior para um melhor. A cada tempo, a cada momento, as convenções das narrativas telejornalísticas foram elementos importantes para a relação com a audiência, com os acontecimentos, com o aparato corporativo e tecnológico da TV. Da mesma forma que seria equivocado supor que uma notícia na TV era composta e concebida, nos anos 1970, talvez, da mesma maneira que hoje, a construção de uma linha temporal evolutiva só serve para ratificar o que é feito hoje, deixando de lado as relações de continuidade e descontinuidade, de

força, de tensão e de resistência que se deram ao longo dos anos. Mesmo que a notícia telejornalística se mantenha realista, preocupada com a verdade dos fatos, com a vida como ela é, a partir do que diz Jacobson, é de se perguntar se as convenções de 40 anos atrás seriam as mesmas que as de hoje e se, mais ainda, serviriam aos mesmos propósitos.

No seu cuidadoso estudo sobre a visão realista, Peter Brooks (2005) analisa as propostas estéticas de alguns escritores que são referência para o realismo e que atuaram do início do século XIX ao início do século XX. Cada um deles, seja Balzac, Dickens, Zola, Henry James, Proust ou Virgínia Woolf, entre outros, abraçou a estética realista com um propósito e colocando-a à serviço de algo maior. Ou seja, cada um desses escritores encontrou no realismo, no realismo ao seu modo, um caminho para a apreensão crítica da vida cotidiana. Assim, segundo Brooks, enquanto Balzac desenvolveu um realismo “metafórico”, que servia à crítica, ao surgimento de outro modo de organização social, Zola produziu obras que teriam um caráter fortemente alegórico, em que, baseado num modelo de experimento científico, certo temperamento, um conjunto de traços psicológicos foram vinculados a uma situação socioeconômica específica. Brooks faz questão de afirmar, mais de uma vez, que tanto em Balzac quanto em Zola, quanto nas demais obras que analisa, o realismo adquire cores, tons, sentidos e contornos próprios.

Tendo em vista o que observam Jacobson e Brooks, portanto, é inevitável que se considere que o termo “realismo” contempla um nível maior de imprecisão do que se poderia supor. Dizer que uma obra, um texto, uma narrativa é “realista” constitui apenas o ponto de partida para a investigação acerca de que realismo é esse e a que ele serve, qual a qualidade do vínculo que é proposto com a realidade e os receptores, com as tradições e com o futuro do gênero, da instituição ou do modo de produção ao qual está ligado. Jacobson, nesse sentido, encerra seu ensaio observando que algo se diz quando

um texto é designado como realista. Isso não é esvaziar a qualificação, nem simplificá-la, mas apontar para um cuidado. Diz ele (1999, p. 108): “[s]em dúvida, há Júlios cujo nome próprio é Júlio. Isso não nos permite qualificar cada Júlio de Júlios”.

Tendo em vista o jornalismo, em TV ou não, isso é dizer que não basta, então, caracterizar uma narrativa, ou um padrão estético hegemônico, como “realista” ou não. Envolve perguntar por que, como, a que serve. Implica, então, de alguma forma, desenvolver uma espécie de consciência histórica, nos termos apontados por Ricoeur, à medida que envolve a localização de uma produção atual em relação ao espaço de experiências do passado e ao horizonte de expectativas que abre. No caso do telejornalismo, a opção dos manuais por simplificar essa consciência histórica, a partir de um olhar que toma o fazer jornalístico como imóvel e estático, poderia ser justificado pelo esforço didático que caracteriza tais obras. No entanto, essa concepção didática constitui exatamente uma resposta aos desafios impostos pela consciência histórica.

Isso fica mais patente quando se tem em mente as discussões acerca de uma possível crise contemporânea do jornalismo. A partir das mudanças tecnológicas, especialmente digitais, há aqueles que observam que transformações muito mais radicais estão em curso, que põem em xeque a própria mediação jornalística, em suas variadas formas, inclusive, ou especialmente, a do jornalismo da objetividade. Uma vez que as convenções narrativas do jornalismo “realista” são do conhecimento de todos, que qualquer um, na web, pode produzir um texto à imagem e semelhança de um profissional e fazer circular notícias falsas ou de veracidade questionável, por exemplo, a crise passa a ser não só uma transformação da técnica, mas alcança procedimentos, rituais, metáforas fundadoras. Conforme a avaliação acerca dessa possível crise, se mais ou menos pessimista, pode-se perguntar se o que está em questão são alguns aspectos do jornalismo ou se toda a instituição jornalística. De qualquer forma, chamar à cena as mudanças atuais que se operam

no âmbito da informação jornalística hoje faz ver que um elemento chave, que sustenta o jornalismo como atividade, talvez não tenha suas bases tão sólidas assim. Trata-se, nesse caso, da legitimidade da mediação jornalística, que, se não é “questionada” explicitamente, sofre hoje em dia a concorrência de outros processos de mediação, capazes inclusive de parodiar, reproduzir ou até mesmo desconsiderar totalmente as convenções e procedimentos que fazem o dia a dia do jornalismo.

Provavelmente agora o gesto ideológico dos manuais adquire um sentido mais preciso. Ao buscar formar, introduzir, orientar, apresentar o telejornalismo ao jovem profissional, esses manuais têm um grande pressuposto: que o jornalismo é uma atividade legítima e, como é dito, apaixonante. Não poderia, claro, ser diferente: ninguém escreveria um guia prático, a não ser com clara intenção humorística, acerca de algo em que não leva fé. Porém, a opção de fazer, de adotar um modelo como o do melhor jornalismo, ao se reduzir a prática jornalística como espaço de experiências e congelar seu horizonte de expectativas, os manuais encontram então um modo bastante eficaz de não considerarem o porquê desse modelo e sua legitimidade. Ao contrário: é ensinado que “jornalismo é assim”.

Menos que apontar um defeito fundamental a esses manuais, que gastar tempo com uma crítica talvez impertinente – afinal, são manuais, e não textos de maior fôlego reflexivo –, o que se quer aqui é delinear um lugar de discussão. Os manuais podem ser vistos como manifestações de um discurso sobre o jornalismo que evita a reflexão sobre o que ele é, sobre suas transformações e seus modos de ser. Com isso, se se considerar um cenário em que se assiste ao curso de uma crise profunda, a recusa desse debate e o apego a uma visão normatizada, congelada do jornalismo, pode não ser a melhor atitude. Afinal, a visão de um jornalismo como um presente congelado, sem vivacidade, recusa a transformação histórica, em suas contradições e desvãos. Recusa também o futuro.

REFERÊNCIAS

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. *Manual de Telejornalismo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. *Jornalismo de TV*. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

BROOKS, Peter. *Realist vision*. Nova York: Yale University, 2005.

DAVIES, Lennard. *Factual Fictions: the origins of English novel*. Pennsylvania: The University of Pennsylvania Press, 1997.

FAHLE, Oliver. Estética da televisão. GUIMARÃES, C.; LEAL, B.; MENDONÇA, C. (Org.) *Comunicação e experiência estética*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006. p. 190-208.

JACOBSON, Roman. Do realismo artístico. TODOROV, Tzvetan (Org.). *Teoria da Literatura*. Lisboa, Edições 70. 1999, p. 97-108. v. 1.

KEARNEY, Richard. *On Paul Ricouer*. Londres: Ashgate, 2004.

LEAL, Bruno Souza. Reflexões sobre a imagem: um estudo de caso. *Revista E-compos*, Brasília, v. 2, 2006.

LEAL, Bruno; MANNA, Nuno; JACOME, Phellipy. O extracampo na TV: rachaduras no mundo televisivo. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 21, p. 92-101, jun. 2011.

PATERNOSTRO, Vera Íris. *O texto na TV*. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

RICOUER, Paul. *Tempo e narrativa*. São Paulo: Martins Fontes, 2010. v. 3.

***Globo-Shell Especial e Globo Repórter:* o documentário entre a efemeridade e a tomada de posição¹**

Andréa França

Retrato de uma turma escolar do segundo ano primário de 1955. Os alunos em torno da professora, sentada no centro da imagem, olham para a câmera sorridentes, outros sérios e alguns tímidos. A câmera percorre lentamente a fotografia amarelada como se buscasse no rosto de cada criança o sentido para a música que ouvimos: “Álbum de família, vejo a vida e me espanto. Não compreendo que a vida correu tanto. Tudo era um querer, e em querer tudo, querer nada...”. A letra da música de Renato Teixeira substitui a narração do apresentador e ilustra a proposta do filme de se debruçar sobre um retrato da infância, colocando a memória de seus personagens em movimento vinte e dois anos depois.

Essa é a abertura do documentário *Retrato de Classe* (1977), de Gregório Bacic, produzido pelo núcleo paulista do programa *Globo Repórter*, da Rede Globo de televisão. Sua proposta inicial era buscar, a partir desse retrato, os alunos do segundo ano primário da escola particular “Ginásio Carlinda Ribeiro”, situada em um bairro paulista de classe média, a Vila Mariana. A fotografia retomada décadas depois permitira à professora e aos ex-alunos, já adultos, recordar episódios, evocar expectativas do período, tecer conjecturas sobre como estariam os colegas no presente. Mas não é só. Ao percorrer lentamente

a superfície do retrato da infância, parando e retomando de quando em vez um rosto, enquanto ouvimos, seja a letra da música, sejam as vozes dos próprios personagens, o filme mostra que uma fotografia não é apenas um conjunto de informações sobre o passado, mas um processo dinâmico, ativo, que envolve um corpo-a-corpoentre espectador e imagem.

Está em jogo com esse filme a ideia de que o documento fotográfico inclui não só o olhar de quem é capturado pela câmera, mas o olhar de quem retoma o documento tempos depois, o olhar do espectador. Ao oferecer, através do retrato de classe, um espaço para que seus personagens, anos depois, reflitam sobre sua contemporaneidade, suas escolhas, suas vidas, o filme parte da premissa de que todo documento (fotográfico, audiovisual) é tanto um ato quanto uma coisa, ou seja, ele não se esgota no isso-foi, no que ficou para trás, porque permanece em ação sempre que o contemplamos e atribuímos um sentido a ele, sempre que ele nos afeta.

Ao investigar, a partir de uma fotografia, o porvir da classe média urbana brasileira durante a década de 1970, então envolvida pela ideologia otimista do crescimento, do consumo e da prosperidade, *Retrato de Classe* lembra que todo documento não é jamais um conjunto de informações congeladas, mas um tempo “vivo”, cuja história está em constante construção.

A escolha de *Retrato de Classe* para abrir esse artigo não é aleatória. O filme adota um procedimento para lidar com a fotografia que pressupõe a imagem do passado como uma condensação de muitos tempos, histórias e sentidos, cada um deles guardando consigo a pergunta sobre o futuro que espera o documento, seu porvir, apesar de tudo o que já passou. Ao fazer o retrato de classe passar de mão em mão, ser tateado e percorrido com os dedos, o filme não só convoca novas leituras, relações e lembranças dessa imagem, como explicita que uma

fotografia, isolada do contexto, diz muito pouco sobre a história e a memória; ela é, de fato, insuficiente para desvendar o passado. É preciso, justamente, interrogá-la do “interior”, porque sua legibilidade depende de fazer ressoar outros tempos, outros testemunhos, outras histórias. (DIDI-HUBERMAN, 2003, p. 151)

Muito já se escreveu e se pesquisou sobre os documentários realizados para os programas *Globo-Shell Especial* e *Globo Repórter* durante a década de 1970. Quando começamos essa pesquisa não tínhamos ideia de que já havia uma considerável bibliografia sobre o tema produzida dentro das universidades.² Esse *material acadêmico é composto frequentemente de entrevistas com os cineastas que trabalharam nos programas, boa parte delas feita pelos próprios pesquisadores como parte da metodologia adotada para o entendimento da década de 1970 na televisão brasileira.*³

Além desse material, existe o registro em áudio dos debates entre o público e os cineastas dentro da Retrospectiva “Cinema na TV – Globo-Shell Especial e Globo Repórter”, durante a 7ª Mostra do Festival Internacional de Documentários “É Tudo Verdade” (2002), no Rio de Janeiro e em São Paulo. Essa retrospectiva, que teve a curadoria da produtora de cinema Beth Formaggini, nos permitiu uma primeira aproximação desse corpus – de filmes, críticas na imprensa, depoimentos/lembranças, boletins de programação – envolto, desde o primeiro momento, em discursos de incredulidade, admiração, excepcionalidade. A pergunta que subjaz a essa rede de discursos poderia ser assim resumida: afinal, como foi possível a realização e a veiculação, dentro da televisão e em plena ditadura militar, de filmes de caráter crítico e algumas vezes experimental?

Acreditamos que se debruçar sobre o arquivo de documentários dos programas *Globo-Shell Especial* (1971-1973) e seu substituto, *Globo Repórter*, durante a década de 1970, é primeiramente ter uma atenção renovada pela noção de *documento*. O que esse arquivo de filmes, dirigidos por cineastas, tem em comum enquanto documentos de uma época? Se tanto as reportagens como os documentários do

período nos falam de coisas que parecem iluminar o que éramos, nós brasileiros, naquele momento, os últimos exibem a crença de que suas imagens poderiam reinventar a TV, a crença de que o trabalho por entre as brechas da reportagem poderia suscitar aventuras singulares de pensamento, de que “os desvios do cinema”, mesmo que imersos na efemeridade da televisão, poderiam ser prolongados e partilhados pela lembrança e pela palavra. (RANCIÈRE, 2011, p. 9) Trata-se de uma crença, em última instância, não em uma representação “fiel” das mazelas do país, mas na imagem do cinema como sendo capaz de reinscrever uma parte do não visível na suposta evidência do “Brasil Grande”. É desta crença que esses filmes feitos para televisão falam e que, por um breve momento, irá favorecer a associação da marca Shell ao encontro do documentário com a TV.

Documento/monumento e o projeto Shell

Dizer que esses filmes são documentos de uma época significa afirmar não que eles “representam” uma segunda coisa (o Brasil, a TV, o cinema documentário dos anos 1970), mas que eles devem ser pensados como o que precisa ser trabalhado segundo um campo de relações, como o que adquire sentidos e valores diferentes de acordo com a perspectiva que os insere em um determinado campo de relações. Um documento que é preservado impõe ao presente certas imagens do passado e não outras, imagens que revelam e escondem ao mesmo tempo. E o que esse arquivo de imagens documentais nos permite ver, o que ele igualmente encobre sobre as relações de poder/saber em jogo no Brasil da década de 1970?

A leitura dos Boletins de Programação da Rede Globo sobre a produção do programa *Globo-Shell Especial* demonstra inicialmente uma preocupação em abordar assuntos que fossem reconhecidos como pertencentes à cultura brasileira. Filmes como *Arte popular* (Paulo Gil Soares), *O som do povo* (Gustavo Dahl), *O negro na cultura brasileira*

(Paulo Gil Soares), *Esporte no país do futebol* (Domingos Oliveira), *Terra dos Brasis* (Mauricio Capovilla), para citar alguns, apontam para um desejo de olhar o país de um modo diferente, menos próximo ao tom ufanista e desbravador das reportagens de *Amaral Neto, o Repórter*, e mais ligado a uma busca por temas sociais que pudessem expressar o país na sua amplitude, conflitos e contradições. O projeto do programa de mapear a cultura brasileira, mostrar o saber fazer do homem do campo, informar sobre o modo de vida das pessoas nas grandes cidades, deixa claro que o clamor pelas bandeiras do “real”, do realismo, da realidade brasileira, tão caro à época, se aliou a um desejo (cinematográfico) de aproximação do povo, com suas falas, seus modos de ser, seus gestos.

Quando a Shell decide aliar sua imagem a um programa de documentários, feito majoritariamente por cineastas, há um conceito de documentário em jogo que se coaduna com o projeto geral de modernização da Rede Globo de televisão e com a própria marca da multinacional. A série *Globo-Shell Especial* foi um modo da Shell enfrentar sua concorrente, Esso, que soube consolidar através dos anos sua comunicação com o público ancorada no telejornal *Repórter Esso*, na TV Tupi, formulando através desse programa uma atitude que agregava credibilidade, seriedade e autoridade.⁴ Como patrocinadora do Prêmio Esso da Reportagem, premiação criada em 1955 e dada desde então ao jornalismo brasileiro, a Esso manteve sua marca associada ao imaginário de um telejornalismo onde o repórter é sempre testemunha ocular, um jornalismo comprometido com a verdade e a austeridade da informação.

Enquanto a propaganda da Esso insistia em falar na qualidade do produto e no padrão de atendimento, a Shell acolhia a emergente cultura pop da época, veiculando na TV comerciais estrelados pelos Mutantes, Simonal, Roberto Carlos e associando-se ao imaginário jovem, da rebeldia, da diferença, do fazer artístico. Se a Esso era a marca do cidadão de terno e gravata que assistia o *Repórter Esso* todos os dias,

a Shell queria ser a marca dos jovens ligados na cultura pop, com sua música, seus valores, sua irreverência. Essa polaridade entre Esso e Shell também iria aparecer dentro dos programas informativos da televisão brasileira. Para consolidar a sua marca nacionalmente, a Shell – que desde a década de 1940 vinha investindo na Filmoteca Shell – lança nos anos 1970 a campanha “Venha assistir um dos filmes educativos Shell”, dentro do lema “O nosso melhor negócio é acreditar no Brasil”. A empresa emprestava seus documentários gratuitamente a escolas, sindicatos, igrejas, universidades, de modo a disponibilizar a todos “um mundo de conhecimentos úteis”.⁵ Como desdobramento natural dessa empreitada educativa e cultural no país, a Shell se alia finalmente a um programa televisivo que faria a difusão das imagens e da cultura do Brasil, um programa realizado por cineastas, feito em película, e que se diferenciaria do telejornalismo/reportagem, tal como concebido e praticado naquele momento.⁶

Portanto, a série *Globo-Shell Especial* se encaixou muito bem dentro do projeto de um programa moderno e informativo, com filmes que ocupariam a atenção e o interesse do telespectador das camadas médias, das universidades, da imprensa da época e que ajudariam a criar uma nova forma de telejornalismo, menos centrado no repórter e mais aberto ao mundo e ao outro. Se a entrada do documentário na televisão britânica favoreceu, para Brian Winston (2000, p. 20), a emergência de um “jornalismo pictórico”, onde entram em cena as condições de filmagem, duração, gestos, *mise en scène* dos corpos, comentário, edição, todos com possibilidade de atrair a atenção do telespectador e contribuir para escapar de um consumo cultural indiferenciado, no caso brasileiro, a entrada e o patrocínio de um programa televisivo feito por cineastas não só contribuiu para essa pictorialidade da imagem jornalística como aliou a marca da multinacional à informação, à cultura, à educação pública e, ainda, à arte (do cinema).

O documentário na TV foi não apenas um instrumento de integração nacional, seguindo a linha brasileira de uma modernidade

conservadora, mas também foi “usado para arquivar consenso social” em meio às diversidades e contradições do país. (CHAPMAN, 2009, p. 2) A entrada do documentário na TV brasileira expõe, portanto, uma intencionalidade cultural, política e econômica que passa pelo desejo, consciente ou não, de impor ao presente e ao futuro uma determinada imagem do país. Se, como mostrou a Nova História, através, sobretudo, de Jacques Le Goff, o documento não é inócuo nem neutro, tampouco sem intenção, mas é – tal como os monumentos – instrumento de poder, caberia aos historiadores, pesquisadores e espectadores desses filmes estabelecer “uma certa maneira de dar *status* e elaboração à massa documental de que ela (a história) não se separa”. (FOUCAULT, 1986, p. 8)

Nesse sentido, alguns argumentos desenvolvidos por Michel Foucault em *Arqueologia do Saber* nos parecem úteis para sublinhar certos aspectos a respeito do documentário na época e ainda hoje. Classicamente, o documentário tem afinidades com o documento na sua acepção mais tradicional e a própria etimologia dessa forma de cinema implica uma relação estreita com a noção de documento. Muitas críticas feitas ao documentário até hoje se baseiam nessa relação, como se o documentário, desde sempre, almejasse as mesmas características e funções do documento: ser objetivo, expressar a verdade, representar o real. No entanto, o que se vê nesse encontro do documentário com a televisão não é em absoluto algo objetivo e inocente que “expressa uma verdade” sobre o Brasil numa determinada época, mas uma expressão do poder daquele momento sobre a memória e o futuro. Não cabe, nesse sentido, interpretar simplesmente esses filmes, tampouco determinar se dizem a verdade sobre a década de 1970, mas “trabalhá-los no interior”, ou seja, organizar, estabelecer séries, identificar elementos, singularidades, descrever relações.

Acreditamos que, para relativizar o tom de “excepcionalidade” que marca frequentemente os estudos acadêmicos, já elencados em nota de rodapé, sobre os documentários das séries *Globo-Shell Especial* e

Globo Repórter, durante os anos 1970, é importante avaliar o que tornou esses programas possíveis, quem os apoiava e dentro de que procedimentos.

O documentário entre a educação pública e a arte do cinema

Nos interessa agora discutir a crença de que o documentário poderia ser uma variação muito particular e ligeiramente diferente das reportagens. Trata-se de uma concepção desse tipo de cinema que remonta à forte tradição da Escola Britânica de Filmes, cujo desejo era que o documentário pudesse se transformar em Arte, conquistando, como os clássicos do cinema mudo, a intelectualidade, os artistas e um público amplo.⁷ A concepção do documentário como expressão individual, livre, era o que permitiria, ainda segundo essa tradição, se distanciar da reportagem, dos *travelogues* ou dos filmes científicos e garantir recursos financeiros para suas obras. Ao escrever sobre *travelogues* e planos da natureza, o escocês John Grierson, documentarista e mentor dessa tradição, diz que “eles descrevem, e mesmo expõem, mas em qualquer sentido estético, só raramente revelam.” Os documentários deveriam ser muito mais, pois eles “podem ultrapassar as simples descrições do material natural” e produzir novos arranjos e associações a partir desse material. (WINSTON, 2000, p. 20) Desse modo, o “tratamento criativo da atualidade” (Grierson), expressão que marca a diferença do documentário com relação às outras práticas cinematográficas, promoveria intuições, *insights* e não simplesmente reflexões mecânicas sobre o mundo.

Assim o documentário incluiu o uso de imagens do mundo real para propostas de expressão pessoal. Estimulou o “tratamento criativo” das atualidades para obter o *status* artístico já conquistado pelo cinema clássico ficcional. Permitiu o uso de imagens poéticas, ensa-

ísticas, polêmicas, e, no que tange à produção, claramente permitiu a reconstrução de eventos testemunhados previamente, comentários, som dublado não naturalista, edição para produzir um ponto de vista específico e todo tipo de intervenção e manipulação. Se o documentário não era jornalismo, então poderia clamar por todas as licenças artísticas da ficção com a única obrigação de que suas imagens não fossem atuadas por atores e que suas histórias não fossem produto de uma imaginação livre. É claro que há inconsistências lógicas na definição e nas posições de Grierson, como marca Brian Winston (2000, p. 21), afinal, o que sobraria da “atualidade” depois que ela tivesse sido “criativamente tratada”? Mas, como enfatiza, tais inconsistências descortinaram um horizonte de expressões criativas que muito iluminaram a vida do século XX.

Há outro aspecto que remonta à tradição e concepção da escola britânica do documentário dentro do projeto dos programas *Globo-Shell Especial* e *Globo Repórter*. Trata-se do papel de educação popular creditado à imagem documental e o seu potencial de construção de uma consciência democrática. Se a escola britânica constituiu o primeiro momento no qual o documentário pensa a si mesmo, enquanto forma narrativa particular, ela também respondeu às expectativas do investimento estatal através de seus procedimentos de linguagem e escolhas estéticas. Assim é que seus filmes continham um viés claramente educativo, uma “visão missionária do documentário”, à medida que destinavam-se a educar as massas para a democracia liberal e ainda fazer propaganda dos produtos e da indústria britânica. (RAMOS, 2008, p. 56)

A tradição documentária, portanto, em sua principal vertente, é fruto de um liberalismo de massa que reconhece o papel dos meios de comunicação frente à opinião pública e o seu papel na educação popular. É este pensamento do documentário que, entre outras questões históricas, políticas, econômicas, culturais, favorece a entrada dos

cineastas na Rede Globo nos anos 1970, artistas cuja trajetória política “de esquerda” agregava justamente o capital simbólico necessário para adensar o verniz artístico desses programas na televisão. (SACRAMENTO, 2011) Se considerarmos este raciocínio da distinção e da conferência de legitimidade para tratar do Brasil, tudo indica que o convite feito a cineastas para trabalhar na emissora tinha como foco a divulgação de assuntos que colaborassem com o ideário cívico das boas ideias e/ou das boas causas, incluíam-se aí assuntos que não estimulassem movimentos antinorte-americanos ou que explicitassem a importância do capital multinacional. (KHEL, 2005)⁸

O que se vê, em ambas as séries (*Globo-Shell* e *Globo Repórter*), são temas que permitiram aos telespectadores assistir, em rede nacional, o que faziam os sertanejos quando estavam com fome, o que pensavam os negros baianos de suas relações com o continente africano, como viviam as empregadas domésticas nos grandes centros urbanos, como se deu a emboscada que levou à morte de Lampião e Maria Bonita no interior de Sergipe, o que tinham a dizer mulheres que, nos anos 1930, ainda jovens, decidiram abandonar suas famílias e partir para a vida dura, porém libertária, dentro do cangaço. Se o documentário na TV foi usado para arquivar consenso social, é porque ele foi abraçado com os olhos voltados para o futuro, resultado de certas relações de forças que detinham o poder e que permitiriam à memória coletiva recuperá-lo mais à frente.

O casamento temporário do documentário com a televisão brasileira, na década de 1970, viria a legitimar uma variedade imensa de assuntos, todos eles tornando-se ou com possibilidade de tornarem-se “verdadeiros assuntos” nacionais, isto é, com poder de interferir na arena pública, produzir críticas, debates, justificativas, de modo a envolver ainda mais o público no julgamento dos filmes e dos programas da Rede Globo. As matérias da revista *Veja*, do jornal *O Globo*, do *Jornal do Brasil*, por exemplo, dão prova dessa engrenagem social e cultural que vê o documentário como um gênero que modula e é

modulado pelo espaço público, lugar onde circulam imagens consideradas legítimas pra falar do país e do mundo, informar e comunicar acontecimentos.

Trata-se de um tipo de empreendimento televisivo que Brian Winston (2000, p. 46) ao analisar as séries televisivas americanas de compilação histórica feitas nas décadas de 1950-60, chamou-as de “relações públicas de longo prazo” por serem um “exercício ancorado por um censo de dever cívico”. Nesse sentido, o casamento do documentário com a televisão brasileira seguiu a tradição que concebia a produção documentária, dentro da TV, como um empreendimento de educação pública, capaz de enunciar asserções sobre o mundo através de procedimentos expressivos e artísticos;⁹ a Rede Globo e a Shell buscaram atualizar esse ideário de ética educativa do filme e conjugaram a ele os valores da época de unificação da linguagem, do consumo e dos padrões pequeno-burgueses.

A incorporação do documentário à telinha marca também o entendimento da TV, mais especificamente da Rede Globo, como uma membrana que deveria envolver todos os brasileiros, colocar uns em contato com outros, criar identidade e ter como missão cívica cuidar da sorte comum de todos, das relações no interior dos diferentes grupos e entre eles. É sob esse prisma que deve ser lida a entrada de cineastas na TV. Trata-se de um prisma político e igualmente estético de pesquisa e de criação de modelos sociais, de modos de relação, de vida em conjunto, de descobertas, assim como de investimento em cultura e informação.

Se “a televisão é um sintoma de nosso desejo e de nossa maneira de viver juntos”, os ideais de prosperidade em jogo naquele momento não implicavam apenas a crença na felicidade via consumo, no poder das cadernetas de poupança, na viabilidade da casa própria comprada com crédito facilitado, mas igualmente a crença na disseminação de ideias, invenções, conhecimento, modos de relação com o outro. (COMOLLI, 2004, p. 506) Acolher cineastas, sob a bandeira do do-

cumentário é, nesse momento, “rumo à realidade” e em detrimento do paradigma do grotesco, inovar, renovar, inventar um modelo de sociedade e de televisão que, afrontando as grosserias tipo Chacrinha e as apelações melodramáticas tipo “mundo-cão”, surgiria para autenticar a realidade brasileira e renovar nosso modelo social. Do homem desenraizado, migrante, como modelo de vida em conjunto – e presente no cinema da década, em filmes como *A queda*, de Ruy Guerra e Nelson Xavier; *O homem que virou suco*, de João Batista de Andrade; *ZéZero*, de Ozualdo Candeias; *Tudo bem*, de Arnaldo Jabor –, passaríamos a ter uma nova representação social, calcada no homem moderno, urbano.

Se, por um lado, a entrada dos documentários na TV atesta a existência de uma realidade ampla, diversa e dá testemunho dos acontecimentos, por outro, é a realidade brasileira que valida este tipo de cinema, pois é através do imperativo documental que o telespectador poderia conhecer não só o país, mas a riqueza do seu povo, a diversidade de suas falas e de seus modos de ser. O cinema documentário agregava, portanto, valor factual, valor de atualidade e, ainda, associava o conhecimento à arte, fazendo ressoar ainda o pensamento dos teóricos soviéticos do documentário, dos anos 1920, que preconizavam nos filmes a exigência de uma “exatidão factual” sustentada por data, tempo e lugar. (CHEVRIER, 2006) Esta exatidão, no cinema feito para a TV, era garantida frequentemente pelo apresentador desses programas que, ao abrir e fechar cada bloco, assegurava ao telespectador que as imagens vistas e ouvidas até então guardavam uma concordância absoluta de sentido.

Da excepcionalidade para a efemeridade: quando as imagens tomam posição

Quando se estuda o arquivo de documentários das séries *Globo-Shell Especial* e *Globo Repórter*, é importante considerar a efemeridade

brutal desses filmes na época, exibidos via de regra uma única vez, com uma regularidade que variou ao longo dos anos, sem direito a reprise, destinados a desaparecer das telas televisivas e da nossa memória no mesmo segundo em que foram ao ar, portanto destinados ao esquecimento. É importante considerar também que nem todos esses filmes eram inventivos, experimentais, mobilizadores; ao contrário, muito deles, feitos por cineastas como Walter Lima Jr., Eduardo Coutinho, Mauricio Capovilla, para citar alguns, se aproximavam de modelos que já se consolidavam no telejornalismo, formatos nos quais a imagem e a edição estão reduzidas e subordinadas ao comentário do locutor/narrador. Filmes como *Medicina Popular* (1977, Walter Lima), *Uauá* (1977, Eduardo Coutinho), *Os homens verdes da noite* (1977, Capovilla) exemplificam esse aspecto.

Se parte desses filmes nos mobilizam ainda hoje é porque não só demandam o esforço de revolver essas primeiras décadas da televisão brasileira, no sentido de entender o que favoreceu o já referido encontro, mas porque incitam uma espécie de reflexividade do telespectador, baseada numa proposta estética – pedagógica, educativa – que pretende conter uma análise crítica da realidade social. Nesse sentido, *Caso Norte* (1977), *Wilsinho Galiléia* (1978), ambos de João Batista de Andrade, *Patroa X empregada* (Alberto Salvá, 1976), *Theodorico – o imperador do sertão* (Eduardo Coutinho, 1978), para citar alguns, demandam do telespectador uma tomada de posição a respeito dos fatos representados e a respeito dos seus modos de representação, fazendo ressoar o pensamento estético de Brecht no seu desejo de politizar a arte pelo distanciamento/estranhamento.¹⁰

Essa exigência de uma tomada de posição do telespectador aparece em documentários cujos planos de longa duração favorecem o crescimento e imprevisto de seus personagens (*Uauá*/1976; *Theodorico – o imperador do sertão*/1978; *Seis dias em Ouricuri*/1976; todos de Eduardo Coutinho; *Tubarão – vinte dias depois*/1974, de Walter Lima Jr., *Retrato de classe*, de Gregório Bacic); nas reconstituições de episódios

violentos interrompidos seja pela dimensão reflexiva do filme (*O Caso Norte e Wilsinho Galiléia*, ambos de João Batista de Andrade), seja pelo testemunho falado de sobreviventes que funciona como aquilo que se dispõe para saber e imaginar o passado (*Mulheres no cangaço*, 1976, de Hermano Penna; *O último dia de Lampião*, 1973, de Mauricio Capovilla); no uso de imagens de arquivo que associadas a outras imagens, espaços e tempos deslocam e redimensionam episódios e personagens do passado (*Semana de Arte Moderna*, 1972, de Geraldo Sarno; *Do sertão ao beco da Lapa*, 1972, de Mauricio Capovilla; *Wilsinho Galiléia, Retrato de classe, Mulheres no cangaço*).

Trata-se de uma exigência de tomada de posição que em *Patroa x empregada* (1976, Alberto Salvá) se mostra não apenas na montagem que articula a interdependência de ambas – donas de casa de uma emergente burguesia paulista e empregadas domésticas –, mas na escolha dos lugares onde acontecem as entrevistas (salões de beleza, sobretudo) e no contraponto que o filme estabelece entre ultraje/pujança e humilhação/precariedade. Ao não fazer uso da narração de Sérgio Chapelin, o documentário enfatiza os depoimentos das donas de casa naquilo que possuem de conservadorismo, preconceito de classe e, ainda, no que consideram ser “a boa moral e os bons costumes”. Se levarmos em conta que boa parte dos telespectadores desses programas era composta pelas classes A e B e que o documentário de Salvá se dirigia a essa audiência, fica evidente no filme sua vontade de transformação do social através de um espelhamento crítico (a estrutura da sociedade reproduzida sobre a cena) como estratégia consubstancial ao seu modo de representação.¹¹

Se enfim esse conjunto de filmes tem uma dimensão brechtiana é porque mostra as determinações sociais, culturais, econômicas e ao mesmo tempo aponta para possibilidades de mudança, porque quer tornar consciente que o atual (da época) é histórico, portanto transformável, porque incita uma “atividade” do telespectador através de diferentes procedimentos estéticos (reencenação, apropriação de ima-

gens, autoencenação). Propostas que encontramos também em outros documentários do período, exibidos no cinema, e que hoje aparecem redimensionadas dentro de um contexto de consumo, produção e circulação intenso de imagens. Em filmes como *Jogo de cena* (2007, Eduardo Coutinho), *Juízo* (2007, Maria Augusta Ramos), *Serras da desordem* (2006, Andrea Tonacci), *Terra deu, terra come* (2010, Rodrigo Siqueira), *Pacific* (2010, Marcelo Pedroso), *O céu sobre os ombros* (2010, Sérgio Borges), reencontramos esses procedimentos, de modo que uma discussão histórica, analítica e estética dos filmes feitos para televisão, na década de 1970, pode de fato contribuir para uma renovação do pensamento crítico sobre o documentário no Brasil (o que não cabe nos limites desse artigo).

Resta entender o “ao vivo” na televisão a partir de sua aliança com o documentário e de que modo essa aliança colabora para tornar visíveis as supostas evidências do Brasil Grande; entender como o “ao vivo” expõe os modos de representação do filme, quais suposições estão aí implicadas e que opções de interpretação são oferecidas para o telespectador.

O “ao vivo” da televisão no cinema documentário

Para boa parte dos historiadores do cinema, há sem dúvida uma dívida da tecnologia do direto no cinema para com a televisão e o teletjornalismo nascente. Essa inovação tecnológica – ou seja, películas mais sensíveis à luz, som magnético, câmeras mais leves – favoreceu novas formas narrativas e abriu o mundo filmado para a entrada do documentarista e sua equipe (de um lado, a câmera leveira, sobretudo em 16 mm, que vai para o ombro do fotógrafo e acompanha seu movimento; de outro, o som direto sincrônico, a gravação magnética do som que se insere na banda sonora da película, em substituição ao sistema de gravação ótica). Se durante e depois da II Guerra, documentário e reportagem tornaram-se uma mercadoria valiosa, as

limitações tecnológicas impostas aos realizadores (documentarista e repórter) ainda seriam uma preocupação. Volume, peso do equipamento, insensibilidade do filme à luz, sistemas de gravação do som, entre outros fatores, impediam filmagens noturnas, no front ou próximas a um perigo, de modo que nesses anos o procedimento da reconstituição no documentário (dentro de estúdio, com verdadeiros e falsos atores) garantia não só sua eficácia pedagógica, mas também seu efeito dramático e realista. No caso das televisões britânica e americana, por exemplo, a tecnologia do som direto iria embaralhar a linha entre documentário e telejornal, despertando a “virada jornalística do documentário televisivo” nesses países. (WINSTON, 2000, p. 21)

No contexto dos programas *Globo-Shell Especial* e *Globo Repórter*, a incorporação do “ao vivo” televisivo, com seus efeitos de “tempo real” e de atualidade, aliada à tecnologia do som direto, iria favorecer o aparecimento de imagens impactantes em termos estéticos e políticos. Por exemplo, os longos planos de *Uauá* (1977, Eduardo Coutinho), onde o personagem José Ramos narra para a câmera e ao mesmo tempo reencena gestualmente o que fazia para poder sobreviver à seca no interior da Bahia, de forma semelhante ao homem de *Seis Dias de Ouricuri*, que mostra as raízes que precisou comer para não morrer de fome. Em *Uauá*, o personagem é apresentado pela seguinte narração feita por Sérgio Chapelin a partir de um trecho de *Os sertões*, de Euclides da Cunha, que se refere à cidade de Uauá: “O herói da caatinga, não é Pelé, nem Fittipaldi, é o próprio sertanejo, esse ser desgraçoso, desengonçado, torto, de que fala o escritor. Desgraçoso, desengonçado, torto, mas sobrevive.”

A partir daí, somos brindados com uma sequência de nove minutos de duração dedicada a esse ex-sargento da Polícia baiana, uma sequência composta por planos longos, muitos sem narração, outros com algumas poucas falas do próprio José Ramos cavando buracos na terra, em busca da raiz do umbuzeiro. Também no documentário *Tubarão – vinte dias depois* (1974, Walter Lima Jr.), o assunto a filmar

era a enchente na cidade catarinense que deixou centenas de mortos e milhares de desabrigados. Designada para documentar o lugar vinte dias depois da catástrofe, a equipe de Walter Lima se depara com um cenário de devastação e morte. Em busca de personagens para o programa, Walter Lima encontra um homem, depois de vinte minutos de filme, que salvou cerca de duzentas pessoas e que dá o seu depoimento para a câmera por quase três minutos, narrando sua desventura com seus gestos, seu corpo, sua voz, ainda perplexo com sua atuação “heróica” diante de tamanha tragédia. Como lembra Eduardo Coutinho, “saímos para encontrar pessoas de carne e osso e não o povo”.¹²

A incorporação do “ao vivo” televisivo ganha uma densidade especial na abertura de *Wilsinho Galiléia* (1978, João Batista de Andrade), documentário censurado na época e jamais exibido na televisão brasileira.¹³ O filme reconstrói a trajetória de um menino pobre que se transforma em uma ameaça à sociedade, acusado de centenas de assaltos, roubos e assassinatos, até ser morto pela Polícia numa emboscada dentro da casa de sua amiga, Geni. As primeiras imagens do documentário são instáveis, tremidas, feitas com a câmera na mão e mostram a casa de Geni, na periferia de São Paulo; sobreposta a elas, há o som em *off* do suposto diálogo entre Wilsinho e Geni, segundos antes de ser fuzilado pela Polícia. Da reconstituição do diálogo e dos tiros, o filme passa para João Batista que, com o microfone em punho e evitando aparecer em cena, colhe o testemunho dos vizinhos de Geni sobre o que viram/ouviram do assassinato. As imagens têm um caráter de urgência e parecem estar à procura daquele que sabe, viu e/ou lembra. No entanto, os moradores de Galiléia apenas confirmam que ouviram tiros, mas não sabem o que estava acontecendo, nem quem era Wilsinho ou o que se passava na casa da moça. Todos têm medo de falar. A câmera na mão e o corpo-a-corpo com os moradores não só atualiza o “ao vivo” televisivo (a sensação forte do momento da

filmagem) como, no desconforto que revela, “conspurca a *ilha de paz e tranquilidade* chamada Brasil”. (FRANÇA, 2010)

A apropriação, pelos filmes do programa *Globo Repórter*, de procedimentos trazidos pelo “ao vivo” da TV – a incorporação do *making of*, do tempo que passa e que coincide muitas vezes com o tempo da narrativa, do acaso dos acontecimentos – provoca situações, incita falas e gestos que transformariam o tempo do cinema documentário, da captura e da duração das cenas. Estes procedimentos permitiram um afloramento do real até então jamais visto dentro da televisão brasileira. Sem dúvida, a época e o contexto analisados tem uma dupla característica: existem as inovações e os procedimentos trazidos pela televisão – o “ao vivo”, o “direto televisivo” –, **presentes nas transmissões** que fazem uso do som direto, da *performance* do repórter/apresentador e que se mostram suscetíveis ao acaso; e existem também “modelos” de telejornalismo que já começam a determinar a linguagem do documentário na TV e que estão presentes sobretudo no empenhimento que retira das imagens suas “motivações” iniciais para subordiná-las a uma necessidade anterior de estrutura.

Acreditamos que o “ao vivo” televisivo afetou o domínio do documentário e imprimiu uma nova autoridade a essas imagens. Assim, um filme como *Iracema: uma transa amazônica*, de Orlando Senna e Jorge Bodanzky (1974), é exemplar desse movimento de interferência ao vivo pelo norte do país. O personagem caminhoneiro Tião Brasil Grande, vivido pelo ator Paulo César Pereio, provoca situações e faz falar os caboclos, os sem-terra, as prostitutas da região amazônica, de modo a documentar, graças ao som direto, esse embate “ao vivo” entre o cinema e o interior do país, entre o personagem ficcional de Pereio (Tião Brasil Grande) e uma realidade ocultada pelo discurso ufanista do progresso. São inúmeras cenas de queimadas, de estradas pela metade, da extração ilegal da madeira e, ainda, de placas em birascas e para-choques de caminhão com os dizeres: “Brasil: ame-o ou deixe-o”.

Censurado e impedido de ser veiculado pelo país durante anos, este filme pôde explorar um corpo-a-corpo mais intenso na relação com o interior do país, favorecido pela tecnologia do direto, assim como outro filme do período, *Interprete mais, pague mais* (1975, Andrea Tonacci). Realizado a partir de uma turnê do grupo teatral de Ruth Escobar pelo Oriente Médio, o documentário de Tonacci pôde desnudar, favorecido pela inovação tecnológica do direto, as relações de poder, sujeição e sedução implicadas na dinâmica do grupo.

Se a entrada do documentário na televisão passa, entre outras coisas, pela urgência de deciframento e de restituição de um sentido para o Brasil Grande, passa também pela necessidade de não “abandonar” as imagens televisivas aos seus modos mais danosos, fosse o grotesco televisivo ou o mundo-cão. Apoiar a realização e a difusão do documentário na TV é, portanto, um modo de “passar à prova” as fraturas sociais do país, de reiterar a missão cívica de um projeto (*Globo-Shell Especial* e *Globo Repórter*) que, para marcar sua diferença com relação à austeridade da reportagem televisiva, apostaria na criatividade, na expressão individual e livre do artista/cineasta, do mesmo modo e dando continuidade à empreitada da Shell que, na década de 1960, investiria no ideário jovem, na música e na cultura pop.

Para rever e analisar esse arquivo de filmes, acreditamos que relativizar o tom de excepcionalidade que marca a análise e a pesquisa sobre o tema é fundamental. Portanto, reavaliar o que o tornou possível, o lugar cultural, econômico e político da marca Shell, o conceito de documentário em jogo, assim como o pensamento sobre cinema, televisão e educação pública naquele momento, passam a ser elementos que contribuem para o entendimento da entrada do documentário na TV. É diante de uma massa emergente de consumidores, irmanada enquanto telespectador e não enquanto “povo real” ou “povo que

falta” (DELEUZE, 1990, p. 258), que o documentário exerceria seu papel cívico e proclamaria esse público-espectador como sujeito ideal do político.

NOTAS

- ¹ Esse artigo é parte do projeto do Grupo de Pesquisa, com apoio do CNPq, “Cinema documentário na televisão brasileira, a década de 1970”. Este Grupo de Pesquisa é formado pelos professores Miguel Pereira e Angeluccia Habert; pelos colaboradores Hernani Heffner (Cinemateca do MAM) e Beth Formaggini (produtora de cinema); pelos alunos de mestrado Patrícia Furtado Machado, Lucia Tupiassu e Guilherme Bento de Faria; e pelos de Iniciação Científica, Caíque Mello, Ana Beatriz Dias Rangel Kling, Igor Andrade Pontes, Diogo Cavour e Rodrigo Castelo Branco.
- ² Costa (2009); Duarte (2006); Militello, (1997); Palha, (2007); Queiroz (2005); Resende (2005); Sacramento (2008); Silva (2009).
- ³ Em algumas pesquisas acadêmicas, há também depoimentos de jornalistas, cinegrafistas e diretores dos programas. Ver, nesse aspecto, a dissertação de Igor Sacramento que busca ampliar o universo de fontes primárias ligadas ao tema dos cineastas no programa *Globo Repórter*. Não foram, porém, observadas entrevistas com o telespectador anônimo daquela década.
- ⁴ Ao analisar o telejornalismo britânico da década de 1970, Dai Vaughan, em um artigo da mesma década, já denomina de “hierarquia da autoridade” a dinâmica implícita nos telejornais, em que a função do âncora, do entrevistado, do comentário, da posição da câmera seria demarcada por “códigos hierárquicos” que expõem a atitude comercial da televisão diante do telespectador. Ver Vaughan (1988, p. 37) p. 37.
- ⁵ Uma das propagandas da Filмотeca Shell na Revista *VEJA* Edição 215, de 18/10/1972.
- ⁶ Os documentários exibidos no *Globo Shell-Especial* integraram o acervo da Filмотeca da Shell, criada em 1942 e com duas sedes, uma em São Paulo e outra no Rio de Janeiro. Nesse acervo constavam documentários nacionais e documentários da Shell-Inglaterra. Sobre o telejornalismo da época, ver, entre outros, Bucci (2005), Khel (2005).
- ⁷ É com esse objetivo, aliás, e com dinheiro do Estado britânico, que o documentarista John Grierson contrata a nata dos artistas de sua época, abrindo espaço, dentro do departamento *Emperial Marketing Board* (que abrigava a produção de documentários), para uma interação produtiva entre novas propostas da arte de

vanguarda, experimentais e distantes do *mainstream*, e a tradição documentária. Ver RAMOS, 2008.

- ⁸ Lauro Cezar Muniz, autor de uma das novelas das oito da Rede Globo nos anos 1970, estava proibido de usar a palavra “multinacional”, em uma de suas novelas, para designar a nova indústria de laticínios que iria se implantar na cidade fictícia de Pilar. (KHEL, 2005)
- ⁹ Winston lembra que as emissoras norte-americanas são herdeiras, assim como as britânicas, de uma tradição de produção de documentário de “educação pública” fundada no Estado, destacando, porém, que nos EUA o pensamento sobre “serviço público” sempre foi dominado pelas ideias de mercado. (WINSTON 2000, p. 45)
- ¹⁰ Seria necessário articular o pensamento de Bertold Brecht, a respeito do estranhamento/distanciamento, a esses documentários – *Retrato de classe, Caso Norte, Patroa x empregada, Theodorico*, entre outros – que fazem da citação, da ironia, do encontro distanciado entre cineasta e personagem, um modo de conhecimento não só do Brasil, mas de si mesmos enquanto formas de representação; articular também a esses filmes a onda brechtiana que ganha força na década de 1960 na França, a ponto da revista *Cahiers du Cinéma*, no seu n. 114 fazer uma capa com o sugestivo título: “Brecht está na moda”.
- ¹¹ Em conversa com Alberto Salvá, na casa da produtora Beth Formaggini em novembro de 2010, ele nos explicou que o final do filme é mesmo abrupto e inesperado, ao contrário da suposição de que nossa cópia não continha o final. Segundo Salvá, a ideia de interromper a entrevista com a garota (menor de idade e empregada doméstica) abruptamente e usá-la como plano final passava pela crença de que a gratuidade do fim ampliaria ainda mais o desconforto do telespectador. Salvá infelizmente faleceu no ano seguinte, em 2011.
- ¹² Debate com o diretor no evento “Cineastas e o Globo Repórter”, em outubro de 2010, na PUC-Rio.
- ¹³ O filme só foi exibido, no Brasil, vinte e quatro anos depois, no *Festival Internacional de Documentários “É Tudo Verdade”*, de 2002.

REFERÊNCIAS

- BUCCI, Eugênio. *Brasil em tempo de TV*. São Paulo: Ed. Boitempo, 2005.
- CHAPMAN, Jane. *Issues in contemporary documentary*. Cambridge: Polity Press, 2009.
- CHEVRIER, Jean-François. Documentaire, document, témoignage. *Communications*, Paris, n. 79, 2006.

- COMOLLI, Jean Louis. “Télé, ou es-tu?”. In: _____. *Voir et pouvoir – L’innocence perdue: cinéma, télévision, fiction, documentaire*. Paris: Éditions Verdier, 2004.
- COSTA, Marília Hughes Guerreiro. *O modo de endereçamento do Globo Repórter: uma análise a partir de três períodos historicamente distintos*. 2009.165f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporânea) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2009.
- DELEUZE, Gilles. *A imagem tempo*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1990.
- DIDI-HUMBERMAN, Georges. *Images malgré tout*. Paris: Les Editions de Minuit, 2003.
- DUARTE, Daniel Ribeiro. Figurações do ordinário no Globo Repórter dos cineastas. Dissertação de Mestrado. Fafich/Universidade Federal de Minas Gerais, 2006.
- FRANÇA, Andréa. A reencenação no cinema documentário. *Revista MATRIZES*, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 149-161, Universidade de São Paulo, jul./dez. 2010.
- FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do Saber*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1986.
- KHEL, Maria R. Um só povo, uma só cabeça, uma só nação. In: NOVAES, Adauto (Org.). *Anos 70 – ainda sob a tempestade*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2005.
- KHEL, Maria Rita; COSTA, Alcir Henrique da; SIMÕES, Inimá. (Org.) *Eu vi um Brasil na TV*, São Paulo: Ed: brasiliense, 1986.
- MILITELLO, Paulo. *A transformação do formato cinedocumentário para o formato teledocumentário na televisão brasileira: O caso Globo Repórter*. 1997.115f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 1997.
- PALHA, Cássia Louro. *O povo e a TV: construções do popular na história do Globo Repórter (1973-1985)*. 2007. 263 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, 2007.
- QUEIROZ, Anne Lee Fares de. *Cabra Marcado Para Morrer: da história do Cabra à história do filme*. 2005. 235f. Dissertação (Mestrado em Artes) - Instituto de Artes, UNICAMP, 2005.
- RAMOS, Fernão. *Mas, afinal, o que é mesmo documentário?* São Paulo: SENAC, 2008.

- RANCIÈRE, Jacques. *Les écarts du cinéma*. Paris: La Fabrique Éditions, 2011.
- RESENDE, Ana Cláudia de Freitas. *Globo Repórter: um encontro entre cineastas e a televisão*. 2005. 348f. Dissertação (Mestrado em Artes) - Escola de Belas Artes, Universidade Federal de Minas Gerais, 2005.
- SACRAMENTO, Igor. *Depois da revolução, a televisão: cineastas de esquerda no jornalismo televisivo dos anos 1970*. São Carlos(SP): Pedro & João Editores, 2011.
- SACRAMENTO, Igor. *Depois da revolução, a televisão: Cineastas de esquerda no jornalismo televisivo do anos 1970*. 2008. 330 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- SILVA, Heidy Vargas. *Globo-Shell Especial e Globo Repórter (1971-1983): as imagens documentárias na televisão brasileira*. 2009, 285f. Dissertação (Mestrado em Artes) - Instituto de Artes, UNICAMP, 2009.
- VAUGHAN, Dai. *Television Documentary Usage*. In: ROSENTHAL, Alan. (Org.) *New Challenges for Documentary*. Los Angeles: University of California Press, 1988.
- WINSTON, Brian. *Lies, Damn lies and documentaries*. London: British Film Institute, 2000.

Marcas do passado tecendo o presente: a formação histórica dos programas de entrevistas no Brasil

Fernanda Mauricio da Silva

Introdução

A história do telejornalismo é contada na bibliografia de referência a partir do desenvolvimento de seu subgênero mais recorrente, o telejornal. Nessa narrativa destacam-se os marcos históricos relevantes – como a influência do paradigma radiofônico, a transmissão em rede e a chegada de novas emissoras nos anos 1980 –, além da consolidação e enfrentamento de modelos hegemônicos, como o *Jornal de Vanguarda*, o *Aqui e Agora* e o *TJ Brasil*, que ofereceram uma alternativa ao padrão estabelecido pela Globo. Além das marcas textuais mais significativas – cenário, papel dos repórteres e apresentadores, estratégias para apresentação das notícias –, a análise considera um contexto reduzido a governabilidade, inovações tecnológicas e disputas midiáticas. Outros formatos do telejornalismo – como programas de grande reportagem ou programas de entrevistas – são mencionados de forma secundária e sem relação com as inovações provocadas no e pelo telejornalismo.

No caso dos programas de entrevistas, sua presença na grade de programação parece estar naturalizada na tradição jornalística da televisão brasileira, mas com pouca reflexão sobre seu processo de formação. A discussão está focada no final dos anos 1970, quando, em

função do enfraquecimento da ditadura militar, programas de entrevistas políticas se multiplicaram no fluxo televisivo, dando visibilidade especial aos políticos de esquerda, antes exilados e cassados pelo regime. Como consequência da redemocratização e da queda da censura, num momento em que a TV queria renovar seus formatos, os programas de entrevistas apareceram como alternativa barata e politicamente atuante.

Essa história, porém, prioriza a regularidade e a fixação de certas características – a contestação, o interesse público, a participação, a aproximação com a política – como fio condutor para o desenvolvimento dos programas de entrevistas. Ela denota uma relação transparente entre democracia, liberdade de expressão e programa de entrevista, como se fossem derivados naturais um do outro, ocultando disputas na definição do que é um programa de entrevistas autêntico segundo os princípios do jornalismo. Essa disputa se deu, sobretudo, pela necessidade do campo jornalístico em se legitimar no espaço televisivo, visto como local prioritário do entretenimento.

Propomos neste artigo uma abordagem histórica dos programas de entrevistas, aqui considerados como um subgênero do telejornalismo, operacionalizando a noção de genealogia, formulada por Michel Foucault (2010a), articulada ao conceito de gênero televisivo como categoria cultural. (MITTELL, 2001, 2004) Nosso ponto de partida é o momento histórico em que o modelo dominante foi formado – o final dos anos 1970 –, a partir dos deslocamentos provocados por uma tensão que contribuiu na configuração do subgênero: *entrevistas contestadoras x entrevistas amenas*. Essa dicotomia foi provocada pela reedição do programa *Pinga Fogo*, pela TV Tupi. Em sua primeira fase, no início dos anos 1960, *Pinga Fogo* caracterizava-se como um programa tenso, polêmico e profundo. Na segunda, em 1978, tornou-se polido e cortês em relação aos entrevistados, geralmente representantes políticos, afastando-se das expectativas acerca do jornalismo. As práticas discursivas do período levam a crer que foi naquele

momento que aprofundamento e contestação tornaram-se parâmetros de definição e aferição de qualidade ao subgênero, estendendo-se aos demais programas originados no período e servindo de parâmetro de avaliação ainda hoje.

História cultural de gêneros televisivos: aspectos metodológicos

Em sua estreia como apresentadora do programa *Roda Viva*, em 2008, a jornalista Lillian Witte Fibe recebeu o então ministro do meio ambiente Carlos Minc. Na reportagem do portal *Comunique-se* sobre a nova fase do programa, Carla Martin (2008) ressalta que “a jornalista foi enfática durante a apresentação. Pegou firme com o ministro do Meio Ambiente. Não deixou que Minc escapasse das questões”. A mesma característica é ressaltada pelos telespectadores que acompanham a trajetória da apresentadora, que é qualificada como “profissional”, “talentosa” e com coragem para enfrentar qualquer entrevistado.¹

Em 1978, o jornalista Celso Nucci Filho buscou sintetizar a expectativa dos telespectadores sobre programas de entrevistas afirmando que “quem assiste uma entrevista na televisão quer, supõe-se, ter no final um conjunto de informações que deixem bem claro todas as posições do entrevistado”. O autor considera ainda que “importa, sim, que os entrevistadores cumpram seu papel até o fim, insistindo e reformulando perguntas até obter respostas esclarecedoras ao público”. (NUCCI FILHO, 1978, p. 14)

Nos 30 anos que distanciam as duas afirmações fica evidente a mesma performance por parte do entrevistador: a exaustividade nas perguntas, a insistência em assuntos que o convidado procura se esquivar, a fim de obter informações esclarecedoras ao público. Sendo assim, a postura do entrevistador não deve nunca deixar o entrevista-

do numa posição confortável, nunca deixá-lo controlar a cena comunicativa, mas confrontá-lo até que a informação seja revelada.

É nesse sentido que pensamos a contestação nos programas de entrevistas, prática que aparece como uma característica típica do subgênero, como uma regularidade que enfrentou a história e permaneceu nas atividades jornalísticas e nas expectativas da audiência. A postura contestadora ganha relevo nas entrevistas televisivas quando estas se voltam para a vigilância do campo político e defesa do interesse do cidadão. A contestação era o que credenciava o jornalista a falar em nome do público e cobrar esclarecimentos mais aprofundados sobre suas posições políticas conferindo legitimidade à entrevista. Essa associação entre entrevista e o campo político se formou historicamente durante o processo de profissionalização do repórter.² Clayman e Heritage (1999) afirmam que os primeiros programas televisivos de entrevista dos Estados Unidos emergiram baseados no modelo das entrevistas coletivas já praticadas pelos representantes da Casa Branca. Assim, copiava-se o padrão formal das entrevistas do governo norte-americano, com um grupo de jornalistas interrogando um representante político. Bernard Timberg (2004) aponta a tensa entrevista que o jornalista Edward Murrow realizou com o senador Joseph McCarthy no programa *See It Now* como asseguradora de seu lugar na história da televisão norte-americana. Henrik Örnebring (2003) relata que, no período que ele designou como “debate cortês”, os programas de debate da Suécia assemelhavam-se às sessões oficiais do Parlamento Nacional, o que se expressava pelos nomes dos programas: *The Little House*, *The New House*, *Evening Plenary*.

Essa aproximação entre a entrevista e o campo político se dá por meio de uma alusão frequente que se faz ao papel da conversação na democracia. As sociedades europeia e norte-americana dos séculos XVIII e XIX consolidaram, naquele período, um sistema de governo baseado no papel político que cada cidadão, investido de razão e de sua parcela de poder, poderia exercer na sociedade. A conversação

emerge como prática por excelência da democracia, uma vez que é por meio dela que se forma um público e suas consequentes atribuições: opinião pública, interesse público. Na teoria democrática, conversação é o ponto de partida para o exercício do poder individual e da cidadania, e a igualdade é o princípio regulador que define o caráter democrático dos diálogos engrenados na esfera pública. Numa perspectiva contemporânea sobre os *mass media*, seriam os programas de entrevistas e debates que fomentariam essa esfera pública, oferecendo instrução e reflexão à audiência.

Segundo Clayman e Heritage (2004), é por meio das entrevistas que os assuntos referentes ao interesse público geral são discutidos com os representantes das esferas de poder, configurando um papel social relevante na formação de uma esfera pública contemporânea. Para os autores, a entrevista jornalística é

[...] um *locus* de encontros diretos e essencialmente espontâneos entre jornalistas e uma ampla variedade de figuras públicas, incluindo oficiais do governo nos mais altos cargos. É uma arena na qual jornalistas representam certas funções democráticas: solicitando declarações sobre políticas oficiais, mantendo os políticos responsáveis por suas ações, e controlando os parâmetros do debate público, tudo isso sob o escrutínio da cidadania. (CLAYMAN; HERITAGE, 2004, p. 2)

Para exercer esse papel, os jornalistas adotaram a postura contestadora como mecanismo para obtenção de informações e esclarecimentos. Num momento específico da história do telejornalismo, a contestação era a marca textual mais evidente para a distinção de programas de entrevistas e outras formas de diálogo espalhadas pela programação televisiva. Compreender, portanto, como a contestação tornou-se uma prática central em programas de entrevistas e por que o jornalismo a absorveu significa compreender a constituição do próprio gênero televisivo.

Se as pesquisas iniciais sobre gêneros televisivos adotavam uma postura mais taxionômica, buscando identificá-los a partir das marcas textuais de programas específicos, as mais recentes procuram compreender os gêneros como parte de um processo cultural, em que os textos representam apenas a materialidade de discursos e práticas que se dão em âmbito sócio-histórico. (FEUER, 2003; MITTELL, 2004; GOMES, 2011; MARTIN-BARBERO, 2006; ÖRNEBRING, 2003) Essa mudança no enfoque sobre os gêneros indica que as definições fixas dão lugar a processos de transformação nos gêneros, que a descrição e análise de um gênero carregam convenções formadas no passado que se atualizam no presente, o que coloca a história num lugar central para a compreensão das práticas de produção e reconhecimento dos gêneros televisivos. Apesar disso, ainda são poucas as análises que, tomando o gênero como conceito metodológico, efetuam uma história cultural. A maior parte das histórias de gêneros televisivos oscila entre uma abordagem cronológica e uma exclusivamente contextual.

Jason Mittell recusa uma abordagem em que o resgate do passado seja apenas uma sucessão de programas, uma vez que, para ele, a história faz parte de sua própria definição e é obrigatória para qualquer análise. Segundo Mittell (2001), as definições dos gêneros televisivos aparecem, muitas vezes, de forma naturalizada, como se os aspectos que os caracterizam fossem fixos e permanentes. Rechaçando essa posição, Mittell considera os gêneros televisivos como categoria cultural, ou seja, resultado de um processo que envolve disputas discursivas, práticas de produção e hábitos de recepção que possuem significados distintos em seu tempo. Segundo o autor, “uma categoria, primeiramente, une distintos elementos sob um rótulo culturalmente conveniente. [...] A categoria emerge de relações entre os elementos que ela agrupa e do contexto cultural no qual opera”. (MITTELL, 2001, p. 5-6)

A categoria salienta determinados aspectos em detrimento de outros, aspectos estes que são ativados culturalmente por disputas discursivas entre instituições, produtores e receptores. A categoria não é

rígida, mas é formada historicamente, obedecendo às conveniências de seu tempo. Se é possível definir um programa de entrevista como o produto televisivo centrado no diálogo, que tem como objetivo o aprofundamento das informações e a performance contestadora dos entrevistadores, é porque as emissoras, as instituições do governo, a comunidade jornalística, a audiência fizeram prevalecer este “regime de verdade”. (MITTELL, 2001, p. 9)

Para operacionalizar seus postulados, Mittell (2001) defende que a análise do gênero televisivo deve levar em conta as três práticas discursivas: definição, interpretação e avaliação. Essas práticas são constitutivas do gênero e atravessam os textos. Por isso, o fundamental não é encontrar a definição mais correta ou apropriada, mas “explorar as formas materiais nas quais os gêneros são culturalmente definidos, interpretados e avaliados”. (MITTELL, 2001, p. 9) Para o autor, a noção de genealogia permite reconhecer as práticas mais recorrentes do gênero que se configuram dessa forma numa relação de disputas de poder. O autor propõe, então, que a análise histórica deve ser de micro instâncias específicas de modo a construir um cenário contextual mais amplo.

A história do gênero contribui com a formação de sua definição, seus significados e valores sociais. “Não apenas as histórias dos gêneros ajudam a definir a composição de seu gênero particular, como também oferecem uma visão particular do que os gêneros são”. (MITTELL, 2004, p. 30) Para Mittell, a história do gênero é a história das definições, avaliações e interpretações que circulam sobre os gêneros, como essas práticas discursivas se articulam (ou não) com a categoria e como se relacionam com várias esferas do contexto industrial, da audiência, da crítica, das instituições.

Essas práticas discursivas, articuladas às características textuais, permitem encontrar regularidades na definição dos gêneros, que muitas vezes aparecem de modo naturalizado. Por isso, o autor irá se aproximar do conceito de genealogia discursiva de Michel Foucault, que mapeia

[...] as regularidades e descontinuidades discursivas constitutivas de qualquer gênero, ligando essas práticas a relações de poder contextuais e regimes discursivos mais largos, como os objetos da história genérica se tornam uma ampla variedade de práticas discursivas constituindo o gênero como categoria cultural em qualquer momento histórico ou mudança. (MITTELL, 2004, p. 30)

Em sua proposta de genealogia, Michel Foucault (2010a) não estava interessado nas macronarrativas de disciplinas estabilizadas. Negando conceitos que revelam a continuidade – como tradição, desenvolvimento, evolução –, Foucault entende que a história se constrói pela identificação das regras discursivas que dão sentido às práticas materiais. O discurso é a representação de um saber num momento histórico específico, considerando que esses saberes são construídos a partir das convenções do momento. Por isso é que, para Foucault (2010a, p. 37), a análise do discurso deve ocorrer num jogo de relações mais amplo, revelando as articulações entre o discurso e o campo de forças no qual ele se dá. É necessário estabelecer “o jogo das regras que definem as transformações desses diferentes objetos, sua não-identidade através do tempo, a ruptura que neles se produz, a descontinuidade interna que suspende sua permanência”.

Embora Foucault dê um especial relevo às descontinuidades na análise histórica, aos pontos de resistência que configuram as formações discursivas, para ele os discursos típicos de um período dão significado às práticas dos sujeitos, indicam o que falar e como falar, regulam os saberes e modos de pensar, formando uma espécie de consenso. Essa formação discursiva se sustenta sobre um regime de verdade que faz sentido durante um período histórico e que resulta de uma disputa de poder entre diversas instituições e agentes. Segundo Foucault (1985), portanto, a questão não é apenas se um discurso é dominante ou não, mas em que jogo estratégico ele atua estabelecendo relações de poder no campo discursivo. Nessa relação com o campo estratégico, os pro-

gramas de entrevistas atuam como uma expressão das transformações nas práticas jornalísticas dos anos 1950. É com esse cenário que os programas parecem dialogar mais fortemente para a consolidação das performances de contestação como prática jornalística.

A genealogia do gênero seria escrita com base na identificação do modelo dominante de cada período e suas transformações, transições de um modelo para outro, práticas discursivas que os constituem e variações textuais que os integram. No nosso objeto televisivo, destacamos que a contestação, a temática voltada para o campo político e a sustentação de valores de vigilância e interesse público são as marcas que configuram o que hoje reconhecemos como programa de entrevista. Portanto, é a formação dessas características que pretendemos abordar abaixo.

A prática da contestação na cultura jornalística dos anos 1950 e 1960

Segundo Edgar Ribeiro Amorim (2011), no contexto televisivo dos anos 1950, os noticiários e as entrevistas se converteram nos formatos preferenciais para divulgação de informações. Programas voltados para a política e economia eram exibidos tarde da noite, seguindo uma tendência criada no rádio, com programas como *Vozes da Terra* (uma produção que envolvia diversas emissoras de rádio de São Paulo na “rede da democracia”) e *Situação Nacional*, que se definia como um “programa político sob o signo da imparcialidade”. (FOLHA DA MANHÃ, 1950)

Pinga Fogo era caracterizado pela polêmica e dureza de suas entrevistas. Voltado para o debate político, os entrevistados eram sabatinados pelos jornalistas a comando de seu mediador principal, Almir Guimarães. Sua proximidade com o campo político era tanta que a colunista de *O Estado de S. Paulo*, Liane Alves, afirma que o programa é um “documento precioso de uma fase política crucial para o país,

chegou ao ponto de confundir-se com a própria história política estadual”. (ALVES, 1978, p. 15) Com perguntas exaustivas a fim arrancar do entrevistado suas opiniões, o *Pinga Fogo* era “autêntico”, “agressivo” (MAIA, 1978), “explosivo”. (ALVES, 1978, p. 15) Eram esses os principais atrativos do programa que se prolongava madrugada dentro se mantivesse o interesse do público em casa e *in loco*, já que muitas vezes lotava o auditório da TV Tupi, onde era gravado. Além do grupo de jornalistas entrevistadores, o programa ainda permitia a participação do público por meio de um telefonema para a emissora. Sendo assim, *Pinga Fogo* possuía todos os elementos de um programa voltado para o debate público político: confrontava os representantes, permitia a participação popular, era polêmico e procurava esgotar os assuntos em cada edição. Tais características encontraram respaldo no contexto televisivo, político e jornalístico do período.

Uma década após o surgimento da primeira emissora do país, a televisão iniciou um processo de modernização que se caracterizou pelo abandono das práticas de improviso e passou a adotar uma lógica racional da produção. Desde seus primeiros anos, a televisão foi um empreendimento de Assis Chateaubriand para promover o progresso do país através da indústria cultural. (ORTIZ, 2006) No entanto, o caráter comercial gerou uma programação voltada para o popular, especialmente musicais, telenovelas e programas de auditório. Nos anos 1960, uma intensa discussão sobre a qualidade da programação televisiva se instaurou entre os literatos que cobravam do estado uma regulamentação que estimulasse a produção de qualidade na televisão. No *Jornal do Brasil*, a reportagem intitulada “Televisão: subcultura a serviço da alienação” revelava o que a classe média instruída esperava da TV: “shows bem feitos de música popular, sem a imposição de ídolos, documentários e filmes de bom nível, telejornais que exploram mais a imagem dos fatos, e *debates políticos livres*”. (apud FREIRE FILHO, 2004, p. 96, grifo nosso)

As pressões em torno de melhoria na qualidade televisiva levaram o Ministério das Comunicações a criar, em 1963, uma lei que obrigava as emissoras a dedicarem cinco por cento de sua programação à informação. Entretanto, as entrevistas televisivas se converteram num paradoxo, uma vez que, ao mesmo tempo que serviam como local para o debate de assuntos de interesse público, poderiam ser usadas sem fins jornalísticos, para tratar de curiosidades e da intimidade dos famosos, como no *Programa Hebe Camargo e Dercy de Verdade*.

Se a televisão dos anos 1950 e 1960 priorizava os programas de entretenimento, na imprensa do mesmo período um projeto de modernização das práticas artesanais se acelerou nas formas de fazer e gerir o jornalismo. Marco Roxo (2007) explica que o projeto de modernização da imprensa foi também um momento de definição de uma identidade profissional provocada por um grupo de jornalistas que queria revolucionar os modos de produção. No lugar da polêmica do jornalismo opinativo do início do século XX e da representação da realidade permeada por recursos dramáticos da matriz literária, o chamado “novo jornalismo” encontrou no conceito de objetividade do jornalismo norte-americano uma maneira de estabelecer um corte entre “práticas arcaicas” e “práticas modernas” de apreensão da realidade. Buscando sua legitimidade pela proximidade com as ciências sociais, o jornalista deveria agir como um observador da realidade, eliminando de suas práticas o “nariz de cera” que misturava narração, comentário e análise. A valorização do *lead* e desvalorização do nariz de cera não é uma dicotomia real. Ela funcionava muito mais como uma forma de estabelecer o lugar de fala e enraizar uma cultura profissional.

É notável, porém, a dicotomia entre a afirmação da objetividade como valor e a prática de um jornalismo ainda dependente do capital político para sua subsistência. O editorial que o jornal *Última Hora* publicou no dia das eleições presidenciais de 1955 parece dar pistas sobre os sentidos que a objetividade pretendia assumir:

Nestes dias difíceis, Última Hora foi a verdadeira *trincheira do povo*. Não teve o povo *porta-voz mais autêntico*, mais decidido, nem mais *isento* com relação aos partidos e aos candidatos. *Defendemos um Princípio, defendemos a Lei, defendemos a Democracia*, sem cuja sobrevivência não teríamos hoje eleições livres. (CUMPRIMOS O NOSSO DEVER, 1955, CAPA)

Última Hora pretendia alinhar-se com o modelo do jornalismo de seu tempo, afirmando um valor ainda superior: a defesa da democracia através da isenção. Atrelado ao projeto de um jornalismo objetivo havia uma dimensão de vigilância que permitia ao jornalista assumir um papel de consolidar grupos políticos em busca do fortalecimento da democracia. Objetividade e vigilância, portanto, aparecem atreladas nesse momento histórico, uma vez que a classe política era vista com desconfiança. Segundo Ângela de Castro Gomes,

De um lado, o congresso era avaliado por ‘fraco’, pois não representava a sociedade – os cidadãos – via partidos e outras associações; de outro, era ‘forte’, pois representava interesses (escusos, por sinal) de grupos econômicos organizados, que bloqueavam a implementação de políticas públicas modernizadoras, as quais, por isso, ficavam restritas às iniciativas do executivo. (GOMES, 1998, p. 543)

A vigilância associada à objetividade permitia ao jornalista se posicionar contra todos os seus convidados a fim de obter a informação desejada. A contestação, portanto, não tinha a ver com posições políticas ou ideológicas, ou com a defesa de teses ou pontos de vistas dos jornalistas, mas tinham como finalidade última a promoção do debate. Maria Hermínia Tavares de Almeida e Luiz Weiss (1998) explicam que a oposição da classe média intelectualizada (aquela que não estava engajada na resistência formal de partidos e sindicatos, ou na Igreja Católica), durante a primeira fase do regime militar (1964 a 1968), empregava mecanismos diversos para testar os limites da repressão. O interesse e participação de debates de ideias era um deles e parece sus-

tentar a presença de programas de entrevistas voltados para a política, com *performance* contestadora dos jornalistas.

Quando pontua que os jornalistas do *Pinga Fogo* faziam perguntas insistentes, apresentando dados que poderiam ser confrontados com o entrevistado, a jornalista Liane Alves deixa transparecer o modo como o programa operava uma dimensão da vigilância: o confronto dos convidados para benefício do povo e da democracia. A contestação é absorvida pelo campo jornalístico nessa dicotomia em que, ao mesmo tempo que queria se construir como campo autônomo, ainda trazia resíduos do jornalismo de opinião que marcou a imprensa na virada do século XIX.

Lentes do presente para olhar o passado

É necessário ressaltar, porém, que essa leitura acerca do programa *Pinga Fogo* circulou em 1978, quando a ditadura militar e a censura apresentavam sinais de enfraquecimento. O tom nostálgico das reportagens revela um anseio pelo retorno à democracia para se fazer um programa de qualidade. A segunda versão do programa, que foi ao ar em 1977, não apresentava o mesmo brilho, justamente pela substituição da contestação por performances polidas e reverentes. Liane Alves ressenete que “as perguntas não mais insistem, não mais questionam” (ALVES, 1978, p. 15), não mais confrontam. Paulo Maia lamenta que “os entrevistadores procuram, na medida do possível, agradar ao entrevistado, fazendo-lhe as perguntas mais convenientes”. (MAIA, 1978) Maria Helena Dutra afirma que as autoridades são “muito respeitadamente tratadas pelos perguntadores que evitam questionamentos e assuntos perigosos”. (DUTRA, 1978) Em todos os casos, destaca-se que a nova postura do programa busca um alinhamento ao poder ao invés de confrontá-lo, como esperava a oposição intelectualizada daquele período. Por isso, é comum a crítica que o novo *Pinga Fogo* “contesta, informa e questiona tanto quanto o horário gratuito

cedido ao TRE”. (ALVES, 1978, p. 15) Assim, a crítica televisiva põe em pauta uma disputa discursiva entre a prática contestadora, que carrega valores de autenticidade jornalística e qualidade, e a reverência, que descumpre o papel da televisão em promover o debate público político. A demanda, aqui, é por uma efetiva postura de vigilância, já que a sociedade parecia ter um inimigo em comum: a ditadura.

Se nos primeiros anos da televisão o jornalismo não se constituía como a prioridade das emissoras, as pressões no campo jornalístico tentaram inverter esse quadro vinte anos depois. Desde o final dos anos 1960, passando por toda a década de 1970, os jornalistas profissionais buscaram a consolidação do espaço noticioso num meio voltado majoritariamente para o entretenimento. Essa demanda provocou uma disputa em torno da legitimação do telejornalismo como lugar autêntico para a divulgação das notícias. Em sua coluna na revista *Amiga da TV*, Artur da Távola argumenta que a televisão é o lugar mais adequado para o jornalismo, ou melhor, sua “vocação natural”:

TV é o único dentre todos os meios de comunicação que pode levar a realidade, os fatos enquanto eles ocorrem. Claro, o rádio pode levar acontecimentos no momento de sua ocorrência, mas leva a versão do locutor ou narrador, nunca a realidade plena, composta de imagem e som. Isso só a TV. (TÁVOLA, 1971, p. 23)

Esse processo de fortalecimento profissional passava pela apropriação da entrevista como formato essencialmente jornalístico, assumindo um sentido de esclarecimento da verdade e um papel social de revelação pública.

Estranho o que se passa na tevê brasileira. Enquanto uns lutam pela regulamentação do jornalista, outros profissionais do ramo continuam burlando a mesma. Isso aconteceu, pasmem, durante o ‘Moacir Franco Show’, onde o humorista-apresentador-cantor, fazendo as vezes de jornalista, entrevistou com a maior

naturalidade o ex-presidente do Sindicato dos Jornalistas, Audálio Dantas [...]. (NETTO, 1978, p. 20)

A prática da contestação e o valor da vigilância se destacavam como elementos de distinção da identidade profissional. A crítica televisiva afirmava que a nova versão do *Pinga Fogo*, baseada na reverência e polidez, “estava mais para relações públicas do que para jornalismo” (DUTRA, 1978), enganando o telespectador habituado com o antigo programa. (MAIA, 1978) A TV Tupi, já em seus últimos anos, apostou no alinhamento e na manutenção de uma relação cordial com o campo político sem oferecer-lhe resistência. Enquanto isso, novos programas provocavam uma renovação nos formatos e ousavam na linguagem televisiva, associando-a aos parâmetros de cidadania que se construía naquele momento, como foi o caso de *Canal Livre*, exibido pela TV Bandeirantes em 1980. Levado ao ar após o retorno da liberdade de imprensa, o próprio nome do programa já indicava o que pretendia ser: um espaço livre para aprofundamento de qualquer assunto. Seu produtor, o jornalista Fernando Barbosa Lima, assegurava que “o grande sentido da tevê é discutir idéias”. (CABELLERO, 1980) A convicção de liberdade se expressava nas marcas textuais do programa que, além de um entrevistado e dos entrevistadores fixos, tinha uma plateia, formada por pessoas comuns (donas de casa, representantes sindicais) que também podiam participar do debate.

Se consideramos, juntamente com Foucault, que as práticas materiais ganham significado a partir da relação com o discurso, a contestação emerge, não como resultado natural de um momento histórico, mas de uma disputa de poder que pretendia afirmar o papel do jornalismo como agente político, sem permitir que a postura reverente ou a intimidade se solidificassem num momento de iminência do retorno das liberdades individuais. Por isso é que, na história do telejornalismo, esse é o momento apontado como a origem dos programas de entrevistas.

Os jornalistas dos anos 1970, quando afirmam que o *Pinga Fogo* foi, em sua primeira fase, o melhor programa de entrevistas da tele-

visão, retomam uma prática do passado a fim de criar, para usar uma expressão de Raymond Williams (1979), uma tradição seletiva que ocultou a reverência e a polidez como elementos da categoria. São esses discursos que buscam estabelecer uma regularidade na prática jornalística dominante que se estenderia para os programas surgidos em seguida, que já traziam a contestação como se fosse um elemento essencial para a construção do subgênero. Assim foram *Encontro com a Imprensa*, *Canal Livre*, *Roda Viva*, *Vox Populli*, programas que frequentemente aparecem na crítica televisiva como modelo de construção de um bom jornalismo.

Essa valorização da contestação encontra respaldo na opinião popular acerca do papel da televisão:

Sou de opinião que a televisão do Brasil está sendo desvirtuada em suas funções sociais e de esclarecimento da realidade brasileira ao telespectador. Para isso contribui a censura que ainda prevalece para os canais de TV e emissoras de rádio. Então assistimos a um fenômeno interessante: a substituição dos debates políticos, sobre temas de interesse nacional, principalmente devido à lei Falcão, por enlatados importados de países alienígenas [...]. A minha sugestão é que a exemplo dos países desenvolvidos, a programação de TV passe a contar substancialmente com programas de debate público, noticiando fatos que, a despeito de qualquer censura, continuaram a existir e a se fazer presentes, como greves etc. (ÚLTIMA HORA, 1978)

A contestação e a vigilância associadas ao campo político, que se aproximavam tanto nos discursos da crítica televisiva quanto da audiência, faziam parte da reconstrução da democracia nacional e de seus significados correlatos: a opinião pública, a cidadania, a participação política. Por conta disso, era frequente a abertura dos programas para envio de cartas e telefonemas, como se eles próprios quisessem se tornar uma esfera pública viva e atuante. A entrevista, para se legitimar socialmente, precisava suscitar o debate público, como explicou um leitor de *Última Hora*: “de uns tempos para cá tem havido uma maior

discussão dos assuntos de interesse nacional, o que, há algum tempo, era relegada a plano secundário. Isso vem criando uma pressão nos governantes, forçando-os a fazer algumas concessões, as tão badaladas liberdades democráticas”. (NUCCI FILHO, 1978, p. 14)

Foi por conta do contexto histórico que *Pinga Fogo* tornou-se o modelo de programas de entrevistas. Até os anos 1960, o programa era sucesso de audiência, mas não era referência para a configuração do subgênero. Como modelo alternativo, programas jornalísticos de entrevistas voltados para a intimidade, especialmente *Bate Papo com Silveira Sampaio* e *Ferreira Netto na Sessão dos Executivos*, também aparecem na crítica jornalística do final dos anos 1970 como produtos de qualidade, mas cujo enfoque era a descontração. Esses programas não aparecem nas descrições do subgênero dos programas de entrevistas jornalísticos, mas emergem como prática dos *talk shows*, um formato mais próximo do entretenimento. Os discursos, ainda que não apresentem a contestação como valor, apontam para o modo como o jornalismo construiu uma regularidade, que não pode ser tomada como natural. Embora a contestação ainda apareça nas práticas discursivas dos jornalistas, ela está mudando de significado. Na referida entrevista de Lillian Witte Fibe com o ministro Carlos Minc, a insistência da apresentadora era para saber quantos coletes ele possuía, questão que está muito mais próxima à intimidade do que da contestação e da vigilância. A história cultural dos gêneros televisivos, através da genealogia, permite encontrar as regras que orientam os discursos e as práticas materiais que neles ocorrem.

NOTAS

- ¹ Os telespectadores lembram de uma das entrevistas mais polêmicas da apresentadora com a ex-Ministra da Economia, Zélia Cardoso de Melo. Por sua postura agressiva, Lillian Witte Fibe foi demitida da TV Globo, onde apresentava o *Jornal da Globo*.
- ² O termo “entrevista” deriva do verbo “entrever”, empregado pela primeira vez em francês, no século XI, carregando o sentido reflexivo que indicava “ver-se mutuamente”. Como consequência, “entrevista” passou a ser empregado para indicar o

encontro entre duas ou mais pessoas para tratar de qualquer assunto. O termo não possuía um sentido de esclarecimento, mas reproduzia a casualidade dos encontros da vida cotidiana. No século XV, a palavra “entrevista” passou a ser usada como “vislumbre”, “ver imperfeitamente, sem distinção”. Quando foi apropriada pelo jornalismo, no período de profissionalização dos repórteres e sua busca por autonomia no século XIX, “entrevista”, já adaptada para o inglês “interview”, passou a ser o encontro marcado para esclarecer os pronunciamentos de alguém.

REFERÊNCIAS

A GUERRA DA NOTÍCIA. *Revista Veja*. 23 ago. 1989, p. 90-94.

A TV CONTRA A NOTÍCIA. *Revista Veja*. 25 jun 1969, p. 59.

ALVES, Liane. A contida volta do debate na TV. *Jornal O Estado de S. Paulo*, 30 set. 1978, p. 15.

ALMEIDA, Maria Hermínia Tavres; WEIS, Luiz. Carro zero e pau de arara: o cotidiano da oposição da classe média ao regime militar. In: NOVAIS, Fernando A.; SCHWARCZ, Lília M. (Org.). *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 319 - 409. v. 4.

AMORIM, Edgar Ribeiro. *O telejornalismo nas décadas de 50 e 60*. Material de pesquisa no Acervo Multimídia do Centro Cultural São Paulo, São Paulo, abr. 2011.

CABELLERO, Mara. Canal Livre começa com Murilo Macedo na Berlinda. *Jornal do Brasil*, 17 ago. 1980. Disponível em: <<http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/mostraregistro.asp?CodRegistro=3406&PageNo=1>>. Acesso em: 28 fev. 2012.

CLAYMAN, Steven; HERITAGE, John. *The News Interview. Journalists and Public Figures on the Air*. Londres: Cambridge University Press, 2004, 372p.

CUMPRIMOS o nosso dever. *Jornal Última Hora*, Rio de Janeiro, 03 out. 1955, capa.

DUTRA, Maria Helena. Miolo de Pote. *Jornal do Brasil*, 28 set. 1978. Disponível em: <<http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/mostraregistro.asp?CodRegistro=135487&PageNo=1>>. Acesso em: 19 ago 2011.

FEUER, Jane. Genre study and television. In: ALLEN, Robert C. (Ed.) *Channels of discourse, reassembled*. 2.nd, London: Routledge, 2003, p. 138-160.

FOLHA DA MANHÃ. 40 estações de rádio num só programa. 02 set. 1950, p. 8.

- FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010a.
- FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade: o uso dos prazeres*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2010b. v. 2.
- FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade: o cuidado de si*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2009. v. 3.
- FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985. v. 1.
- FREIRE FILHO, João. Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira. *Galáxia*, n. 7, p. 85-110, 2004.
- FUTURO duvidoso. *Revista Veja*, São Paulo, 24 nov. 1971, p. 94-95;
- GOMES, Angela de Castro. A política brasileira em busca da modernidade: na fronteira entre o público e o privado. In: NOVAIS, Fernando A.; SCHWARCZ, Lília M. (Org.). *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998, p. 490-558, v. 4.
- GOMES, Itania. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesus Martín-Barbero. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 111-130, jan/abr., 2011.
- HALL, Stuart. Representation, meaning and language. In: HALL, Stuart. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage/The Open University, 1997, p. 15-74.
- MAIA, Paulo. O gato que não arranha. *Jornal do Brasil*, 06 out. 1978. Disponível em: <<http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/mostraregistro.asp?CodRegistro=2227&PageNo=1>>. Acesso em: 19 ago. 2011.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Pistas para entre-ver meios e mediações In: MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Comunicação, Cultura e Hegemonia, 4. ed., Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006, p. 11-21.
- MARTIN, Carla Soares. “Meu único lado é o do telespectador”, diz Lílian Witte Fibe em estreia do Roda Viva. *Comunique-se*, 10 jun. 2008. Disponível em: <<http://www.comunique-se.com.br/conteudo/newsshows.asp?editoria=8&idnot=44625>>. Acesso em: 22 ago. 2011
- MITTEL, Jason. A general approach to television genre theory. *Cinema Journal*, Texas, v. 40, n. 3, primavera 2001.

MITTELL, Jason. Before the Scandals – Genre Historiography and the Cultural History of the quiz Show. In: *Genre and Television. From Cop Shows to Cartoons in American Culture*. London: Routledge, 2004, p. 29-55.

NETTO, Ferreira. Estranho... FOLHA DA TARDE. 02 agosto 1978, p. 20.

NUCCI FILHO, Celso. Delfim: os espectadores ficaram sem resposta. *Jornal Última Hora*, 04 ago. 1978, p. 14.

PINGA FOGO, o programa do momento político brasileiro. A Província do Pará, 28 mar. 1980. Disponível em: <<http://www.tv-pesquisa.com.puc-rio.br/mostraregistro.asp?CodRegistro=3180&PageNo=1>>. Acesso em: 19 ago. 2011.

ÖRNEBRING, Henrik. Televising the Public Sphere. Forty years of current affairs debate programmes on Swedish television. *European Journal of Communication*. v. 18, n. 4, p. 501-527, 2003.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 2006.

REZENDE, Guilherme Jorge de. *Telejornalismo no Brasil*. Um perfil editorial. São Paulo:, Summus Editorial, 2000.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, n. 31, p. 147-160, 2003.

ROXO, Marco. *Jornalistas Pra quê?* Militância sindical e o drama da identidade profissional. 2007. Tese (Doutorado em Comunicação), Instituto de Artes e Comunicação Social, Universidade Federal Fluminense, 2007.

SCHUDSON, Michael. Autonomy for what? In: BENSON, Rodney; NEVEU, Erik (Eds.), *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press, 2005.

TIMBERG, Bernard M.; ERLER, Robert J. *Television talk: a history of the TV talk show*. Texas:University of Texas, 2004.

ULTIMA HORA. A televisão brasileira está sendo desvirtuada. 08 de agosto de 1978, p. 14.

VOLTA ao passado. *Revista Veja*, São Paulo, 24 nov. 1971, p. 94.

WILLIAMS, Raymond. *Marxismo e Literatura*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979, p. 179-184.

O jornalismo de televisão e suas mutações: anos 1980-1990 na França

Evelyne Cohen

O período de 1980-1990 é caracterizado pelo desenvolvimento, na França, do liberalismo político e econômico e é acompanhado pelo fim do monopólio do serviço público de televisão. Ele implica, em particular, no processo de privatização do primeiro canal de televisão (TF1, o canal histórico), mas também em uma profunda transformação das formas de jornalismo televisivo, do seu papel no seio do mundo político e da sociedade francesa. Diferentes comentaristas agora tendem a considerar a televisão um poder político de fato, que é facilmente apelidado de “quarto poder”.¹

Propomo-nos a analisar estes desenvolvimentos através de uma abordagem da história cultural. Nosso método é duplo: tanto pela análise do contexto político, social, cultural em que se exerce o jornalismo (uma abordagem a partir do exterior) quanto pelo estudo do jornalismo em si, de seus atores, os jornalistas, de sua produção escrita, visual e oral (uma abordagem de dentro).

A abordagem a partir do exterior

A presidência da República é ocupada, a partir de maio de 1981 e até dezembro de 1995, por um presidente socialista, François Mitterrand, que sempre defendeu, nas suas tomadas de posição, a independência da mídia com relação à política e a existência do serviço público

de televisão. No entanto, expressa-se na França, desde a década de 1960, e ainda mais desde o fim da ORTF² (em 1974), um desejo de afrouxar a autoridade do Estado, e também uma necessidade econômica de utilizar a publicidade para financiar uma televisão de qualidade.³ A televisão tornou-se a principal fonte de informação dos franceses em um contexto marcado pela crise da grande mídia nacional. Entre 1982 e 1995, os franceses gastam uma média de 3 horas e 15 minutos por dia diante da “telinha”. Os lares franceses são muito bem equipados com TVs: 84,2% dos domicílios em 1975; 94% em 1990.

No cerne das inquietações é colocada a questão da “regulamentação”, do ajuste das relações entre “televisão e política”, ao mesmo tempo em que aparecem transformações no jornalismo, agora confrontado ao estrelato, ao mundo do dinheiro... As reflexões e os debates são numerosos: no Parlamento, na televisão, em publicações de jornalistas. Em novembro de 1981, o relatório de Pierre Moinot (1981) realizado a pedido do Primeiro Ministro, avalia criticamente a evolução do audiovisual e, em especial, a situação da informação. Ele apela para a independência dos jornalistas em relação ao mundo da política, para o respeito ao profissionalismo e aos padrões do ofício (especialmente através da crítica ao teleprompter, em vigor desde a década de 1970 nos telejornais). Ele questiona as práticas de conluio entre o mundo da informação e da política, entre o entrevistador e o entrevistado. Ele faz uma crítica dupla, por um lado contra o período gaullista (1958-1974), quando a televisão, sob o controle do governo, e os jornalistas em particular, deveriam ser, assim como foram delegados por Georges Pompidou, presidente da República (1969-1974), “a voz da França”. Mas ele também alerta contra as evoluções contemporâneas e apela para uma informação a serviço dos cidadãos. O estudo de seu texto permite compreender a situação negativa por que passava a informação televisiva.

Nos primeiros anos da presidência socialista várias medidas vão na direção de uma liberalização política. A Lei Fillioud, de 29 julho

de 1982, põe um fim ao monopólio da programação⁴ e permite a criação de canais privados de televisão, permitindo a concessão de serviços públicos para os canais comerciais. Nasce o *Canal Plus* (canal pago), *La Cinq*, e *TV6*. A lei cria uma instância de regulação, a Alta Autoridade da Comunicação Audiovisual,⁵ órgão administrativo que age em nome do Estado sem, no entanto, depender do governo: é o antecessor do Conselho Superior do Audiovisual (CSA).

Entre 1986 e 1988, instala-se um período de “coabitação” entre a presidência socialista e um governo de direita. A “Lei Léotard”⁶ autoriza a privatização de canais públicos. Pela primeira vez, em uma democracia ocidental, em 1987, um canal público, TF1, é privatizado. Os compradores são Bouygues, Maxwell, GMF, Les Éditions Mondiales, Bernard Tapie. A publicidade torna-se “um modo essencial de financiamento dos canais públicos e privados”. Mas não devemos atribuir isso apenas à direita política. Se a esquerda socialista e comunista se opõe, em nome da defesa dos serviços públicos, à privatização da TF1, é porque ele é o canal histórico generalista, aquele que tem o maior público. Não há oposição a qualquer forma de privatização: “Nossa iniciativa não é de forma alguma dirigida contra canais de televisão privados. Desejamos, ao contrário, que se estabeleça uma competição saudável e equilibrada entre os dois setores, público e privado (como na Grã-Bretanha, onde coexistem dois canais de cada lado)”, diz-se na *Télérama* (1986).⁷

Os sindicatos defendem os estatutos dos funcionários e se mobilizam em defesa do serviço público. Cem mil pessoas assinaram um abaixo-assinado contra a privatização da TF1 lançado pela *Télérama*, uma revista de crítica televisiva, e pela revista semanal *Événement du jeudi*, abaixo-assinado que foi apresentado diante da sede do governo, no Palácio de Matignon, em 20 de maio de 1986.

De modo geral, o período é marcado pela dominação da TF1 na paisagem audiovisual francesa. *La Une* (como é conhecida a TF1 entre os franceses, numa referência à sua condição de primeira emissora)

depois de 1987 afirma claramente seu credo: ela não quer investir no cultural, nem no político ou no educacional. Só o entretenimento a interessa. Ela privilegia os jogos, as variedades, o esporte, os *reality shows* e a divulgação dos seriados americanos.⁸ O serviço público, por sua vez, se esforça para manter neste ambiente competitivo seus objetivos e seu público, em especial no campo da informação. Em conexão com o papel desempenhado pela publicidade nos programas, o índice de audiência é então determinante. Visando a satisfazer “as aspirações do público”, tende-se a privilegiar, ao contrário do período precedente, a audiência mais do que a autoridade daqueles que concebem as grades, em função de missões definidas previamente e de sua qualidade. De maneira emblemática, o *Médiamétrie*⁹ é criado em 1985.¹⁰ A empresa provém da privatização de um serviço público, o CEO (Centro de Estudos das Opiniões). Em 1987 realiza-se a passagem da medição de audiência no lar (Audimat) à medição de audiência individual (Médiamat). “Qualquer programa, inclusive os programas políticos, é atualmente concebido como um espetáculo, que deve agradar ao seu ‘alvo’, como dizem os publicitários, a fim de render as partes de mercado que ele almeja”. (ESQUENAZI, 1958, p. 273)

Os programas de televisão repousam sobre uma programação anual que estabelece um equilíbrio entre os diferentes gêneros: informação, entretenimento, ficção. Depois a programação é organizada semanalmente. A programação dos canais se torna vertical: trata-se doravante de ocupar, na antena, o conjunto do dia, de fidelizar o público em função de intervalos de tempo e não mais de se dirigir a categorias de público em função dos dias da semana e das horas do dia (grade horizontal). O encontro marcado do dia é o telejornal do horário nobre que alguns chegam a qualificar como “missa de 20 horas”, pois ele tem um caráter ritual, reunindo o conjunto da família em torno do aparelho de televisão. A ficção se afirma como o gênero em que se apoia o canal TF1 para recuperar sua audiência face ao canal 2. Cada vez mais horas de programação são reservadas à ficção, como mostrou

Régine Chaniac (1994), no estudo que ela dedicou à televisão entre 1983 e 1993: toda a televisão muda para o entretenimento.

TF1	
Ano	Horas de ficção
1983	770
1986	1302
1989	2708

Fonte: Chaniac (1994)

Todavia, a produção francesa é incapaz de responder à demanda crescente de ficção; além disso, a ficção francesa é muito mais cara que a ficção estrangeira: o que leva à importação massiva de programas americanos, de seriados e programas do tipo *talk shows*, pouco onerosos. Em outubro de 1986 começa a transmissão da série *Santa Barbara*, às 19 horas (depois do telejornal, *Navarro*, e no início da noite, *Hélène et les garçons*).

Esta evolução caracteriza tanto a TF1 como a Antenne 2. Em um contexto de concorrência entre público e privado e de concorrência entre canais, é lícito interrogar-se sobre o lugar dado à informação, sobre sua função, sobre as diferenças efetivas entre canais públicos e canais privados. Em seu último livro, Jérôme Bourdon (2011) reuniu um conjunto de estudos sobre os anos 1990 que compararam os telejornais dos canais privados e aqueles dos canais públicos; ele constata que os canais públicos (Antenne 2, FR3) concedem mais espaço à atualidade; que o espaço dado ao *fait divers* (SECAIL, 2007) avança tanto nos canais públicos como nos canais privados; que se observa uma tendência à despolarização mesmo se os canais comerciais devolvem progressivamente seu espaço para o político. No entanto, a informação assume uma nova importância no segundo canal, com o começo do programa *Telematin*, em 1985, que mantém uma estrutura de telejor-

nal que transmite também uma entrevista política. Uma outra edição original, o *19/20*, nasce em maio de 1986 no canal FR3.

O jornalismo de televisão na virada liberal dos anos 1980

Nos anos 1980 assiste-se de maneira concomitante a uma ruptura em relação às práticas anteriores do jornalismo. A fase inicial do jornalismo de televisão, após 1949, era uma época pioneira, em que o telejornal se inventava em grande parte em referência à imprensa escrita e se esforçava por tornar-se cada vez mais profissional. Os jornalistas eram inventores, em busca de uma linguagem específica de televisão. Depois segue um período de hesitações, em que o telejornal é essencialmente controlado pelos governos de direita ou de esquerda. Esta fase se encerra com a multiplicação dos canais de televisão (o canal 2 em 1964, o canal 3 em 1973), com a autorização da publicidade em 1968.¹¹ A ORTF acaba em 1974, abrindo caminho para uma maior autonomia dos canais e lógicas empresariais mais marcadas.

Várias transformações do jornalismo de televisão marcam esta época:

- O estrelismo do apresentador/da apresentadora do telejornal;
- A feminização dos apresentadores;
- A transformação, pelo menos parcial, do estilo do telejornal;
- O desenvolvimento da informação-espetáculo.

Até os anos 1970 a apresentação do telejornal era feita por vários jornalistas que se revezavam em função dos assuntos no decorrer do mesmo jornal. A pessoa do apresentador não devia ter influência sobre o próprio conteúdo da informação. Sua autoridade era ligada à sua cultura, ao seu conhecimento de campos especializados: as personalidades, o esporte, a canção, etc. A contar de 1954, a RTF¹² in-

trodeziu no telejornal a figura do apresentador, batizado por vezes de “homem tronco”. Ele tem por missão penetrar no lar, sentar-se com familiaridade nos braços da poltrona do telespectador. Ele penetra na vida cotidiana, em uma época em que a separação entre vida privada e vida pública era mais marcada do que hoje. Ele permite a cada lar se ligar à comunidade nacional. O apresentador se situa na interface entre privado e público.

Nos anos 1970, Pierre Desgraupes, grande figura do jornalismo de rádio e depois de televisão,¹³ efetua uma reforma importante do jornal televisivo.¹⁴ Em especial, ele importa dos Estados Unidos a fórmula do apresentador estrela criada pela CBS, onde Walter Cronkite ancora o programa ao vivo a partir de seu escritório. Joseph Pasteur se torna, no dia 15 de novembro de 1971, o primeiro apresentador único do jornal de 20 horas na França. Ele imprime sua marca no telejornal. (COHEN, 2007)

Crescimento do estrelismo

Os anos 1980, em um clima político propício, são marcados pela ascensão de figuras midiáticas que encarnam o telejornal em cada um dos canais de televisão. Pode-se observar que esses apresentadores,¹⁵ na sua maioria, inscreveram seu personagem de maneira duradoura no cenário audiovisual francês, por vezes ao longo de um período de vinte anos. Eles “personificam” o telejornal. Até então somente algumas fortes figuras de autoridade, como o jornalista Léon Zitronne,¹⁶ tinham conseguido isto. Esta personificação é acompanhada de um estrelismo que o jornalista Daniel Schneidermann descreveu bem no jornal *Libération* de 10 de março de 2006, tendo o fenômeno se reforçado depois. Ele insiste tanto no desejo de agradar o público como no fato de que o reconhecimento midiático confere ao apresentador uma verdadeira aura e que essa é, em grande parte, física:

O apresentador não é somente um jornalista. É muito mais. Um explorador, um diretor espiritual, um ruído de fundo, um ronronar, gritos jamais. Tudo nele (nela) é marcado: sua idade; seu sexo. Sua gravata ou a ausência de gravata. Seu colar. Sua postura. Seu cansaço. Seu dinamismo. Seus sorrisos. Seus beicinhos. Provavelmente ele exerce mais influência no campo vestimentar, capilar ou cosmético, do que no campo político. Mas essa influência é considerável. O personagem público do apresentador é composto por todos os signos que podem ser observados no ar. Mas também por tudo aquilo que transparece fora do ar. No *buzz* que rodeia as estrelas da televisão.

Este crescimento do estrelismo implica que uma importância cada vez maior seja atribuída à aparência física, ao personagem, às suas roupas, ao seu visual. Um estudo sistemático dos corpos dos apresentadores seria significativo. Encontram-se poucos corpos de “gordos”, ao passo que no período precedente, Léon Zitrone encarnava, *por seu próprio físico*, uma forma de autoridade. A aparência física do apresentador parece doravante mais consensual, clássica, agradável. Deste ponto de vista, o jornalista Patrick Poivre d’Arvor aparece como o “apresentador típico”, o que pode ser um dos elementos de sua longevidade no telejornal de TF1 entre 1987 e 2008.

Na medida em que eles se tornam estrelas concorrentes, uma nova instituição, *Les Sept d’or*¹⁷ concede prêmios aos jornalistas após 1985. Essa atribuição é reveladora dos valores promovidos pela televisão que consagra “melhor apresentador de jornal televisivo”,¹⁸ Bruno Masure, em 1988, 1990, 1993, 1995, 1997; Claire Chazal em 1991...

O discurso desses jornalistas estrelas, em compensação, pode ser apreendido por meio das entrevistas que eles próprios concederam¹⁹ à televisão, ao Instituto Nacional do Audiovisual (INA), a jornais, a pesquisadores. Importa, na análise, reconstruir a instituição à qual eles se dirigem, que condiciona em parte seu discurso. Esses jornalistas, todos provenientes do serviço público, atestam as mutações em curso desde os anos 1980. Eles manifestam uma posição reativa, de

defesa do serviço público, e uma preocupação sobre sua evolução caracterizada pela busca do furo jornalístico, o triunfo do *fait divers* e da emoção. Diante desta situação eles reivindicam valores profissionais, uma ética. Ao tempo em que reconhecem o aumento da importância da imagem, eles afirmam que recusam ser prisioneiros dela. Daniel Bilalian insiste sobre a necessidade de uma certa “contenção”, sobre a recusa ao sensacionalismo, do exibir-se. Bruno Masure manifesta sua indignação pela forma como foi tratada a morte de Lady Diana. David Pujadas insiste sobre a dificuldade de falar de certos assuntos na televisão. Ele toma como exemplo uma matéria sobre o trabalho: “Em termos de telegenia, um emprego suprimido é sempre um assunto. Mas um emprego criado não emociona nunca”. Ele se diz curioso e fascinado desde sempre pela força da televisão. Ele identifica uma tendência ao “jornalismo de bons sentimentos” que consiste em falar preferencialmente da vítima.

Feminização

É necessário interrogar-se também sobre a introdução de apresentadoras mulheres nos telejornais a partir de 1976. Certamente essa presença feminina deve ser relacionada com a tomada de palavra das mulheres na sociedade francesa após 1968. “Confinadas antes na função de locutoras, ou na melhor das hipóteses a tarefas de jornalismo, na sombra, as mulheres adquirem, nos anos 1970, um lugar na tela do telejornal das 20 horas”. (CAHUCHAT, 2011, p. 8) A evolução aqui é comparável àquela apontada por Marlene Sanders e Marcia Rock a respeito da televisão americana. (SANDERS; ROCK, 1994) No entanto, numerosos estudos recentes mostraram que as redações de jornais não têm somente em mente a mudança dos costumes e que consideram doravante a presença das mulheres como um “capital positivo”,²⁰ suscetível de abrir a informação a novas temáticas²¹ e conquistar novos públicos, em especial, femininos.

Camille Chauchat (2011) dedicou-se ao estudo das apresentadoras de jornais televisivos de 1976 a 2010 a partir dos arquivos conservados pela *Inathèque de France* e desse modo pôde identificar a primeira e mais recente intervenção como apresentadoras.

Corpus de Camille Chauchat estabelecido a partir dos arquivos do Instituto Nacional do Audiovisual em torno das apresentadoras de telejornais de 1976 a 2010.

Apresentadora	Data	Canal
Hélène Vida	09/06/1976	A2
	09/07/1976	
	12/08/1976	
Christine Ockrent	06/10/1981	A 2
	05/10/1982	
	06/10/1983	
	06/10/1984	
	08/03/1985	
	12/09/1988	
	06/10/1988	
	27/02/1989	
	06/10/1989	
	06/12/1989	
Francine Buchi	08/03/1983	TF1
Françoise Kramer	01/02/1983	TF1
Marie-France Cubadda	13/01/1986	TF1
	17/05/1987	
	31/05/1987	
	21/03/1992	
	20/03/1993	
	20/03/1994	
	19/03/1995	
	22/03/1996	
	21/03/1997	
	21/03/1998	

	21/03/1999	
	24/03/2000	
	24/03/2001	
	22/03/2002	
	21/03/2003	
	20/03/2004	
	20/03/2005	
	19/03/2006	
Béatrice Schönberg	21/07/1995	TF1
	21/08/1996	
	21/08/1997	
	17/10/1997	FR 2
	17/10/1998	
	17/10/1999	
	15/10/2000	
	19/10/2001	
	18/10/2002	
	17/10/2003	
	17/10/2004	
	16/10/2005	
	15/10/2006	
	25/02/2007	
Anne de Coudenhove	10/04/1998	TF1
Catherine Nayl	24/07/1998	TF1
	01/08/1998	
	18/12/1998	
	21/02/1999	
Françoise Laborde	08/08/1999	FR 2
	06/08/2000	
	08/08/2001	
	09/08/2002	
	08/08/2003	
	08/08/2004	

	07/08/2005	
Laurence Ferrari	26/07/2002	TF1
	26/07/2003	
	31/07/2004	
	29/07/2005	
	09/04/2006	
Laurence Ostolaza	13/07/2002	FR 2
Carole Gaessler	17/02/2003	FR 2
	17/02/2004	
	18/02/2004	
	16/02/2006	
	17/08/2006	
Marie Drücker	23/08/2008	FR 2
	23/08/2009	
	16/11/2010	
Sophie le Saint	23/08/2010	FR 2

O correspondente feminino de Patrick Poivre d'Arvor é inconteste- tavelmente a jornalista Christine Ockrent. Christine Ockrent é con- tratada em outubro de 1981 pelo novo presidente de Antenne 2, Pier- re Desgraupes, que a designa para apresentar o telejornal das 20 horas, em alternância com Patrick Poivre d'Arvor, e para o cargo de vice- chefe de redação, depois chefe de redação. Proveniente do mundo dos jornalistas-repórteres de campo, com um conhecimento reconhecido dos assuntos internacionais, ela é então a primeira mulher a apresentar regularmente um telejornal no horário nobre na França e recebe da re- vista *Paris Match* o apelido de “rainha Christine”, o que testemunha de sua aura. Ela permanece ali até junho de 1985, quando vai para Radio Télévision Luxembourg (RTL) como chefe de redação e editorialista, depois para a TF1, em maio de 1987, em qualidade de vice-diretora e onde ela anima o programa *Le Monde en face*.

O jornal *Le Monde* anuncia sua volta no segundo canal nestes termos, no dia 19 de agosto de 1988, ao qualificá-la de “estrela”:

Apresentando o jornal televisivo de Antenne 2, Christine Ockrent volta à televisão pública

[...] Os telespectadores da Antenne 2 reencontrarão, de fato, seu semblante cada noite a partir de 12 de setembro às 20 horas, em substituição ao de Henri Sannier. A ‘rainha Christine’ torna-se diretora adjunta do diretor da informação da Antenne 2, Élie Vannier, e retoma o comando do jornal da noite da Antenne 2, que a tornou famosa entre 1981 e sua demissão, no dia 29 de março de 1985. Depois disto, Christine Ockrent vai reatar com o rádio na RTL, dar à luz um filho, e sobretudo tentar a aventura do canal privado, com a TF1. De início associada à candidatura de Hachette para a retomada da TF1 privatizada, ela se juntou à equipe de Bouygues em maio de 1987, como número 3 do canal, com o título de diretora geral adjunta, e a ambição de criar grandes programas de informações abertos para o internacional. O nome do programa será ‘Le monde en face’, com convidados prestigiosos, mas meios financeiros inferiores às suas expectativas. E índices de audiência que, acrescidos às divergências múltiplas entre ela e o diretor geral da TF1, Patrick Le Lay, resultaram na marginalização da estrela. Muito antes de sua demissão da TF1, em 8 de julho passado (*Le Monde*, 10-11 de julho), Christine Ockrent manifestou suas críticas à televisão comercial, que, no entanto, ela via, desde 1983, como ‘o oxigênio indispensável para que nossa cultura entre finalmente na era midiática’. Tendo voltado para a Antenne 2, com um salário que dizem inferior a mais da metade daquele que ela obtivera na TF1, Christine Ockrent vai poder pôr em prática suas ideias sobre ‘um serviço público que compreenderia sua chance histórica de renovação em vez de se afundar no mimetismo’ com a televisão comercial (*Le Monde*, 9 de março). A diretoria da Antenne 2 especifica que sua nomeação não é ‘em hipótese alguma uma desaprovação do trabalho de Henri

Sannier’ que ela substitui, e que era ‘uma boa vedete da informação’. Mas entre uma vedete e uma estrela, a Antenne 2, que procura alçar seu jornal da noite no nível daquele da TF1, fez sua escolha. (LES SALAIRES..., 1987)

O artigo do *Le Monde* evidencia vários elementos. Observem o vocabulário e a utilização das palavras “vedete” e “estrela”, o qualificativo de “rainha”, a menção dos debates e conflitos em torno da televisão comercial, a do salário importante recebido por Christine Ockrent. De fato, é dos anos 1980 que data o pagamento de salários muito elevados aos apresentadores de telejornais, tanto nas televisões públicas como nas privadas. Trata-se ali de uma mutação das mentalidades. O salário de Christine Ockrent provoca, por sinal, uma polêmica e “escandaliza [de acordo com uma pesquisa IPSOS] 73% dos franceses”: (LES SALAIRES..., 1987) de fato, ela recebe, na Antenne 2, 120 000 francos por mês e 55 000 francos de despesas. O anúncio público desse salário alimenta os descontentamentos no seio do serviço público que se expressam, em especial, por greves. (LE GOUVERNEMENT..., 1988)

O estudo das imagens de telejornais, por meio da maneira como Christine Ockrent ocupa a tela de televisão, revela sua instalação progressiva no visor. Ela está, no início, na TF1, situada do lado direito da tela, vestida de forma sóbria com uma blusa quadriculada (CHAUCHAT, 2011) quase masculina. Quando ela volta ao telejornal da Antenne 2, em setembro de 1988, o enquadramento a apresenta no centro da tela. Ela aparece triunfante, vestida de vermelho e declara no fim do jornal de maneira pessoal a análise destinada aos telespectadores: “Estou feliz de reencontrar vocês”. Mencionamos isto a partir dos arquivos audiovisuais do telejornal das 20 horas da Antenne 2, no dia 12 de setembro de 1988.²² O que pode ser completado pelos relatos da própria C. Ockrent que testemunhou em vários momentos, por escrito ou na tela, sobre seus primeiros momentos no ar. Em especial, ela relata em um documentário da TF1, transmitido em 2009,

a anedota conforme a qual, quando de sua primeira atuação na tela, ninguém lhe indicara o caminho do estúdio de televisão.

Se Christine Ockrent se destacou por uma forte presença na tela, vamos notar, no entanto, que a TF1 valorizou um estilo diferente de personagem na pessoa da jornalista e apresentadora Claire Chazal. Essa, após ter sido jornalista especializada em economia no *Quotidien de Paris* e no *Echos* (1981-87), apresenta o telejornal da Antenne 2 (23 horas) de 1988 a 1991, depois se torna diretora da redação e apresentadora dos telejornais aos fins de semana após 1991.²³ Sua postura exterior é muito clássica. Ela gosta de se vestir de branco, o que evoca uma certa neutralidade que pode remeter àquela da própria informação.

Os estilos de informação

A análise de conteúdo de jornais televisivos escolhidos aleatoriamente no período estudado não permite, no entanto, captar uma modificação simultânea das formas do jornal, que continuam tendo uma forma muito clássica nos anos 1980-1990.

Os telejornais aparecem muito construídos. Como observara em seu livro Arnaud Mercier (1995). Sua composição aparenta-se à construção de uma narrativa. Conforme as normas do jornalismo, os assuntos devem responder às questões “Quem? O quê? Quando? Onde? Por quê? Como?”. Eles se sucedem conforme uma ordem que começa com o internacional, depois seguem para a política interior, as questões de sociedade, as notícias esportivas.²⁴ No entanto, é preciso observar, a partir dos anos 1980, a ascensão notável do *fait divers* na televisão, estudada em especial na tese de Claire Secail (2007).

As transformações formais são nitidamente mais perceptíveis em uma revista eletrônica como *L'Heure de vérité* (1982-1995). Homens políticos vêm para responder perguntas dos jornalistas Alain Duhamel, François Henri de Virieu, Albert du Roy. Esses programas teste-

munham, por um lado, a transformação da informação política em espetáculo, e, por outro lado, da ascensão social e midiática dos jornalistas-mediadores. O homem político chega no estúdio de televisão ao som de uma música (música de Paul McCartney, *Live and let die*). Sob o olhar do público e dos telespectadores “em representação”,²⁵ ele deve responder às perguntas dos jornalistas e será avaliado pelo público (com a ajuda de pesquisas) em função das respostas que ele terá dado. Um dos jornalistas animadores, François Henri de Virieu (1992, p. 261), fez uma descrição em *La médiacratie*:

Cercado por trinta e cinco receptores de televisão incorporados em painéis brancos, fixado pelo olhar frio de quatro câmeras quase imóveis, sentado em uma poltrona de um rigor estudado – impossível cruzar as pernas – sem tela de controle frente a ele, com uma mesa baixa como único baluarte, ao homem político só lhe é facultado o reconforto da presença de uns quinze familiares [...]. O estúdio de *L'heure de vérité* é o templo dos tempos desde 1982 [...] *L'heure de vérité* foi o cenário da maioria dos acontecimentos políticos da década de 80. Política espetáculo? Certamente. Mas a política não foi desde sempre um espetáculo?

Conclusão

Portanto, fomos capazes de identificar um conjunto de características do jornalismo de televisão nos anos de 1980/1990, na França: aparentemente, os canais de serviço público e canais privados parecem destacar prioridades diferentes: informar, instruir, educar (serviço público) e entretenimento (canais privados), mas ambos, públicos e privados, estão sujeitos a exigências de audiência, de informação-espetáculo e de concorrência cada vez maiores na década de 1980. O processo de glamorização dos jornalistas existe no setor privado como no setor público. Observemos a longevidade excepcional na tela de algumas “estrelas” de televisão.

A criação de várias instituições em registros diferentes simboliza as mutações em curso: criação de *Médiamétrie*, dos *Sept d'or*, que marcam uma institucionalização da competição e da corrida para a audiência. Entretanto, devemos destacar que os jornalistas reagem face a estas evoluções e que, de bom grado, eles reivindicam a ética de sua profissão e tendem a dissociar as duas facetas do ofício de apresentador/jornalista. Além disso, não se pode afirmar com certeza, pela análise, que o próprio conteúdo dos telejornais no plano formal e em termos de conteúdo seja permeável a estas transformações.

NOTAS

- ¹ Em *Télévision et démocratie – Le politique à la télévision française, 1958-1990*, Jean-Pierre Esquenazi defende a tese da emergência, nos meados dos anos 1980, de uma rede política se apresentando como substituto da esfera política.
- ² Office de Radiodiffusion-Télévision Française – órgão responsável pelo controle da radiodifusão na França, entre 1964 e 1974.
- ³ Até 1968 o financiamento é feito unicamente pela taxa que pagam os lares equipados com televisores.
- ⁴ Artigo 1º: “A comunicação audiovisual é livre”; artigo 2: “os cidadãos têm direito a uma comunicação livre e pluralista”.
- ⁵ A Alta Autoridade pode conceder as autorizações, nomear os presidentes das emissoras de televisão, verificar o respeito à liberdade de expressão e ao pluralismo, mas não pode intervir na programação.
- ⁶ Proveniente do nome do ministro da Cultura e da Comunicação.
- ⁷ *A Télérama* é uma revista especializada em crítica televisiva.
- ⁸ *Dallas* chega na França em 1981 e é transmitido até em 1994 na TF1.
- ⁹ Órgão responsável pela medição da audiência.
- ¹⁰ Ver, a este respeito, MÉADEL, 2004.
- ¹¹ Para uma cronologia das mídias na França, estabelecida por Bénédicte Delorme-Montini, conferir *Les médias en France 1953-2005 - Éléments d'une chronologie, Le Débat*, 2006/2 n° 139, p. 172-192. Esta cronologia contextualiza a evolução da televisão no seio das outras mídias. A periodização específica da história dos telejornais pode ser apreendida por meio da publicação *on-line* do CLEMI (Centre de

liaison de l'enseignement et des médias d'information): <http://www.clemi.org/fr/tv/le-jt-toute-une-histoire/>

- ¹² RTF era o órgão de regulamentação francês anterior à ORTF, existente entre 1949 e 1964.
- ¹³ Desde 1944. Diretor de *Information première* em 1969.
- ¹⁴ O primeiro jornal televisivo assinado, *Information première*, é transmitido no dia 24 de novembro de 1969 às 19 horas e 45 minutos.
- ¹⁵ Patrick Poivre d'Arvor, Bruno Masure, Daniel Bilalian, Christine Ockrent, Claire Chazal, David Pujadas etc.
- ¹⁶ Léon Zitrone (1914-1995) é uma das primeiras figuras de autoridade do telejornal. Sua autoridade se apoiava, em especial, na sua capacidade de manter a atenção do público (ele entra na televisão nos anos 1960), a comentar longamente e com precisão as grandes cerimônias televisivas, como os funerais, os casamentos principescos, as corridas de cavalos, os espetáculos de esporte. Ele era gordo, corpulento. Pesava cerca de cem quilos e gostava de falar disto. Esta imagem corporal foi ao mesmo tempo a que ele deu de si mesmo e aquela que ele encarna aos olhos do público, a tal ponto que ele deu a um de seus livros autobiográficos o título de *Big Leon*. É inegável que o físico de Zitrone foi para ele tanto um estorvo como um valor. Léon Zitrone não era “gordo”: fala-se dele como um personagem que “sabe fazer tudo”, em que “tudo é grande”, uma força da natureza, um Júlio César, um bom amigo, alguém que tem presença. Portanto, a estatura do personagem prevalece sobre a trivialidade física. cf especial Zitrone no *Canal + i*, 26 de janeiro de 1995.
- ¹⁷ Os *Sept d'or* (os *Sete de Ouro*) são os prêmios da televisão francesa, entregues durante uma cerimônia transmitida na televisão. Organizadas pela revista de programação televisiva *Télé 7 Jours*, a cerimônia aconteceu entre 1985 e 2003 (mas não foi transmitida na televisão no último ano). Para cada troféu, as personalidades, programas ou obras nomeadas eram escolhidas, seja pelo público, seja por profissionais.
- ¹⁸ Uma sugestão de pesquisa poderia ser o estudo destes diferentes prêmios.
- ¹⁹ Citaremos 3 jornalistas. Bruno Masure, Daniel Bilalian, David Pujadas: nossas fontes são a entrevista dada por Bruno Masure à revista *Le Temps des médias* no dia 24 de julho de 2009; o programa *Lignes de mire*, do dia 12 de novembro de 1995, no canal FR3, em que Bruno Masure se exprime sobre as relações entre televisão e política; a entrevista de Daniel Bilalian ao INA, no dia 18 de novembro de 1997, realizada por André Halimi <http://www.ina.fr/art-et-culture/cinema/video/CPD07007450/interview-daniel-bilalian-les-premieres-apparitions-journalistes.fr.html>; a entrevista dada por David Pujadas à revista *Le Débat*, em 2006.
- ²⁰ No sentido bourdiano.
- ²¹ Consultar a tese de Lucie Schoch (2011).

- ²² Depois de um convênio entre o Instituto Nacional do Audiovisual (INA) e o *Dailymotion*, doravante é possível ver *on-line* uma grande parte dos telejornais conservados pelo INA. É possível então comprar uma cópia e fazer o download. Disponível em: <http://www.dailymotion.com/sas/jtn>.
- ²³ Ver o resumo do *Who's who* atualizado em 8/11/2010. Ele obteve o *Sept d'Or* de melhor apresentador de telejornais em 1991.
- ²⁴ Ver, por exemplo – Antenne 2, domingo 1º de março de 1987, este telejornal parece muito clássico; o apresentador principal é Bernard Rapp; outro apresentador, Gérard Holz; o jornalista Georges Bortoli lê seu texto sem olhar para a câmera; no 15º minuto as notícias de esporte; às 22 horas e 17 minutos anunciam-se os preparativos para o início no dia seguinte de manhã, com o *Telematin*.
- ²⁵ O conceito de programa construído sobre a ideia de representação do público foi amplamente trabalhado no campo dos estudos midiáticos.

REFERÊNCIAS

BOURDON, Jérôme. *Du service public à la télé-réalité* – Une histoire culturelle des télévisions européennes 1950-2010. Paris: Ina éditions, 2011, 247 p.

CHAMPAGNE, Patrick. L'Heure de vérité. *Actes de la recherche en sciences sociales*. v. 71-72, p. 98-101, mars, 1988. Disponível em: <<http://www.seuil.com/livre-9782020987325.htm>>.

CHANIAC, Régine. (Dir.). *La télévision de 1983 à 1993*: Chronique des programmes et de leur public. Collaboration de Sylvie Dessault. Paris: La documentation française, 1994, 258 p.

CHAUCHAT, Camille. Les présentatrices de journaux télévisés nationaux de 1976 à nos jours. Mémoire Master 2, École Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques, Université de Lyon, 2011. Evelyne Cohen (Dir.).

CHAUVEAU, Agnès; DEHEE, Yannick (Dir.), *Dictionnaire de la télévision française*. Paris: Nouveau Monde éditions, 2007, 557 p. Préface de Jean-Noël Jeanneney et Michèle Cotta.

CLEMI – Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information. Disponível em: <<http://www.clemi.org/fr/tv/le-jt-toute-une-histoire/>> Acesso em: 2 de agosto de 2011.

- COHEN, Evelyne. *La Télévision sur la scène du politique – Un service public pendant les Trente Glorieuses*. Institut National de l’Audiovisuel (INA), 2009, 202 p. (Mémoires de télévision)
- DELORME-MONTINI, Bénédicte. Les médias en France 1953-2005. Éléments d’une chronologie. *Le Débat*, v. 2, n.139, p. 172-192, 2006.
- DUHAMEL, Alain. *Derrière le miroir – Les hommes politiques à la télévision*. Plon, 2000.
- ESQUENAZI, Jean-Pierre. *Télévision et démocratie – Le politique à la télévision française. 1958-1990*, Paris: PUF, 1999, 387 p.
- JOSEPH PASTEUR. In: COHEN, Evelyne. Dictionnaire de la télévision française. Direção de Agnès Chauveau e Yannick Dehée. Paris: Nouveau Monde éditions, 2007.
- JOURNAL Officiel, *Loi Fillioud*, Éditions Lois et décrets, Paris, le 30 juillet 1982. Disponível em: <<http://www.journal-officiel.gouv.fr/user.php>>.
- LEFEBVRE, Thierry. *La Bataille des radios libres 1977-1981*. Paris: Nouveau onde éditions, 2008, 421 p.
- LE GOUVERNEMENT face à la crise de l’audiovisuel public. Les impatiences de Mme. Tasca. *Le Monde*, Paris, 20 set. 1988.
- LES SALAIRES des stars 73% des français sont scandalisés par la surenchère. *Le Monde*, Paris, 2 jun. 1987.
- LES SALAIRES des stars 73% des Français sont scandalisés par la surenchère. *Le Monde*, Paris, 2 jun. 1987.
- MASURE, Bruno. Entretien Bruno Masure. 2009. Disponível em: <<http://www.histoiredesmedias.com/Bruno-Masure-entre-engagement.html>>. Acesso em: 12 jan. 2012.
- MASURE, Bruno. *Journalistes à la niche? De Pompidou à Sarkozy*. Paris: ed. Hugo & C, 2009. 475 p.
- MERCIER, Arnaud. *Le journal télévisé*. Paris: Presses de sciences po, 1996, 345 p.
- MOINOT, Pierre. *Pour une réforme de l’audiovisuel/rapport au premier ministre de la commission de réflexion et d’orientation*, présidée par Pierre Moinot. Paris: La documentation française, 1981, 140 p. Disponível em: <<http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/814054301/index.shtml>>.

- NEVEU, Erik. «L'heure de vérité» ou le triangle de la représentation. *Mots*, septembre 1989, N°20. La politique à la télévision. p. 57-73.
- PARASIE, Sylvain. *Et maintenant une page de pub - Une histoire morale de la publicité à la télévision française (1968-2008)*, Paris: Ina éditions, 2010. 265 p.
- PINGAUD, Denis; POULET, Bernard. Du pouvoir des médias à l'éclatement de la scène publique. *Le Débat*, Paris, v. 1, n, 138, p. 6-16, 2006.
- PUJADAS, David. L'émotion et l'information. *Le Débat*, Penser la société des médias, Paris, v. 1, n. 138, p. 126-13, 2006.
- SANDERS, Marlene; Rock, MARCIA. *Waiting for Prime Time. The Women of Television News*. Illinois:, University of Illinois press, 1994. 214 p.
- SCHNEIDERMANN, Daniel, Du côté des hommes-troncs, *Libération*, 10 de março 2006. Disponível em: <<http://www.liberation.fr/tribune/010141539-du-cote-des-hommes-troncs>>
- SECAIL, Claire. Le crime à l'écran in *Le fait-divers criminel à la télévision française (1950-2010, Paris*, Nouveau Monde éditions, 592p.
- SCHOCH, Lucie. *Journalisme sportif dans la presse quotidienne: différences et inégalités sexuées dans les carrières, pratiques et productions en Suisse romande*. 2011. 765f. Tese (Doutorado em Sciences du Sport) – Faculté des Sciences Sociales et Politiques. Universidade de Lausanne; Universidade de Estraburgo, Estrasburgo, 2011, 765 p.
- TELERAMA, Paris, n. 1895, mai. 1986. p. 6.
- VIRIEU, François-Henri de. *La médiocratie*. Paris: Flammarion, 1992. 292p.

Desafios para uma análise histórica do telejornalismo no Brasil

Ana Paula Goulart Ribeiro e Igor Sacramento

O objetivo deste texto é desenvolver uma reflexão crítica acerca dos estudos históricos sobre o telejornalismo brasileiro e propor uma agenda de questões a serem desenvolvidas pelos investigadores da área. Para isso, apresentaremos um panorama geral da produção sobre o assunto e faremos um balanço dos principais desafios e impasses a serem enfrentados tanto em termos de teoria, quanto de metodologia de pesquisa. Trata-se de avaliar o “estado da arte”. E, nesse sentido, indagar: o que tem sido produzido nessa área? Qual é a especificidade dos estudos que envolvem a história do telejornalismo no Brasil? Como esses estudos se relacionam com outros sobre história da mídia como um todo? Que concepção de história refletem? E – o que nos parece mais essencial – como os estudos históricos podem ajudar a entender a comunicação, e mais especificamente o jornalismo, como prática social? Enfim, qual é a potencial relevância desse campo de investigação?

Dividimos o texto em duas partes. Na primeira, discutiremos mais genericamente como vem sendo usada a dimensão histórica na análise do telejornalismo brasileiro. Na segunda parte, detalharemos as características que identificamos como mais marcantes nos variados estudos, buscando a partir delas apresentar uma agenda de problemas, na realidade, de desafios teóricos e metodológicos a serem enfrentados.

Utilizamos como estrutura de análise da bibliografia existente uma “grade de observação” similar àquela montada a partir de algumas características já identificadas num levantamento feito sobre a imprensa brasileira em 2008. Esse trabalho foi apresentado no encontro anual da Alcar (Associação Brasileira de História da Mídia), quando se comemorava 200 anos do início da mídia impressa no país, e foi publicado logo em seguida numa coletânea que buscava justamente avaliar criticamente os estudos sobre história da imprensa. (RIBEIRO, 2008; RIBEIRO; HERSCHMANN, 2008)

As reflexões aqui apresentadas seguem a mesma linha de avaliação crítica, mas têm como foco o telejornalismo. Faremos observações genéricas sobre algumas características que, obviamente, não se aplicam à totalidade das pesquisas desenvolvidas na área. Essas características apontam, no entanto, uma tendência geral, que em nossa opinião deve ser analisada atentamente para que – a partir e em contraponto a ela – uma agenda de questões se coloque para os investigadores, tendo em vista o amadurecimento das pesquisas da área.

A comparação entre o levantamento realizado em 2008 e o atual nos leva a uma primeira conclusão, que já antecipamos. Há muito em comum entre os estudos históricos sobre jornalismo impresso e o televisivo, o que nos leva a imaginar que algumas das características observadas em ambos os campos de pesquisa dizem respeito a uma forma mais geral pela qual a perspectiva histórica é encarada pelo campo da comunicação – o que chamaremos aqui de “senso comum historiográfico”.

Entre a retrospectiva e a perspectiva diacrônica

A história, de maneira geral, aparece de duas formas nos estudos sobre o telejornalismo brasileiro. A primeira, muito comum, é a da retrospectiva ou do “capítulo histórico”. É corriqueiro nos trabalhos haver uma parte do texto ou um capítulo no qual se produz uma

narrativa que vai dos primórdios do telejornalismo (ou do formato, ou do programa particularmente considerado) até o momento que se quer efetivamente estudar. (ARAGÃO MATOS, 2009; BIZ, 2007; BRASIL, 2002 e 2005; CANCIO, 2005; COSTA, 2011; FABBRI JÚNIOR, 2006; FEITOZA, 1996; FERNANDES, 2010; LANA, 2009; MATOS, 1997; NEVES, 2008; RAMOS; REZENDE, 2000; RODRIGUES, 2005; SILVA, 1985; SOMMA NETO, 2007; SQUIRRA, 1993; TEMER, 2002; TEOBALDO, 1995; TRAVANCAS, 2007; VIZEU, 2005) Um autor, por exemplo, analisa um determinado programa. Seu recorte é sincrônico. Mas, antes de se dedicar ao seu objeto empírico, apresenta uma introdução na qual diz quando o programa foi criado, apresenta as diversas fases pelas quais passou, expõe quais as características de cada uma delas e assim por diante.

Não todas, mas a maior parte dessas retrospectivas está imbuída do que podemos chamar de um “sentido geral”, no qual a história é pressuposta como a capacidade de evocar o passado no presente de modo linear e objetivo. O recurso, em muitos casos, é acionado para evocar o “espírito” de configurações passadas dos programas telejornalísticos para mostrar como o presente guarda semelhanças e diferenças em relação a ele. Nesses casos, a retrospectiva não é assumida como versão de um passado que é reconfigurado a partir de determinadas escolhas teórico-metodológicas do pesquisador. A narrativa poucas vezes é pensada como interpretação, como exercício definido a partir das escolhas intelectuais.

É desconsiderada, portanto, a própria *operação historiográfica*: o conjunto de procedimentos, práticas e processos, recusas e acolhimentos, realizados pelo pesquisador no fazer história. (DE CERTEAU, 1982) As mediações entre a “realidade observada” e o “olhar que a observa”, identificadas por René Rémond (2007, p. 24) como fundamentais ao estudo histórico, são praticamente desconsideradas,

e acaba-se – ainda que não intencionalmente – se afirmando uma transparência e imediatez em relação às realidades estudadas.

Na maior parte das retrospectivas, outra característica também pode ser observada. Existe, nelas, uma tendência que poderíamos chamar de *causal-evolucionista*. O processo histórico é considerado como cumulativo, que vem do passado e se inscreve no presente como no fluxo de uma evolução. O fato é pensado como causado por um outro que lhe antecedeu e como gerador de um outro subsequente.

Nos estudos históricos do telejornalismo, são poucos os trabalhos que se empenham em propostas teórico-metodológicas acerca da relação entre o causal e o não causal (cf., por exemplo, BARBOSA; RIBEIRO, 2005; FAUSTO NETO, 1995; MENDONÇA, 2002; RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010; ROXO, 2010; SACRAMENTO, 2011). Em geral, há bastante dificuldade em lidar com aquilo que permite a emergência de um novo tipo de comportamento, de objeto, de prática, de instituição ou de regra social, e que não pode ser unicamente reduzido ou deduzido das condições pretéritas. (CASTORIADIS, 1982) A história é pouco admitida em sua multiplicidade, dotada algumas vezes da ausência de nexos e da presença do acaso. Na maior parte das vezes, é assumida como uma narrativa fechada e unilinear. Dessa forma, em larga medida, os estudos acabam reproduzindo uma concepção historiográfica tradicional, de inspiração positivista: descritiva, acontecimental, unilinear e baseada na análise das leis que governam as ações individuais (cf. algumas perspectivas críticas sobre isso em BARBOSA, 2007; BARBOSA; RIBEIRO, 2011; RIBEIRO E HERSHMANN, 2008).

Mas há trabalhos – e eles não são a minoria – que simplesmente desconsideram qualquer explicação – mesmo a evolucionista-causal – e que fazem história como um mero exercício descritivo e episódico. Uma sucessão de acontecimentos é brevemente arrolada, praticamente sem o estabelecimento de conexões entre eles numa trama explicativa. Essa sucessão de episódios é construída apenas com o objetivo

de apresentar aqueles que seriam os antecedentes de um determinado programa, formato ou processo sociotelevisivo.

A segunda modalidade de análise histórica presente nos estudos de telejornalismo é aquela que tem como objeto determinados programas ou processos socio-televisivos envolvendo o jornalismo numa perspectiva preferencialmente diacrônica, histórica propriamente dita. (BARBOSA; RIBEIRO, 2005; CARVALHO, 1979; COUTINHO; MATA, 2010; KEHL, 1986; KNEIPP, 2010; MATTOS, 2010; PEREIRA; MIRANDA, 1983; PORCELLO, 2006, 2008, 2009; REZENDE, 2010; RIBEIRO; SACRAMENTO, 2010; ROXO, 2010; SACRAMENTO, 2011; SOUZA, 1986; VIZEU; CABRAL, 2009) Essa abordagem, obviamente, se diferencia daquela utilizada nos trabalhos que produzem meras retrospectivas, nos quais a metodologia histórica é acessória na realização do objetivo principal. As análises aqui ganham mais densidade e extensão. Mas também aqui é possível se observar muitas das características já apontadas: certa naturalização da história, adoção de perspectiva causal-evolucionista, pouco tensionamento entre continuidade e ruptura.

Uma agenda de desafios para a análise histórica do telejornalismo

O nacional e o regional

Entre os estudos históricos do telejornalismo, uma grande parte deles se dedica à análise da produção em rede nacional, tomando como objeto o *Jornal Nacional*, o principal telejornal do país, mas também outros programas, como o *Fantástico*, o *Globo Repórter*, o *Profissão Repórter* e outros veiculados para todo o país. Esses estudos são essenciais. Trazem, sem dúvida, grandes contribuições para o entendimento das práticas do telejornalismo brasileiro. Mas, na análise histórica dos produtos, observamos que há carência de pesquisa em-

pírica. Os trabalhos, em geral, repetem a descrição dos fatos passados contidos em fontes secundárias. E a maioria deles repete fatos e explicações muito semelhantes.

Por outro lado, há investigações dedicadas ao telejornalismo em diferentes estados do Brasil que buscam dar conta das especificidades das configurações locais e regionais. Nesses casos, até pela ausência de bibliografia prévia, a pesquisa empírica costuma ser mais considerada (cf., por exemplo, FABBRI JÚNIOR, 2006; SOMMA NETO, 2007). Esse tipo de trabalho tem crescido muito nos últimos anos, o que espelha a sensibilização dos programas de pós-graduação em diferentes partes do país à perspectiva histórica e às peculiaridades das diferentes localidades.

Essas pesquisas regionais são de indiscutível relevância. Sem elas, não é possível conhecer em profundidade determinadas práticas, instituições ou conjunturas, essenciais para a compreensão de dinâmicas históricas mais amplas. A reflexão sobre as práticas de telejornalismo de uma dada localidade permite confrontar as realidades particulares a configurações gerais. Nesse sentido, os estudos podem problematizar determinadas interpretações históricas já consolidadas, renovando-as. Isso, no entanto, só é possível se forem realizados também trabalhos comparativos e algum tipo de síntese.

Comparação e síntese

Nos trabalhos sobre história do telejornalismo brasileiro, há carência de trabalhos comparativos e de sínteses. Ignora-se que o método comparativo pode colaborar para a consolidação da análise em vários aspectos: na relação entre o regional e o nacional (que acabamos de mencionar), entre o particular e o geral, entre o individual e o social, considerando todas as demais mediações envolvidas nesses processos, mas também nas manifestações de determinados fenômenos em espaços e/ou tempos diferentes.

É preciso, nos parece, valorizar mais o método comparativo. Mas é necessário também prestar atenção ao fato de que comparar não é meramente elencar semelhanças e diferenças. A comparação, na verdade, é uma atividade corriqueira no exercício histórico, própria da contextualização dos acontecimentos. A adoção da comparação como método de uma pesquisa histórica, no entanto, cobra uma dimensão mais aprofundada dessa prática. Nesse caso, algumas questões se impõem: O que se pode comparar? Como comparar? Como ser específico sem perder de vista as contextualizações mais amplas? Quais fontes utilizar? Deve ser utilizado o mesmo padrão de fontes? Quais espacialidades e temporalidades comparadas devem ser consideradas? Como, a partir da comparação, é possível se chegar a conclusões gerais (não simplistas) sobre o processo histórico? É possível elaborar sínteses gerais? Se sim, como?

O particular e o geral

Os estudos históricos do telejornalismo parecem oscilar entre dois eixos de análise: o “generalismo”, que tende a perder os detalhes dos fatos e processos, e o “particularismo”, que, com uma análise mais pontual, pode acabar desconsiderando a dimensão contextual mais ampla. Em parte, esse impasse é provocado pela própria diversidade dos aspectos (sociais, culturais, econômicos, estéticos, tecnológicos, discursivos, editoriais e políticos) da televisão e dos seus tipos (comercial, aberta, a cabo, pública, estatal, comunitária, universitária etc.), bem como pela variedade de seus gêneros e formatos.

Observamos que a maioria dos trabalhos acaba não conseguindo relacionar o geral ao particular e o particular ao geral. Qualquer que seja a realidade social observada, ela é excessivamente abrangente e complexa para comportar a pretensão de uma análise definitiva. Nessa perspectiva, se faz necessário trabalhar no que Jacques Revel chamou de *jogo de escalas*. Para o autor, “a variação das escalas é um

recurso de excepcional fecundidade, que possibilita que se construam objetos complexos compatíveis com a descontinuidade dos patamares em que se protagoniza a vida social”. (REVEL, 1998, p. 14) Assim, é possível tanto reduzir a escala, para pormenorizar as características e especificidades do objeto de estudo, quanto ampliá-la, entrelaçando o objeto a outras dinâmicas sociais, mais gerais.

Saber lidar com esse jogo de escalas nos parece fundamental para uma renovação dos estudos históricos do telejornalismo. Até porque, como já disse Chartier (1990), a história é sempre geral e particular ao mesmo tempo. O geral sempre contém e renova o particular, apesar de o particular ter suas dinâmicas e temporalidades próprias.

O “interior” e o “exterior”

As análises mais generalistas enfatizam, com frequência, as dimensões “externas” às práticas telejornalísticas, enquanto as particularistas, as “internas”. Os estudos que abordam as dimensões “externas” (sociais, econômicas e políticas), de maneira geral, tornam o telejornalismo uma instância reprodutora de ideologias, sem considerar com maior detalhamento as condições de produção do telejornalismo. (MATTOS, 2010; PORCELLO, 2006, 2008, 2009) Algumas vezes, quando essas condições são consideradas, as relações estabelecidas são prioritariamente a partir de uma causalidade mecânica, tomando o telejornalismo como “efeito”, em última instância, de determinada estrutura socioeconômica e de poder político. (CARVALHO, 1979; KEHL, 1986; SÁ, 2008)

Por outro lado, alguns trabalhos que privilegiam as dimensões “internas” acabam considerando a prática profissional do telejornalismo mais como resultado das próprias rotinas de produção do que uma instância engendrada por pressões e determinações em múltiplos níveis. (KNEIPP, 2010; MUSSE; PERNSA, 2009; VIZEU; CABRAL, 2009)

Entendemos que, nesse aspecto, o desafio que se coloca para a análise histórica do telejornalismo é a busca por uma análise dos *laços indissolúveis* entre as “dimensões internas” (aspectos empresariais, técnicos, estéticos, discursivos e profissionais, bem como as rotinas de produção e as estratégias de programação) e as “dimensões externas” (as pressões institucionais, o ambiente regulatório, a política nacional, a transformação econômica, as mudanças tecnológicas, as lógicas de recepção) do fazer televisivo.

O grande desafio é tentar dar conta desse objeto tão complexo, tão multifacetado, da forma mais “multiperspectívica” possível. (KELLNER, 2001) É considerar o contexto político, socioeconômico e cultural, sem perder de vista a dinâmica interna de funcionamento do jornalismo televisivo, as suas lógicas profissionais e empresariais, mas também o seu valor estético e representacional.

A memória e a história

Nos estudos históricos do telejornalismo, é muito utilizada uma perspectiva memorialista. Nesse sentido, duas modalidades são bastante recorrentes: a da efeméride e a das memórias dos profissionais. No primeiro caso, o relato histórico ressalta as singularidades, os mais importantes fatos, as curiosidades e os grandes personagens do telejornalismo (cf., por exemplo, SOUZA, 1986). Às vezes, o uso do passado é apenas celebratório e, em alguns casos, até mesmo anedótico. O segundo caso consiste no uso – cada vez mais intenso – das memórias dos profissionais.

Algumas vezes, são os próprios profissionais que escrevem suas narrativas sobre o passado (cf., entre outros, ANDRADE, 2002; BUCCI, 2008; ELIAS NETO, 2008; FERREIRA, 1998). Em outros, seus relatos são recolhidos através de entrevistas ou através de história oral (cf., por exemplo, MACEDO; FALCÃO, 1988; SILVA JÚNIOR, 2001). Nenhum problema nisso. Os depoimentos são

ótima fonte para o pesquisador. Ajudam a recuperar informações sobre fatos e processos que só podem ser conhecidos pela narrativa daqueles que os viveram diretamente ou daqueles que os presenciaram de alguma maneira. Os depoimentos são uma fonte importante para a compreensão do passado. Mas, de forma alguma, podem ser encarados como índices absolutos da verdade histórica. Precisam ser analisados criticamente, destrinchados, como toda e qualquer fonte, aliás.

Deve ser levado em conta o trabalho da linguagem e de enquadramento da memória realizado pelo entrevistado e as condições de produção da própria entrevista. Nesses casos, mais importante do que o factual é o significado que ele adquire para quem lembra. E os depoimentos são válidos na medida em que, confrontados uns com os outros, remetam para a multiplicidade da experiência do real.

Dessa forma, os pesquisadores contam com o desafio de aliar o uso desses relatos a uma discussão teórica sobre a memória. Há muitos aspectos a considerar, inclusive o da própria subjetividade nas sociedades contemporâneas. (SARLO, 2007) E existe uma fartíssima bibliografia sobre a memória social a ser considerada (cf., por exemplo, HALBWACHS, 2006; TODOROV, 1995; RICOEUR, 2007; e POLLAK, 1989; 1992).

O indivíduo e os processos

Parte das narrativas sobre a história do telejornalismo é centrada na ação individual de personagens considerados protagonistas. A noção que está subentendida na maior parte desses estudos é a de que a história é baseada em grandes feitos e na atuação singular de certos atores sociais. Essa prática acaba negligenciando as dinâmicas e os processos institucionais e macrosociais em favor da centralidade no individual. Mas há também trabalhos que fazem o contrário: estudam as macroestruturas e negligenciam totalmente a ação individual como motor de transformação de processos históricos.

Essa dicotomia entre indivíduo e sociedade – tão discutida e já ultrapassada do ponto de vista epistemológico nas ciências humanas e sociais – ainda se apresenta concretamente em uma parte significativa da produção sobre história da mídia. Mas sem a superação concreta dessa falsa dicotomia não é possível dar conta das historicidades dos processos comunicacionais que estão envolvidos no telejornalismo. Não se deve perder o sujeito em favor das estruturas ou dos processos, mas analisar os sujeitos nas estruturas e nos processos. Essa perspectiva permite colocar em destaque as dinâmicas de construções de *sentidos próprios* com relação a determinadas práticas, produtos e representações telejornalísticas.

É fundamental, acima de tudo, não tomarmos as práticas jornalísticas como dadas, mas como construídas por jornalistas que, assim como outros agentes históricos, vivem imersos em aparatos tecnológicos, convivem com formas de se autorrepresentar e entender o seu papel na sociedade e com formas de representação capazes de dar sentido à sua profissão como prática social num determinado tempo presente.

A consideração da historicidade das práticas midiáticas pressupõe a identificação de diversas forças atuantes no terreno de lutas em que o processo de comunicação midiática se insere e como a sociedade e a televisão se constituem mutuamente. É importante entender como tal entrelaçamento se materializou de modo específico em obras concretas, perceber como se relacionaram os sujeitos envolvidos nos processos e as múltiplas pressões a que estavam submetidos no cotidiano de planejamento e realização das obras e o seu reconhecimento pelo público em dado momento. A consideração do contexto nos permite enfocar a ambiência sociocultural na qual a comunicação midiática se dá e a qual dá sentido aos diversos modos de como os indivíduos participam dela, estruturando-a ou, por vezes, desconstruindo-a.

A história do telejornalismo está impregnada por uma visão pela qual a temporalidade linear e a sucessão de acontecimentos dão o tom da narrativa. É privilegiada a mudança produzida pelo arrolamento de fatos considerados marcantes. E não é pensada a multiplicidade de tempos históricos, os ritmos diferenciados de transformação de diferentes aspectos de um mesmo objeto de estudo considerado.

Mas, às vezes, também acontece o contrário: a análise do telejornalismo se faz num fluxo contínuo, no qual as especificidades propriamente históricas dos fenômenos desaparecem. Dar conta da tensão entre ruptura e continuidade nos parece ser o grande desafio, um desafio fundamental, para o entendimento dos processos históricos.

Pesquisa empírica e reflexão teórica

São poucos os estudos históricos do telejornalismo brasileiro que partem de uma densa pesquisa empírica. Embora a pesquisa empírica já tenha se firmado como uma tradição nos estudos de comunicação – em estudos de recepção, nas abordagens da Análise do Discurso e da Semiótica, por exemplo –, a pesquisa histórica, baseada em diversificadas fontes e arquivos, ainda não é uma prática corriqueira. A ausência desse hábito faz com que sejam raros os trabalhos com uma pesquisa sistemática em fontes orais, impressas ou audiovisuais sobre um programa ou período histórico.

Em geral, pelo fato de não haver um maior investimento em pesquisa empírica, os estudos analisados acabam repetindo histórias já contadas e recontadas, sem poder contribuir com informações novas sobre o passado, como já mencionamos anteriormente.

É importante considerar que a pesquisa e análise documentais, nesse caso, devem ser entendidas não como o espaço para a confirmação de hipóteses e perspectivas teóricas prévias, mas também como

um momento produtor de incertezas. Podem fazer emergir novas questões que até então não tinham sido consideradas e podem remodelar o estudo realizado.

É claro que, neste caso, é necessário considerar as dificuldades de acesso às fontes. Enquanto a pesquisa sobre imprensa conta com instituições como a Biblioteca Nacional, que abriga quase a totalidade da produção jornalística impressa do país, a pesquisa de televisão não conta com nenhum órgão similar para o material audiovisual produzido no Brasil. Muitas vezes, os investigadores acabam tendo que recorrer a arquivos pessoais ou aos dos centros de documentação das próprias emissoras, quando elas têm centros desse tipo e quando elas permitem – ainda que de forma limitada e controlada – a consulta a seus acervos.

Acrescente-se a isso o fato de que muitas emissoras já foram extintas e seus acervos se perderam, uma vez que inexistem, no país, uma política de preservação do audiovisual. São raríssimos os materiais jornalísticos preservados de emissoras como a TV Rio, a TV Excelsior, a TV Continental e a TV Tupi. O caso da emissora dos Diários Associados não é o mais aterrador. Existem edições completas ou fragmentos de alguns programas jornalísticos das filiais de São Paulo e do Rio de Janeiro na Cinemateca Brasileira e, principalmente, no Arquivo Nacional no Rio de Janeiro.

É importante lembrar, entretanto, que, apesar de essencial, o audiovisual não é a única fonte possível para a realização de uma pesquisa histórica sobre telejornalismo ou sobre a televisão em geral. Aliás, há um conjunto de informações e questões que não são acessíveis ao pesquisador através da análise do produto televisivo porque estão – por definição – fora dele. Periódicos e depoimentos orais, por exemplo, podem ser fontes preciosas para a pesquisa sobre o meio televisivo.

De uma forma ou de outra, a pesquisa empírica deve sempre se basear numa análise crítica das fontes – sejam elas de que natureza forem. Não estamos, obviamente, falando de uma crítica positivista,

que se baseava na averiguação e certificação sobre a veracidade dos fatos relatados. O mais importante é tomar a fonte como uma construção discursiva historicamente localizada. (cf. RIBEIRO, 1995) Por isso, não basta uma pesquisa empírica bem desenvolvida. Para que contribua para a área, é necessário que a empiria esteja aliada a uma reflexão teórica e conceitual problematizadora, reflexiva. Os dados não falam por si mesmos. Para que eles digam algo sobre uma dada realidade, precisam do olhar do pesquisador que os interpela a partir de um determinado lugar, com um conjunto de questões e problemas para o qual busca respostas.

Descrição e análise

Em geral, os trabalhos sobre telejornalismo constroem a sua história baseada na descrição sucessiva de episódios que vão do passado em direção ao presente. Em muitos casos, ainda se trabalha com uma visão positivista, que privilegia a crônica de acontecimentos (*histoire événementielle*), em detrimento dos processos, pensados numa duração mais longa.

Na maior parte das vezes, faz-se uso de “história-narrativa”: daquela que privilegia a descrição, a fixação e a celebração dos feitos individuais que servem como ícone da singularidade de uma época. Ignora-se, ou deixa-se para segundo plano, a explicação do processo de construção das posições, das atribuições e das ações sociais, ou seja, negligencia-se a densa trama explicativa das dinâmicas sociais a favor da narração factual dos acontecimentos singulares.

A análise do telejornalismo pouco lança mão da *história-problema*, que toma como objeto seletivas questões sobre determinado processo, reconhecendo explicitamente a história como construção conceitual inscrita num presente, a partir dos seus sistemas de inteligibilidade. (FURET, 1989)

Isso nos parece resultado de desconhecimento e de certa arrogância. Os pesquisadores da comunicação conhecem pouco os autores da história. Não leem sobre história da história, sobre teoria da história, sobre filosofia da história, sobre metodologia da história. E, o pior, acham que podem prescindir disso para fazer história da comunicação.

Considerações finais

Para finalizar, uma rápida observação: acreditamos que a perspectiva histórica, mais do que um campo de estudo em si, configura um olhar, uma dada perspectiva sobre o processo comunicacional, que independe do recorte sincrônico ou diacrônico que se dê a um objeto de estudo.

O interessante, nos parece, é a possibilidade do pesquisador desenvolver uma *imaginação histórica* – parodiando Wright Mills (1982): uma percepção que consiga dar conta do complexo jogo que se processa entre os homens e a sociedade, a biografia e a história, o eu e o mundo; uma sensibilidade capaz de relacionar as micro e macroestruturas, de compreender os cenários mais amplos em termos de seus significados para a vida íntima das pessoas.

A imaginação histórica pressupõe também a capacidade de pensar o homem e suas práticas no tempo. Tempo entendido na sua multiplicidade de níveis e ritmos. Não como algo em si, mas como uma forma de existência das coisas. Tempo considerado tanto como “espaço de experiência” quanto como “horizonte de expectativa”. (KOSSELECK, 2006)

REFERÊNCIAS

ALVIN, Bianca. “O discurso da brasilidade projetado na cobertura da Seleção Brasileira de Futebol no Jornal Nacional”. In: COUTINHO, Iluska; PORCELLO, Flávio e VIZEU, Alfredo (Org.). *40 anos de telejornalismo em rede nacional*. Florianópolis: Insular, 2010.

ANDRADE, João Batista de. *O povo fala: um cineasta na área de jornalismo da TV brasileira*. São Paulo: Editora Senac, 2002.

ARAGÃO MATOS, Rita de Cássia. *O paroxismo do sonho: um estudo sobre a exclusão social no Jornal Nacional*. Salvador: EDUFBA, 2009.

BARBOSA, Marialva. Meio de Comunicação e História: um universo de possíveis In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart e FERREIRA, Lúcia Maria Alves (Org.). *Mídia e memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Comunicação e História: um entre-lugar. In: _____. (Org.). *Comunicação e História: partilhas teóricas*. Florianópolis: Insular, 2011.

_____. Telejornalismo na Globo: vestígios, narrativa e temporalidade. In: BOLAÑO, Cesar e BRITTOS, Valério Cruz (Org.). *TV Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.

BRASIL, Antônio Cláudio. *A revolução das imagens: uma nova proposta para o telejornalismo na era digital*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2005.

_____. *Telejornalismo, internet e guerrilha tecnológica*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.

CANCIO, Marcelo. *Telejornalismo descoberto: a origem da notícia no jornalismo televisivo regional*. Campo Grande: Ed. UFMS, 2005.

CARVALHO, Elizabeth. Telejornalismo: a década do jornal da tranquilidade. In: NOVAES, Adauto (Coord.). *Anos 70 – televisão*. Rio de Janeiro: Europa, 1979.

CASTORIADIS, Cornelius. *A instituição imaginária da sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

CHARTIER, Roger. *A história cultural: entre práticas e representações*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1990.

COSTA, Alcir; SIMÕES, Inimá; KEHL, Maria Rita. *Um país no ar: história da TV brasileira em três canais*. São Paulo, Brasiliense, 1986.

COSTA, Marília Hughes Guerreiro. O modo de endereçamento do Globo Repórter. In: GOMES, Itania Maria Mota (Org.). *Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo*. Salvador: EDUFBA, 2011.

- COUTINHO, Iluska; PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo (Org.). *40 anos de telejornalismo em rede nacional*. Florianópolis: Insular, 2009.
- _____. (Org.). *60 anos de telejornalismo em rede nacional*. Florianópolis: Insular, 2010.
- COUTINHO, Iluska. Telejornalismo como serviço público no Brasil: reflexões sobre o exercício do direito à comunicação no Jornal Nacional/TV Globo. In: COUTINHO, Iluska; PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo (Org.). *40 anos de telejornalismo em rede nacional*. Florianópolis: Insular, 2009.
- COUTINHO, Iluska; MATA, Jhonatan. Dos personagens à incorporação do público: uma análise sobre o lugar do cidadão no telejornalismo. In: COUTINHO, Iluska; PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo (Org.). *60 anos de Telejornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2010.
- DE CERTEAU, Michel. *A escrita da história*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.
- ELIAS NETO. *Do rádio ao telejornalismo: a trajetória de um aprendiz*. Cuiabá: Carlini & Caniato, 2008.
- FABBRI JÚNIOR, Duílio. *A tensão entre global e local: os limites de um noticiário regional na TV*. Campinas: Akademika, 2006.
- FAUSTO NETO, Antonio. *O impeachment da televisão: como se cassa um presidente*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.
- FEITOZA, Mirna. *A imagem do real: a espetacularização da realidade através do telejornalismo*. Manaus: EDUA, 1996.
- FERNANDES, Carla Montuori. *Os contrapontos eleitorais e os cinco Brasis em campanha pela caravana JN*. São Paulo: Porto de Idéias, 2010.
- FERREIRA, Paulo Cesar. *Pilares via satélite: da Rádio Nacional à Rede Globo*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.
- FREITAS, Mirella Santos. *Jornal da Massa: jornalismo ou programa de humor?*. In: GOMES, Itania Maria Mota (Org.). *Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo*. Salvador: EDUFBA, 2011.
- FURET, François. *A oficina da história*. Lisboa: Gradiva, 1989.
- GUTMANN, Juliana Freire. Articulações entre dispositivos televisivos e valores jornalísticos na cena de apresentação do Jornal Nacional. In: COUTINHO, Iluska;

PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo (Org.). *60 anos de telejornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2010.

_____. Estratégias e endereçamentos da primeira versão do Jornal da MTV. In: GOMES, Itania Maria Mota (Org.). *Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo*. Salvador: EDUFBA, 2011.

KEHL, Maria Rita. Eu vi um Brasil na TV. In: COSTA, Alcir; SIMÕES, Inimá; KEHL, Maria Rita. *Um país no ar: história da TV brasileira em três canais*. São Paulo, Brasiliense, 1986.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru: EDUSC, 2001.

KNEIPP, Valquíria. 60 anos de formação do profissional de telejornalismo no Brasil. In: COUTINHO, Iluska; PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo (Org.). *60 anos de telejornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2010.

KOSSELLECK, Reinhart. *Futuro passado: contribuição à semântica dos tempos modernos*. São Paulo: Contraponto, 2006.

LANA, Lúcia. *Para além do sensacionalismo: uma análise do telejornal Brasil Urgente*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2009.

MACEDO, Cláudia; FALCÃO, Ângela (Org.). *TV ao vivo: depoimentos*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

MATOS, Carolina. *Mito e telejornal: introdução a uma perspectiva contemporânea*. Rio de Janeiro: Litteris, 1997.

MATTOS, Sergio. Evolução histórica da televisão no Brasil. In: COUTINHO, Iluska; PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo (Org.). *60 anos de telejornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2010.

MENDONÇA, Kleber. *A punição pela audiência: um estudo do Linha Direta*. Rio de Janeiro: Quartet, 2002.

MILLS, C. Wright. *A imaginação sociológica*, Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

MUSSE, Christina Ferraz; PERNSA, Mila Barbosa. Traços de mineiridade nos telejornais da TV Alterosa e da Rede Minas. In: COUTINHO, Iluska; PORCELLO, Flávio e VIZEU, Alfredo (Org.). *60 anos de Telejornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2010.

NEGRINI, Michele. A morte no telejornalismo: o caso do vôo 447 da Air France no Jornal Nacional. In: COUTINHO, Iluska; PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo (Org.). *40 anos de telejornalismo em rede nacional*. Florianópolis: Insular, 2009.

NEVES, Flora. *Telejornalismo e poder nas eleições presidenciais*. São Paulo: Summus Editorial, 2008.

PEREIRA, Carlos Alberto; MIRANDA, Ricardo. *O nacional e o popular na cultura brasileira: televisão*. São Paulo, Brasiliense, 1983.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, 1989.

_____. Memória e identidade social. In: *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 5, n.10, 1992.

PORCELLO, Flávio. “TV e poder: as relações sombrias que ajudam a fazer a história recente do Brasil”. In: PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo e MOTTA, Celia Ladeira. (Org.). *Telejornalismo: a nova praça pública*. Florianópolis: Calandra, 2006.

_____. Mídia e Poder: os dois lados de uma mesma moeda – a influência política da TV no Brasil. In: VIZEU, Alfredo (Org.). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

_____. O impacto dos avanços tecnológicos e a evolução do discurso do poder na TV. In: COUTINHO, Iluska; PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo (Org.). *40 anos de telejornalismo em rede nacional*. Florianópolis: Insular, 2009.

RAMOS, Roberto; BIZ, Osvaldo. *O âncora e o neoliberalismo: a privatização do sentido*. Porto Alegre: Evangraf, 2007.

RÉMOND, René. “Uma história presente”. In: _____. *Por uma história política*. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 2007.

REVEL, Jacques. Microanálise e construção do social. In: _____. (Org.). *Jogos de escalas: a experiência da microanálise*. Rio de Janeiro: FGV, 1998.

REZENDE, Guilherme Jorge. *Telejornalismo no Brasil: perfil editorial*. São Paulo: Summus Editorial, 2000.

REZENDE, Sidney; KAPLAN, Sheila (Org.). *Jornalismo eletrônico ao vivo*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *A história do seu tempo: a imprensa e a produção do sentido histórico*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Escola de Comunicação. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1995.

_____. *A história da imprensa no Brasil: um balanço teórico e metodológico*. Niterói, UFF, Alcar, 2008.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; HERSCHMANN, Micael. História da Comunicação no Brasil. In: _____. (Org.). *Comunicação e História: interfaces e novas abordagens*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor. A renovação estética da TV. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor e ROXO, Marco. *História da televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2010.

RODRIGUES, Ernesto. *No próximo bloco: o jornalismo na TV e na internet*. Rio de Janeiro/São Paulo: Ed. PUC-Rio/Edições Loyola, 2005.

SÁ, Antônio. *Jornal Nacional: política e ideologia*. Campinas: Reverbo, 2008.

SACRAMENTO, Igor. *Depois da revolução, a televisão: cineastas de esquerda no jornalismo televisivo dos anos 1970*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2011.

SARLO, Beatriz. *Tempo passado: cultura da memória e guinada subjetiva*. São Paulo, Cia. das Letras; Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2007.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Muito além do Jardim Botânico: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores*. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

SILVA JÚNIOR, Gonçalo. *Pais da TV: a história contada por-*. São Paulo: Conrad, 2001.

SOUZA, Cláudio Mello e. *A imprensa brasileira através dos tempos: rádio, jornal, TV*. São Paulo, Práxis, 1986.

RICOUER, Paul. *Memória, história e esquecimento*. São Paulo, Ed. Unicamp, 2007.

ROXO, Marco. A volta do jornalismo cão na TV. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. *História da televisão no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2010.

SOMMA NETO, João. *Ações e relações de poder: a construção da reportagem política no telejornalismo paranaense: um estudo comparativo*. Curitiba: Ed. UFPR, 2007.

- SQUIRRA, Sebastião. *Boris Casoy, o âncora no telejornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1993.
- TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. *Notícias e serviços nos telejornais da Rede Globo*. Rio de Janeiro: Sotese, 2002.
- TEOBALDO, Delcio. *Telinterprete: o jornalista entre o poder e o público*. Rio de Janeiro: Litteris, 1995.
- TODOROV, Tzevtan. *Les abus de la mémoire*. Paris: Arléa, 1995.
- TRAVANCAS, Isabel. *Juventude e televisão: um estudo de recepção do Jornal Nacional entre jovens universitários cariocas*. Rio de Janeiro: Editora da FGV, 2007.
- VIZEU, Alfredo. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.
- VIZEU, Alfredo; CABRAL, Águeda Miranda. Telejornalismo: da edição-linear à digital, algumas perspectivas. In: COUTINHO, Iluska; PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo (Org.). *40 anos do Telejornalismo em rede nacional*. Florianópolis: Insular, 2009.

LINGUAGEM E TELEJORNALISMO

Os limites da reflexividade nos discursos jornalísticos na televisão¹

Marie-France Chambat-Houillon

Uma vez que os meios de comunicação, assim como as artes, produzem discursos sobre a realidade, esta relação referencial será particularmente examinada para a televisão. Trata-se de mostrar que o mundo real, visado pelo conjunto dos programas, geralmente em um primeiro tempo, depois mais especificamente pelos discursos de informação, constitui o interpretante último da prática televisiva. Uma vez aceito este fato, vamos concentrar nossas análises em uma reportagem transmitida pela France 2, uma rede de televisão pública francesa. Ao contrário do que defende a ideologia da objetividade jornalística, a realidade não é necessariamente independente e tampouco é melhor percebida pela maioria dos telespectadores em discursos completamente transparentes. A transparência do discurso televisivo não é uma condição necessária para relatar informações de eventos reais. Por vezes a compreensão dos mesmos requer lidar com a reflexividade da reportagem de televisão. Mas esta reflexividade pode revelar-se equivocada para o espectador.

A especificidade midiática da televisão

Duas mídias primas: cinema e televisão

Nos anos 1970, o semiólogo francês Christian Metz (1977, p. 177) em *Langage et cinéma* afirma que os programas de televisão e os filmes

de cinema, compartilhando os mesmos códigos da imagem animada, “constituem em suas características físicas essenciais, uma única linguagem”. De acordo com ele, não há nenhuma diferença fundamental entre as duas práticas, exceto a questão do “tamanho” da tela, (METZ,1977, p. 178) critério menor que também será rapidamente removido da sua reflexão sobre a especificação destas duas mídias, afinal julgado irrelevante.

Essa constatação teve repercussões sobre o desenvolvimento da análise da televisão na França, mais exatamente na apreensão científica do seu conteúdo: os programas.² Certamente, durante muito tempo a análise dos programas foi realizada com as ferramentas do cinema, principalmente sob a influência de seu modelo metodológico que era incapaz de dar conta das particularidades contextuais e comunicacionais tanto da produção como da recepção televisiva, uma vez que os dois meios, cinema e televisão, não eram diferenciados, mas reunidos sob traços de linguagem considerados idênticos. Aqui, a noção de linguagem é mais concebida em sua qualidade sensível, para não dizer fenomênica, do que em seu aspecto técnico (35 mm, 16 mm, etc.), de tal forma que cinema e televisão, conforme C. Metz, partilham do que pode ser chamado, em nossos dias, de uma mesma “audiovisualidade”. Portanto, podemos dizer que a especificidade da televisão foi ignorada por muito tempo, o que fazia do programa de televisão um texto fílmico.

Ora, empiricamente, como espectadores e *tele*-espectadores, todos nós constatamos que apesar desse parentesco audiovisual linguageiro, a televisão não funciona como o cinema. Entre estas duas *mídias*, não se trata de simples diferença de suporte ou de tamanho de tela, os laços que são tecidos com o público não têm nada em comum. Assim, se na França, em especial, o estudo dos programas de televisão – não o estudo da televisão em geral como uma instituição – se inscreve historicamente no campo acadêmico da análise cinematográfica, ele se emancipou nos últimos anos deixando a abordagem imanente e

estrutural dos conteúdos em favor de uma abordagem pragmática, em que prevalece a intenção comunicativa. A posição atual ocupada pelo estudo dos programas de televisão na França no campo institucional da ciência da informação e comunicação é explicada pelo seu parentesco *original* com o cinema por meio da semiologia da primeira geração. A emancipação do objeto televisivo em relação ao cinema se torna então necessária, ela se constrói em especial por uma reconfiguração mais comunicacional do quadro metodológico empregado e por uma redefinição dos objetos televisivos. Aqui desenvolveremos duas noções fundamentais que permitem distinguir a televisão do cinema e mostram a necessidade de se deixar o campo estrutural da análise da especificidade televisiva: a natureza programada da transmissão e a crença na transmissão ao vivo³.

Grade e programação

Uma emissão de televisão não é somente um conteúdo tematizado, uma proposta semântica, é também uma grade. Com efeito, esta emissão toma lugar em um *co-texto* televisivo com programas que a precede e a sucede, no âmbito de uma programação operada por uma instância enunciativa superior: a emissora de televisão. Esta decide e gera a combinação dos programas uns com os outros de maneira sintagmática durante o dia ou a noite, mas também decide suas relações possíveis com o público disponível diante de seu aparelho em um momento preciso. É claro que existe também uma programação cinematográfica quando se frequenta classicamente as salas escuras – nós deixamos de lado a consulta em *streaming* ou em VOD (*video on demand*). Mas esta programação acontece em sessões independentes determinadas por horários previamente estabelecidos pelo operador, enquanto que a programação televisiva forma um *fluxo temporal contínuo* regulado pelo canal que permite à diversidade dos públicos aderir ou não àquilo que é transmitido. Por isso, em função destas condições

comunicacionais, analisar os programas decompondo-os sob a forma de códigos à maneira da primeira semiologia não tem muito sentido. Os contextos, as interações com os públicos, a maneira como os canais comunicam sua programação, sua identidade simbólica, etc., são parâmetros necessários para compreender como o telespectador interpreta as grades. Em outras palavras, para captar a especificidade midiática da televisão, é necessário mandar pelos ares o famoso encerramento textual da análise imanente em favor de uma abordagem dita “comunicacional” (pragmática). A contestação da sujeição do estudo da televisão ao cinema não se apoia somente sobre uma diferença de objeto, mas repousa sobre uma escolha metodológica forte, respeitosa do funcionamento real do meio televisão que mostra que a análise de código e textual não é mais suficiente. Assim, os telespectadores não são somente uma figura fantasmagórica no final da análise, eles estão no cruzamento de diferentes lógicas que orientam seu consumo de televisão. Enquanto intérpretes, portanto usuários, a imagem dos telespectadores antecipada pelos canais não deve ser negligenciada.

A realidade como critério genérico

Um segundo elemento que marca também a distância entre o cinema e a televisão depende de sua respectiva relação discursiva com a realidade. Cinema e televisão têm um apego inegável ao real, fundado sobre as capacidades de registro de seu dispositivo de filmagem e, depois, sua restituição – mais ou menos fiel – sob forma de imagens animadas, sonoras e montadas. Embora tenha sofrido evoluções históricas, esta relação com o real faz com que hoje em dia os filmes de cinema sejam mais de natureza ficcional do que documentária (mesmo que muitos documentários sejam produzidos a cada ano, sua distribuição para um grande público permanece, no entanto, limitada); ao passo que, na televisão, uma programação diária articula em um mesmo fluxo os discursos ficcionais aos discursos referenciais. Aliás,

não é raro, nestes últimos anos, na televisão, constatarmos que a linha que separa ficção e realidade fica embaralhada, torna-se menos nítida, como testemunha a multiplicidade das denominações de programas que surgiram recentemente: docuficção, *reality-show*, docudrama, tele-realidade, todas caracterizam, à sua maneira, a hibridação genérica. Dentro do mesmo espírito, doravante é frequente que programas com finalidade séria, como os telejornais, adotem um tom leve que produz efeitos de entretenimento. Fala-se então de *infotainment*.⁴

A realidade na televisão: um meta-interpretante?

Na televisão, em razão da proximidade entre os diferentes tipos de programas, proximidade sintagmática construída pelo fluxo da programação, os gêneros ficcionais e lúdicos parecem mais permeáveis ao peso do real. Além dos modelos interpretativos instalados pelos diferentes programas (informação, ficção ou entretenimento), é necessário considerar uma espécie de *meta-interpretante* global que seria *especificamente* televisivo – veremos por que mais adiante –, que faz convergir a diversidade genérica da programação para um horizonte interpretativo que é o real, o mundo. Certamente, embora este real já seja o objeto explícito de certos programas como os telejornais, as revistas ou os documentários, é preciso considerá-lo como um interpretante *possível* para todos os outros programas cujas promessas ontológicas não o têm em conta.⁵ De tal forma que é quase impensável que os programas de televisão possam pretender falar de outra coisa que não do real, esta realidade que cerca os telespectadores. Assim, independentemente dos programas de informação (revista, debate, telejornal), o conjunto dos programas, quer sejam ficcionais ou com finalidade de entretenimento, tem todos em linha de mira, de uma forma ou de outra, o que é chamado realidade. Essa opera como o interpretante *último* do conjunto da programação televisiva, transcendendo as diferenças genéricas.

Para funcionar como um modelo de leitura válido para todos os conteúdos televisivos, o real como interpretante é ajudado em parte pela promessa pragmática.⁶ Essa, construída pelos canais e os outros parceiros da comunicação televisiva, serve para ligar os programas a categorias conhecidas dos telespectadores. Mas o mundo, como padrão interpretativo, supera o que está em jogo na promessa pragmática, uma vez que ele se baseia na *especificidade midiática* da televisão mais ampla e abrangente que o mero discurso dos canais de televisão nas suas grades. Trata-se então de uma *promessa midiática* que tem por objeto a totalidade da difusão televisiva.

Transmissão ao vivo e especificidade televisiva

Embora a definição de uma mídia seja uma das mais controversas, nós podemos, entretanto, concordar em alguns pontos: uma mídia não pode se resumir a um suporte (um meio), nem a uma linguagem, nem mesmo a um conteúdo predeterminado (mesmo se afinidades são em seguida identificáveis). Uma mídia, pois, é uma combinação entre possibilidades técnicas (e tecnológicas) e expectativas interpretativas (semióticas e/ou estéticas), elas próprias retomadas pelas crenças do público. Ou seja, as potencialidades técnicas da mídia se ancoram em um imaginário social que elas alimentam, por sua vez, sem que tenham de ser atualizadas em um programa particular para serem mobilizadas pelos telespectadores.

Em especial, a crença na mídia televisão se cristaliza em torno da noção fundamental de transmissão ao vivo. A transmissão ao vivo consiste na possibilidade temporal de transmitir na televisão um acontecimento ao mesmo tempo em que ele se desenrola, de tal forma que há uma *isocronia* entre o acontecimento e sua difusão midiática. Por conseguinte, a televisão é caracterizada por um sistema de apresentação, uma vez que ela torna *presente*, tanto em seu sentido temporal de *presentificação* como em seu sentido espacial de *estabelecer*, para

audiências remotas, através de uma transmissão ao vivo, a realização de um fato, enquanto que o cinema, sempre em comunicação diferida, situa-se no que foi, no passado. No entanto, mesmo que todos os programas não sejam uma transmissão ao vivo, a sua ideologia, as suas características e o tipo de crença que ela pressupõe contaminam toda a grade de programação televisiva, bem como todos os gêneros de programas distribuídos, independente de sua natureza.

Por conseguinte, a concepção midiática da televisão é a de uma mídia que permite transmitir às audiências mais amplas possíveis e o mais rápido possível (quando não é simultaneamente) os acontecimentos reais. Assim, pela potencialidade da transmissão ao vivo, a televisão, ao contrário do cinema, estabelece as condições da apresentação ou, mais exatamente, da *mediação* da realidade. Este regime, fundador da atividade discursiva da televisão em geral, reata com a etimologia grega da “tele-visão” – ver à distância –, permitindo aos receptores espalhados em lugares diversos e distantes assistir todos ao mesmo tempo a acontecimentos reais, por vezes de maneira síncrona a estes. Portanto, há uma dupla sincronização que a crença na transmissão ao vivo sugere como fundadora da recepção midiática televisiva: *possível* concomitância entre o fato real e sua transmissão, e *possível* concomitância entre múltiplos usos receptivos dando lugar a um sentimento de pertencimento a uma comunidade espectral.

Essa mobilização dominante de um modelo interpretativo referencial para o conjunto dos programas televisivos constrói o paradigma midiático da televisão em que os produtos são recebidos como interfaces midiáticas, no sentido de intermediário, entre o público e o mundo real. Para o telespectador, a realidade não é recebida como um resultado de uma representação ou o resultado de um cálculo discursivo, mas se *apresenta* restituída de maneira fiel e autêntica. O paradigma midiático e sua promessa conjunta valorizam assim uma concepção da televisão como “uma janela aberta para o mundo”, o que sugere que a representação audiovisual não produz qual-

quer significado adicional a mais que aquele já existente na realidade. O sentido recebido parece pertencer ao real, somente transmitido pela mídia. A construção do discurso televisivo aparece então neutra no plano semiótico. O terceiro simbólico, os códigos, se ausentam da recepção comum dos programas de televisão, alimentando um regime de mediação e não de representação. Esta característica opera em particular na atestação do real implantada pelas reportagens jornalísticas, ao contribuir para a objetividade do discurso televisivo que se defende justamente de ser um deles.

Da representação cinematográfica à mediação televisiva

Se a televisão e o cinema são ambos mídias, a primeira se caracteriza por suas capacidades de reprodução espacial e temporal da realidade, enquanto o cinema desenvolve mais as competências de representação e de imitação que podem, por vezes, visar a semelhança com o real (no caso do realismo), mas que não têm nada de obrigatório (como demonstra a existência do cinema fantástico ou de ficção científica). Na televisão, o corte semiótico entre o discurso (referencial ou ficcional) e a realidade desmorona: as imagens mostradas estão sem cessar remetidas pelo telespectador à sua própria experiência do real fora da mídia, enquanto que no cinema a distância entre o filme e a realidade se afirma. Ninguém contesta o status de filme – e portanto de discurso, e mesmo de discurso artístico – às imagens e sons transmitidos na grande tela, ao passo que a fronteira entre discurso e mundo é menos imperiosamente estabelecida para a televisão. É uma das razões que faz com que neste início de século XXI a televisão não dê conta do real melhor do que o cinema, mas a audiência parece mais inclinada a acreditar que aquilo que é mostrado na televisão é uma realidade autêntica sem deformação, nem trucagem.

Esta primeira parte de nossa reflexão mostra bem que apesar de um parentesco linguageiro, cinema e televisão não podem ser assi-

milados. Ambos são realmente mídias com uma relação com o real distinta: um dá um lugar de destaque a um real imitado e reconstruído,⁷ a outra a um real gravado, capturado. A realidade não é um objeto de investimento discursivo idêntico para estas duas mídias. A realidade não é o objeto da promessa midiática do cinema, mas sim da televisão.

Um paradoxo: a realidade como interpretante para as ficções televisivas e o entretenimento

A fim de melhor captar a realidade como metainterpretante televisivo, as ficções são particularmente emblemáticas. De fato, elas criam mundos imaginários e não dependem *a priori* de referentes factuais. No entanto, elas tecem laços privilegiados com a realidade.

Enquanto mídia, em nossos dias, a televisão não é mais considerada como uma prática criativa e artística,⁸ e isto, apesar da emergência de uma “telefilia” que tem essencialmente por objeto obras de ficção. Como o demonstramos, no mapeamento das grades atuais, as diferenças genéricas (jogo, ficção, entretenimento) não parecem mais suficientemente discriminantes para serem definidas unicamente pela exposição de seu objeto. Assim, face ao paradigma midiático da televisão, os diferentes gêneros parecem neutralizados pelo projeto televisivo que, em seu conjunto, quer *naturalmente ser* uma mediação do real. Mas, obviamente, este não é “natural”, pois ele depende de uma construção dos parceiros televisivos (canais em geral) destinada a moldar as crenças que os telespectadores vão conceder aos discursos televisivos vistos e ouvidos.

Um dos sintomas dessa tendência se reflete na escolha da palavra “tele-realidade”⁹ para descrever programas que são, paradoxalmente, altamente roteirizados e controlados por instâncias de produções. Basta ver *Secret Story*, para citar somente este exemplo, em que uma *voice-over*, chamada de maneira pleonástica de “a voz”, impulsiona

os acontecimentos, dirige as peripécias do programa e controla, ao influenciá-las, a natureza das relações entre os candidatos trancados em um estúdio. Em suma, neste programa de tele-realidade, a realidade filmada não é nada autônoma, nem desapegada do discurso que a relata, mas completamente provocada pelo dispositivo midiático de filmagem. O mundo mostrado é um mundo modelado e informado (no sentido de dar uma forma), dependendo, portanto, das características do programa. Entretanto, a força do paradigma da mídia televisiva faz com que a “realidade midiática” construída *ad hoc* para o programa seja recebida como sendo a própria realidade.

No mesmo espírito, para observar a complexidade de pensar o real como interpretante geral dos discursos transmitidos na televisão, há ficções televisivas, quer sejam séries ou criações unitárias, que têm sucesso, em parte, graças à sua ligação explícita com a realidade. Algumas ficções encontram sua matéria em uma realidade forçosamente ida e finda, seja para finalidades históricas ou patrimoniais, seja para reavivar a memória recente dos cidadãos telespectadores. Assim, no início dos anos 2000, o TF1, ainda o canal líder na França, desenvolveu uma coleção batizada “as ficções do real” que revisita as pequenas notícias marcantes da sociedade francesa do século XX sob a forma de telefilmes como *Dans la tête d'un tueur* ou *Marie Besnard*.¹⁰

Ao lado da tematização explícita de um acontecimento real pela ficção que acabamos de considerar, outras relações com o real são possíveis. Assim, algumas ficções, construindo diegeses verossímeis e/ou realistas, elaboram instruções “exemplarizantes” das condutas destinadas ao seu público. Obviamente, o telespectador não é totalmente crédulo, ele não confunde realidade e ficção, mas tudo é feito pelos canais de televisão para que os mundos da ficção possam servir como auxiliar, possam ser chaves de inteligibilidade da realidade vivida pelos telespectadores. Assim, mesmo que o telespectador saiba que está diante de um universo inventado, um universo fictício, ele sente

vontade de acreditar, apesar de tudo, que esse possa *parecer* em parte *sua* realidade.

De certa forma, a famosa fórmula do psicanalista Octave Mannoni¹¹ (“eu bem sei, mas mesmo assim...”) funciona muito bem para as ficções que constroem regimes de crença possível: bem sei que isto não é verdade – por exemplo, que os extraterrestres (aqueles de *Arquivo X*) não existem na minha realidade –, mas mesmo assim sinto vontade de acreditar neles para “entrar” no universo diegético proposto por esse seriado. Mas é possível levar mais adiante o princípio desta fórmula: assim, o conjunto dos canais midiáticos age de forma a apresentar os mundos fictícios dos seriados como sendo a contiguidade *de uma versão da realidade possível* para seu público. Se Mannoni nos permite compreender que, de maneira geral, as relações que se tecem entre os discursos midiáticos e os telespectadores remetem à crença, atualmente os canais de televisão e os produtores se inscrevem em uma tendência que disfarça esta crença em uma forma de saber útil e prático para os telespectadores. Resumindo, que a ficção não seja somente uma forma de entretenimento gratuito a fim de permitir ao seu público compreender o real. Os parceiros midiáticos constroem um tipo de instrumentalização cognitiva das ficções (pela programação, pelos *trailers*, etc.) que fazem que as diegeses fictícias possam também ser interpretadas pelos telespectadores nos termos de sua própria realidade vivida ou, mais frequentemente, *podendo ser* vivida. Estabelece-se então uma correspondência entre a realidade do telespectador e o mundo diegético e é exatamente nesta possibilidade que a coerência e a realidade do universo da ficção são avaliadas, permitindo à audiência aderir ou não aos postulados ficcionais. Desse modo, acontece que a ficção televisiva se torna então um reservatório de conhecimento para saber como agir, comportar-se no mundo. De fato, antes do seriado *House* poucas pessoas conheciam as doenças autoimunes. Doravante, os sintomas destas doenças raras não têm mais qualquer segredo para o grande público.

Desse modo, o mundo fictício televisivo parece contíguo à realidade vivida pelos telespectadores. Da mesma forma, *Plus belle la vie*, seriado francês, transmitido no canal France 3, constrói esta contiguidade pela incorporação em sua narrativa de indícios de atualidade, criando ecos entre a diegese e o mundo contemporâneo do telespectador. Assim, elementos do debate social e político próprios à sociedade francesa (homossexualidade, adultério, atentado, etc.) alimentam as peripécias dos personagens. A realidade visada pela ficção se aparenta então ao modelo, sem cessar renovado, da atualidade jornalística. Este parentesco entre a realidade dos telespectadores e o universo inventado é a condição de êxito da apropriação, que, conforme J-P. Esquenazi (2009, p. 118), condiciona ela própria a possibilidade de um julgamento de veracidade a respeito da ficção cujo propósito não pode, logicamente, nos ensinam os filósofos da linguagem, ser apreciado com critérios de verdadeiro ou falso.

Para resumir, em ficção televisiva, o interpretante “realidade” não somente existe, mas ele pode também tomar duas direções diferentes: a da universalidade (por exemplo, os sintomas médicos que aparecem em *House*), possibilitando, aliás, uma circulação internacional do seriado; e a de uma particularização factual (*fait divers*, atualidade social e política, etc.) que reforça o sentimento de pertencimento dos telespectadores a uma comunidade local.

A orientação do paradigma midiático televisivo suplanta, então, amplamente, as múltiplas lógicas genéricas dos programas: o telespectador talvez assista a um espetáculo de variedades, a uma revista eletrônica ou então a um seriado, mesmo assim ele assiste *também* à televisão. Diante de uma grade, o telespectador não pode rejeitar os valores generalistas específicos da televisão. Se é paradoxal pensar em captar a realidade como horizonte interpretativo para ficções ou entretenimentos, como avaliar o peso do paradigma midiático, da ideologia da “janela aberta para o mundo” quando se trata de informação?

Entre transparência e reflexividade: o que se torna informação na televisão?

É uma premissa básica: o discurso jornalístico tem como particularidade ter por objeto genérico a realidade. Os programas do gênero telejornalístico são definidos como um discurso factual tematizando acontecimentos do real. Mais precisamente, não é a realidade completa e complexa que é o centro de interesse dos jornalistas, mas a realidade enquanto concebida como atualidade. A atualidade, pois, é o modo de inteligibilidade da realidade criada pelos jornalistas.

Atualidade, tempo midiático e tempo do acontecimento

O que é esta redução do real à atualidade? Isto significa que o mundo visado pelos jornalistas é um mundo duplamente “temporalizado”: por um lado, um tempo do acontecimento que se desenrola conforme sua própria lógica interna, e, por outro lado, um tempo midiático correspondendo à gestão da informação pela mídia. Assim, a atualidade é o ponto de convergência destes dois regimes temporais. Orientação da atualidade, um acontecimento *novo* do ponto de vista de sua própria história (o aparecimento de um fato na realidade¹²) e *inédito* do ponto de vista da primeira ocorrência de sua difusão midiática (por exemplo, o espectador assiste a uma descrição do fato em um telejornal, e depois ao seu comentário na edição seguinte).

No entanto, a autonomia do tempo do acontecimento real não dura, ela é limitada pelo gerenciamento midiático. Mais exatamente, a independência do tempo do acontecimento é ilusória, pois ele só faz sentido durante sua narração pela televisão. Na verdade, o acontecimento só existe relatado pelas grades temporais da mídia. Assim, as diferentes edições do telejornal sequenciam – portanto, ordenam – os fatos reais no registro de uma partitura orquestrada pela grade de um

canal e organizam assim uma experiência de compreensão e de conhecimento da realidade para o espectador. Apreendendo a realidade como atualidade, não somente a televisão a inscreve *em* um tempo midiático *programado* (frequência da difusão midiática de uma reportagem, número de momentos de informação para um canal, etc.), mas brinca também *com* o tempo do acontecimento (encenando-o sob forma de narrativa).

Recentemente, os telespectadores franceses puderam apreciar a supremacia do *tempo* da informação sobre a do real. Em maio e junho passados, quando do caso “DSK”,¹³ em que o presidente francês do Fundo Monetário Internacional é acusado de ter estuprado uma faxineira em um hotel nova-iorquino onde ele residia, um início de polêmica surge após o tratamento midiático de sua prisão, realizado pelos canais de notícia 24 horas. Eles foram criticados por causa de uma apresentação repetitiva das mesmas imagens da chegada ao tribunal nova-iorquino do homem político francês à maneira de um *argumentum ad nauseam*, mesmo que o processo judiciário se arrastasse. A ausência de novos acontecimentos faz com que a frequência do discurso jornalístico então não seja mais motivada diretamente pela realidade, mas é submetida somente aos imperativos da difusão midiática. De fato, a lógica da informação – amplificada pelo fato de que se tratam de canais de notícia 24 horas – necessita de uma renovação de imagens conforme um ritmo que, neste caso, o tempo longo da realidade judiciária não pode satisfazer. Muitas vezes o tempo midiático é mais rápido que o tempo dos acontecimentos.

O discurso jornalístico não é só um discurso que pode ser qualificado, segundo John Searle (1982, p. 110-111), de “sério”, pois ele possui uma exigência de verdade ou, pelo menos, dá esta impressão. Para o jornalismo televisivo, o “fazer parecer verdadeiro” implica, então, a autenticidade da realidade. Se admitirmos, como Anne Beyaert-Geslin (2005), que “o autêntico é digno de fé pois nada se interpõe entre o enunciador e o objeto que temos sob os olhos, nenhuma

intencionalidade veio falsificá-lo” esta autenticidade pressupõe então a objetividade da mediação do real pela televisão. O efeito de objetividade aparece necessário para as notícias televisivas para reequilibrar a preeminência do tempo da informação, para não dizer do discurso midiático, sobre a realidade relatada. Pois, se o tempo midiático prevalece sobre a temporalidade real do acontecimento, então “o acontecimento não tem mais a realidade objetiva do que acontece, nem a realidade subjetiva do que é vivido, mas a realidade intersubjetiva do que é dito.” (FERRY apud LITS, 2008, p. 119). O paradoxo se deve ao fato de que o discurso de atualidade na televisão é certamente uma construção semiótica, mas disfarçada a fim de se apresentar aos telespectadores despojada de seus farrapos discursivos, de maneira que ela desapareça em benefício do objeto do discurso, aqui, a realidade. Este apagamento da qualidade discursiva contribui para a aparência “objetiva” das informações. Em si, a objetividade jornalística é ela própria ideológica, ao condicionar a crença dos telespectadores na sinceridade e no *immediatismo* da relação entre a mídia e o mundo real. Quimera para o jornalista, a objetividade é raramente alcançada, aliás, seria mais justo falar de processo de objetivação para os discursos jornalísticos. Uma das formas deste processo é a *transparência* dos conteúdos midiáticos.

A informação televisiva entre transparência e reflexividade. Análise de uma reportagem de France 2

Conforme as teorias clássicas do signo, dizer que um discurso é transparente significa que ele não passa de simples intermediário entre seu público e seus referentes reais. A enunciação midiática se dilui em proveito do que é mostrado. Ora, se a transparência é o modo discursivo privilegiado da reportagem televisiva, e consistente, ao mesmo tempo, com as práticas profissionais dos jornalistas e as crenças dos telespectadores a respeito desta mídia, como explicar que,

contra todas as expectativas, existam reportagens que não sejam totalmente dedicadas à mediação referencial? Convém então matizar o imperativo que faz da transparência o único regime de objetivação da realidade na televisão. Assim, ao mesmo tempo em que ela dá conta da realidade, uma reportagem pode também significar outra coisa: ela pode também expressar o seu próprio estatuto de discurso. Fala-se então de *reflexividade*.

O que é a reflexividade? Trata-se de um conceito de apreensão delicada, tamanha sua notoriedade em campos disciplinares tão distantes, como a psicologia, a literatura, as ciências da educação, a filosofia e sua concepção do sujeito, etc. De nossa parte, escolhemos uma definição da reflexividade proveniente da filosofia da linguagem. Assim, um discurso é reflexivo se seu objeto (referente) não é um objeto do mundo real ou fictício, mas consiste nele próprio, formando um ciclo “reflexivo”. A reflexividade é então uma interrupção da injunção semântica que quer discursos remetendo a um universo real (informação) ou fantasiado (ficção), forçosamente exteriores a eles próprios. É por isso que a reflexividade se assemelha à imagem do vapor úmido que vem cobrir a transparência de vidro da tela midiática traíndo a natureza discursiva da televisão. Mas, mesmo que reflexividade e transparência sejam regimes inversos de significação, a presença desta primeira nas reportagens que falam do real testemunha que elas podem funcionar simultaneamente e juntas: uma reportagem pode alcançar seu propósito referencial, significar a realidade, ao tempo em que reflete suas próprias capacidades semióticas.

Tomemos o exemplo de uma reportagem transmitida no dia 25 de agosto de 2010 em um telejornal exibido no canal público France 2, dedicada ao Caso Tarnac.¹⁴ Essa reportagem, de uma duração inabitual para uma transmissão em um telejornal (mais de 5 min. e 30 segundos), tem por objetivo mostrar que o inquérito judiciário que levou à prisão de Julien Coupat e de sua companheira como pretensos terroristas está eivado de erros e leva a inverossimilhanças.

Aqui, os jornalistas não apostam na neutralidade enunciativa, mas adotam o ponto de vista dos presumidos culpados, retomado pelos seus advogados, refutando a versão oficial dos fatos estabelecida pelo inquérito policial.¹⁵ Esta reportagem tem, assim, uma dupla finalidade em relação ao real: por um lado, mostrar que a versão da realidade registrada pela polícia e pela Justiça é falsa e, por outro lado, propor outra leitura dos fatos. Porém, a possibilidade de afastar-se das teses oficiais só é crível se a reportagem estabelece os fundamentos de uma *demonstração pela imagem* de sua tese.

O restabelecimento da verdade na ótica dos jornalistas (Julien Coupat não pôde ter organizado um atentado contra um trem TGV) não se organiza unicamente por meio de proposições declarativas e de um comentário verbal, mas a fim de conseguir a convicção dos telespectadores, fatos condenatórios para os policiais são apresentados como o resultado de um raciocínio de aparência lógica, apoiado por provas visuais. Como a finalidade da reportagem é estabelecer outra realidade e fazer surgir a verdade contrária às teses oficiais, o arcabouço desta reportagem não é somente descritivo, mas justificativo. Esta dinâmica argumentativa da reportagem é importante para compreender que mediação e representação podem coabitar no seio de uma mesma sequência discursiva. De fato, os jornalistas não adotam a descrição e o comentário factuais, mas se situam em uma lógica de atestação, na qual a imagem desempenha um papel fundamental de suporte de prova de seus discursos. E se as imagens operam como provas, pilares da demonstração jornalística estabelecida, elas não podem se apagar completamente diante do que elas mostram. As imagens não devem ser recebidas unicamente como transparentes e interpretadas de maneira transitiva a respeito de seus referentes mostrados. Ao contrário, ela deve se afirmar como material semiótico necessário à demonstração jornalística e ao estabelecimento da verdade. Em outras palavras, para ter êxito na sua demonstração, os jornalistas devem agir de tal forma que as imagens da reportagem não sejam interpretadas pelos

telespectadores ao mesmo tempo como mostrando a realidade (transparência) e a engrenagem argumentativa (reflexividade) do discurso. Ou seja, é preciso evitar que os enunciados das imagens canibalizem sua enunciação, como acontece muito nos discursos jornalísticos.

De fato, para convencer os telespectadores, os mecanismos argumentativos devem ser ostensivos: assim como devem ser vistos, também devem dar a ver os novos fatos. A estratégia jornalística faz com que a imagem, bem como o conjunto dos recursos languageiros do audiovisual, sejam completamente postos a serviço da nova representação dos acontecimentos. Pois, uma vez que os fatos sejam reproduzidos visualmente na reportagem, eles são objeto de atenção pelos telespectadores e se tornam de certa forma incontestáveis. A realidade mostrada pelos jornalistas aparece estabelecida e se impõe como verdadeira pelo simples fato de que ela é visualmente disponível para os telespectadores. Mostrar, na televisão, participa de uma demonstração, remetendo àquilo que Daniel Dayan (2006, p. 168) chama um “agir confirmativo”.

Ao mesmo tempo, se reafirma este princípio de base de uma leitura indicial da imagem que considera que mostrar é afirmar a existência do que é proposto. Assim, quando se trata de reconstituição, isso permite transformar o *provável factual* (tese jornalística) em *real*, uma retórica dos procedimentos de visibilidades é criada. É por isso que todos os procedimentos formais utilizados nessa reportagem colocam a questão do “fazer ver”, quer se trate das reconstituições dos percursos, quer da visualização dos deslocamentos dos culpados com a ajuda notadamente de mapas geográficos ou então da técnica utilizada, em numerosos momentos, que faz aparecer múltiplas janelas num fundo escuro, o que dá ao espectador uma impressão de ubiquidade a respeito da realidade assim visualizada.

Este gerenciamento entre o “ver” e o “mostrar a ver” é particularmente notável na escolha das reconstituições realizadas *ad hoc* pelos jornalistas para explicar a impossibilidade da ocorrência dos fatos re-

gistrados pelos policiais. De fato, não se trata somente de reconstruir fatos, mas de reconstruir possibilidades e impossibilidades do campo visual dos diferentes atores em campo, tanto policiais como presumidos culpados. Pela subjetivação de certos planos de câmera que são interpretados como aquilo que Coupat veria realmente durante seu deslocamento entre Paris e a ferrovia, por um lado, e o que deveriam ver os policiais, por outro lado, a reportagem constrói as imagens em olhares e em olhares credíveis.

A multiplicação das formas de visibilidades escolhidas não serve somente para expor a tese defendida pelos jornalistas, mas para demonstrá-la, fundamentá-la, eclipsando a precedente. Esta performatividade argumentativa da “mostração” televisiva participa da inteligibilidade das palavras jornalísticas.

No entanto, esta tem um limite muito grande. Pois, mostrar o que deveriam ver uns e outros (sejam Coupat e sua companheira, sejam os primeiros policiais chegando ao lugar) é um procedimento de ficionalização potente, que transforma as pessoas reais em personagens, uma vez que o espectador coloca-se no lugar deles assumindo o seu campo perceptivo. *A priori*, as imagens recebidas como olhar humano se opõem ao princípio da objetividade jornalística.

Os jogos formais dão assim uma espessura semiótica à reportagem, legitimando sua finalidade argumentativa: a exibição das técnicas de atestação, campo da reflexividade enunciativa, constrói uma credibilidade enunciativa para os resultados do inquérito jornalístico. Ao mostrar a demonstração operando-se, tanto como sua conclusão (Coupat não pode ser um terrorista), os jornalistas só podem convencer os espectadores, já que diferentemente do inquérito policial, o discurso de reabilitação dos jornalistas está sendo realizado sob os olhos dos telespectadores, tendo em conta o aspecto incoativo da linguagem audiovisual. Por um lado, temos um inquérito passado com conclusões errôneas – o dos policiais –, por outro lado, novas conclusões *em via de* construção pela reportagem jornalística e que são entregues simultane-

amente à sua enunciação aos telespectadores. Os jornalistas propõem portanto uma *demonstração em ato* da inocência de Coupat.

No entanto, podemos nos interrogar sobre os meios utilizados para fazer surgir a realidade, a saber, o uso de procedimentos de ficcionalização. Obviamente, não se deve confundir a ficção, enquanto conjunto de atos de linguagem levando à edificação de uma diegese autônoma cuja aparência pode ser mais ou menos distante de nosso mundo real, e seus procedimentos. De fato, esta reportagem não é uma ficção, mas adota alguns de seus caracteres entre os quais a subjetivação das imagens. Mas, paradoxalmente, essa reportagem contribui para o estabelecimento objetivo dos fatos pretensamente reais negligenciados antes pelos policiais em seu inquérito.

Um outro exemplo de reflexividade na reportagem questiona a ficcionalização como meio de representar o real.¹⁶ Trata-se da técnica do *split screen*, espécie de multi-enquadramentos internos a um plano que dá a possibilidade de mostrar lugares diferentes de maneira simultânea ou então o mesmo lugar, mas tomado sob ângulos diferentes. Esta técnica de multienquadramento cria as condições visuais de uma compreensão total do acontecimento, ao mesmo tempo sob suas variações temporais e espaciais. De fato, esta técnica provoca no telespectador um sentimento de ubiquidade, porém um sentimento que favorece mais os enunciadores da reportagem. Com efeito, isto constrói a impressão de que os jornalistas controlam completamente os fatos relatados e que sua versão da realidade só pode ser a única válida, desmontando a tese oficial. Diferentemente da subjetivação dos planos de câmera que ancoram as imagens, seja no olhar dos policiais, seja naquele de Julien Coupat, o *split screen* exhibe a reportagem como encenação formal. Pelo fato de ela se apresentar, esta técnica muito distante da gestão transparente da mediação televisiva é recebida como as marcas visíveis do trabalho dos jornalistas.

Reflexividade e ambiguidade interpretativa

No entanto, recorrer a esta escolha formal de apresentação dos fatos não deixa de ser ambíguo, pois ela possibilita pelo menos duas interpretações contrárias.

A primeira é que este *split screen* participa da atenção documentária por estar a serviço de uma melhor inteligibilidade dos fatos reais relatados. Esta “especularidade” (*spécularité*) formal favorecendo um melhor conhecimento dos acontecimentos reais é recebida como um auxiliar da interpretação referencial da reportagem. A reflexividade assim exibida está a serviço da credibilidade da narrativa jornalística global. Em outras palavras, a reflexividade é um elemento que não somente não perturba o fato de que a reportagem fala do real; ainda melhor, ela autentifica esta versão da verdade dos fatos.

Mas acontece que o objeto da reflexividade não é o próprio discurso, mas outros discursos distintos... no caso, aqui, uma ficção. De fato, o telespectador pode ler este *split screen* como um empréstimo¹⁷ formal feito a outro programa de televisão, um seriado americano, *24 horas*, que utiliza o mesmo procedimento para articular as sequências narrativas dentro de um episódio. Mesmo que este seriado não seja o único a utilizar de maneira sistemática este procedimento, este eco de uma ficção televisiva não é uma simples coincidência mimética. Esta leitura intertextual é reforçada por outra escolha formal: aquela de tornar visível a cronologia dos fatos, que não é então somente lembrada pela voz *over* da narrativa jornalística, mas aparece na imagem com a ajuda de menções escritas, de maneira similar ao gerenciamento da narrativa no seriado americano.

Esta reflexividade a partir de um empréstimo estilístico ficcional tem, por consequência, embora se trate de um efeito *induzido* da reportagem, não desejado pelos autores, de estabelecer uma homologia, uma comparação, entre uma investigação jornalística e a investigação de um personagem de ficção tão controvertido quanto Jack Bauer.

Aqui, esse efeito de leitura intertextual é bastante inconveniente para a credibilidade e a seriedade da reportagem jornalística. De fato, o que pensar de uma investigação jornalística que tenta reabilitar publicamente Julien Coupat como não sendo o terrorista descrito pelas autoridades policiais e judiciárias nacionais, ao convocar formalmente uma narrativa cujo herói, Jack Bauer, é bem conhecido por expulsá-los do território americano com força e violência... na ficção. Nesta perspectiva, será que os jornalistas não perdem sua credibilidade ao construir sua narrativa factual à maneira de uma ficção claramente identificada pelos telespectadores, mesmo se a reportagem não designa o seriado explicitamente?

Parece que os jornalistas não avaliaram o fato de que na televisão, a forma não é autônoma em relação ao fundo, a expressão em relação ao conteúdo; que na televisão, mesmo que mediação e transparência preparem a apresentação das notícias, estas não deixam de ser ainda discursos. Retomar, nem que seja para uma piscadela brincalhona e desinteressada, a encenação das etapas narrativas de um seriado como *24 horas* questiona forçosamente a legitimidade de sua própria investigação e, portanto, fissura a consistência de suas palavras. Aliás, é uma questão que coloca o *infotainment* de maneira mais geral: será que é possível falar de fatos sérios e graves com a ajuda de uma forma ficcional, implicando indiretamente uma tonalidade divertida?

Esta reportagem testemunha que a leitura reflexiva é sempre ambígua: por vezes, ela pode reforçar positivamente o teor de certas palavras quando o discurso remete a si próprio, mas, às vezes, ela pode sabotá-lo também, em especial nos casos reflexivos de intertextualidade, em que o discurso jornalístico não reflete a si mesmo, mas remete a outros discursos exteriores que não compartilham sua mesma natureza. Neste caso, a interpretação reflexiva não pode negligenciar o estatuto genérico dos modelos “emprestados”, ou seja, o estatuto dos objetos assim refletidos. O que pensar de uma reportagem jornalística de finalidade demonstrativa que adota uma forma que tem

a aparência de uma encenação ficcional? A intertextualidade como prática reflexiva participa do embaralhamento entre ficção e realidade na televisão.

Nesta reportagem coabitam então graus diferentes de reflexividade: uma reflexividade que faz com que a reportagem se reflita, ela própria, como discurso portador de uma tese, o que lhe permite não ceder às sereias da ilusão naturalista da transparência, e uma reflexividade que liga a reportagem a outros discursos. Por um lado, trata-se de uma reflexividade *intransitiva* (aquela do discurso a ele próprio, uma espécie de autorreflexividade assumida); de outro lado, uma reflexividade *transitiva*, construída pela intertextualidade da reportagem que tem por objeto, em nosso caso, uma ficção televisiva, estranha, inicialmente, ao projeto referencial dos jornalistas. A mediação, a transparência, mesmo se são os mais frequentes, não são os únicos regimes de simbolização da realidade na televisão. A reflexividade participa também disso, mas seu êxito interpretativo é mais aleatório que a transparência. Ela nunca é garantida na televisão devido, por um lado, à onipotência hegemônica da realidade como interpretante, situando as imagens mais do lado do mundo que do lado do discurso, e, por outro lado, em razão da qualidade pouco focalizada da natureza *assertiva* da imagem animada e sonora, tornada assim menos precisa que o verbal.

A realidade funciona como um metainterpretante para todos os gêneros de programas que coabitam o fluxo televisivo. Todavia, há programas em que o real é o único objeto de investimento referencial: as notícias e outras revistas de atualidade. Nestes programas, a realidade é triplamente investida pela promessa genérica ou ontológica (uma reportagem), depois pela promessa pragmática e, diríamos, pela *promessa midiática* do paradigma televisivo que pode ser resumido com a ajuda da fórmula seguinte: o que se vê na televisão é a realidade.

Por conseguinte, esta preeminência complexa do interpretante “realidade” para os programas televisivos faz com que a reflexividade

televisiva, se ela é possível, seja pouco frequente. E quando ela é efetiva, sua interpretação, que desnuda a verdadeira qualidade enunciativa dos programas, nem sempre serve aos interesses dos discursos nos quais ela se apresenta: ela pode mesmo ser discrepante com a intenção inicial. Como vimos com nossa reportagem, nos discursos referenciais, é melhor que a forma discursiva (transparente ou reflexiva) se dobre às promessas genéricas e pragmáticas a fim de limitar os efeitos de leitura não previstos.

NOTAS

- ¹ Este artigo foi elaborado no âmbito do programa *Qu'est-ce que la création télévisuelle?* [O que é a criação televisiva?], apoiado pela Agence Nationale de la Recherche (n° ANR-08-CREA-027).
- ² Além do estudo dos programas, não devem ser negligenciadas as abordagens pioneiras que são as orientações históricas, econômicas e culturais. Aqui, nosso objetivo não é de identificar orientações historicamente múltiplas que constituem o estudo científico da televisão, mas de insistir no fato de que a análise dos programas como discurso foi dominada durante muito tempo pelo paradigma cinematográfico.
- ³ Para ser bem completo neste esclarecimento epistemológico dos estudos sobre a televisão, deve-se notar que ele se aplica apenas à análise de programas como produções semióticas que, como tal, têm lugar no campo institucional francês da ciência da informação e comunicação. No entanto, os programas de televisão também foram estudados – e eles ainda são estudados em outras abordagens disciplinares, como a história cultural, a sociologia, a filosofia, que mobilizam outros instrumentos metodológicos e levam para outra narrativa “histórica” de seu desenvolvimento. Outro ponto importante, a expansão dos estudos acadêmicos de televisão na França, não acontece da mesma forma em todos os países.
- ⁴ Para compreender a evolução e a definição do campo do *infotainment* ver GOMES, 2008.
- ⁵ Para François Jost (1997), “[...] todo documento é, em si mesmo, promessa de uma relação com um mundo cujo modo ou grau de existência condiciona a adesão ou a participação do espectador
- ⁶ Para mais detalhes, ver JOST, 2005.
- ⁷ O cinema nem sempre teve esta posição a respeito do real. Assim, André Bazin, nos anos 1950, condena a montagem cinematográfica por causa de trapaça. Ora,

o cinema, segundo Bazin, deve prestar “homenagem ao mundo como parece” sem comprometer sua integridade (BAZIN, 1960).

- ⁸ Na França, no fim dos anos 1940 e no início dos anos 1950, a questão do estatuto artístico da televisão foi objeto de numerosos debates públicos. Ver CHAMBAT-HOUILLO, 2011.
- ⁹ Nota do editor: no Brasil, utilizamos mais comumente a nomenclatura *reality-show*, para classificar programas como o Big Brother, por exemplo, enquanto que na França a nomenclatura mais adotada é *télérealité*. A adoção de uma nomenclatura ou outra não se faz por acaso: num caso, acentua-se a característica de show, de espetáculo; no outro, a ênfase é na realidade.
- ¹⁰ *Dans la tête d'un tueur* [Na mente de um assassino] é a história de Francis Heaulme, assassino em série. Transmitido em 10 de março de 2005 na TF1, este telefilme teve uma audiência excelente, alcançando mais de 42 % dos telespectadores. O filme de Claude-Michel Rome conta a caça ao assassino em série Francis Heaulme: Thierry Frémont no papel do assassino e Bernard Giraudeau no do delegado Jean-François Abgrall.
- Marie Besnard, l'empoisonneuse* [Marie Besnard, a envenenadora] é um telefilme transmitido pela TF1, em duas partes, em setembro de 2006. Ele retoma um caso verídico, de Marie Besnard, suspeita de ter assassinado, por envenenamento, 12 pessoas, entre elas seu próprio marido, no final dos anos 40 do século XX. O telefilme foi escrito por Daniel Riche e Olga Vincent e dirigido por Christian Faure, com os atores Muriel Robin, Mélanie Bernier, Jean-Yves Chatelais, Mado Maurin.
- ¹¹ *Clefs pour l'Imaginaire ou l'Autre Scène*, Octave Mannoni, Le Seuil, 1969.
- ¹² Conforme o pensamento de Peirce, para quem um acontecimento *real* é uma “junção de fatos impossíveis [...]”, o modo de ser de uma coisa individual consistindo em impor-se em um lugar no mundo”. (1.492). *Ecrits sur le signe*, éditions du Seuil, Paris, 1978. Grifo nosso.
- ¹³ Dominique Strauss Kahn.
- ¹⁴ Autores da reportagem: Feuerstein Lionel, Jacques Arnaud, Gallet Nathalie. (<<http://info-Francetélévision.fr>>. Acesso em: 25 ago. 2010)
- ¹⁵ Em 2010 e 2011, numerosos artigos da imprensa escrita (*Nouvel Observateur*, *Libération*, *Les Inrocks*, etc.) vão insistir no caráter de improvisação do inquérito policial que faz abusivamente de Julien Coupat e de sua companheira os culpados.
- ¹⁶ Lembremos que não assimilamos reflexividade e ficção. No caso desta reportagem, a prática reflexiva do empréstimo tem por objeto uma ficção, mas também é possível citar discursos factuais.

- ¹⁷ O reconhecimento de um empréstimo em um programa de televisão, pelos telespectadores, participa da sua dimensão reflexiva.

REFERÊNCIAS

- BAZIN, Andre. *Qu'est-ce que le cinéma?* Paris: Editions Cerf, 1960.
- BEYAERT-GESLIN, Anne. *Introduction: une vérité provisoire*. Nouveaux Actes Sémiotiques [on line]. Actes de colloques, 2005, La vérité des images. Disponível em: <<http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=1909>> Acesso em: 03 ago. 2011.
- CHAMBAT-HOUILLON, Marie France. L'avènement de la télévision. La critique télévisuelle entre 1950 et 1955. _____. *Télévision: le moment expérimental*. Rennes: Editions Apogée, 2011.
- DAYAN, Daniel. *La terreur spectacle, Quand montrer, c'est faire*, Paris, Ina-De boeck, 2006.
- ESQUENAZI, Jean-Pierre *La vérité de la fiction*. Paris: Hermès-Lavoisier, 2009.
- FERRY, Jean-Marc. *Les Puissances de l'expérience*, Paris: Édition du cerf, 1991,
- LITS, Marc. *Du récit au récit médiatique*, Paris: Édition De Boeck, 2008. p. 119.
- JOST, François La promesse des genres. *Réseaux*, n. 81, p. 11-31. 1997,
- JOST, François. *Comprendre la télévision*. Paris: Armand Colin, 2005.
- METZ, Christian. *Langage et cinema*. Paris: Editions Albatros, 1997.
- GOMES, Itania Maria Mota. O embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento e a consideração do jornalismo como processo cultural e histórico. In: BASTOS, Elizabeth Duarte; CASTRO, Maria Lília Dias de (Org.) *Em torno das mídias*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.
- SEARLE, John. *Sens et expression*. Paris: Éditions de Minuit, 1982.

Tramas discursivas: apontamentos para a análise dos efeitos de sentido no telejornalismo brasileiro

Kleber Mendonça

Introdução

O presente trabalho parte das dificuldades analíticas encontradas no desenvolvimento de reflexões anteriores e na pesquisa atual do autor para propor alguns elementos dedicados ao entendimento dos múltiplos processos de produção de sentidos no telejornalismo. O objetivo é sugerir aspectos que possam colaborar para amplificar as análises deste objeto tão complexo quanto estratégico.

Defende-se, aqui, que, para dar conta do máximo de possibilidades significantes no processo de produção de sentido, é preciso levar em conta a multiplicidade de aspectos que compõem as estratégias enunciativas, políticas e interacionais do discurso telejornalístico. Mapear os diferentes modos de funcionamento dos elementos que constroem a *trama discursiva* talvez possa ser um ponto de partida para esta empreitada analítica.

Desse modo, indicamos alguns Planos de Análise que permitem aos analistas perceber os aspectos constituintes das produções dos discursos telejornalísticos. Seriam eles os planos: da *(pré)Produção*; da *Recepção*; das *Interações Discursivas*; da *Trama Discursiva*; dos *Efeitos de Sentidos*; e da *Autoridade Discursiva*.

O incômodo metodológico diante da materialidade específica dos conteúdos informativos em meios televisuais foi despertado, no autor deste trabalho, ao desenvolver uma análise dos processos de produção de sentido do programa *Linha Direta*, da TV Globo. (MENDONÇA, 2002) Embora propondo um formato híbrido (entre jornalismo e teledramaturgia), a atração permitia evidenciar os múltiplos elementos disponíveis – a jornalistas e a diretores de novela – para o estabelecimento dos repertórios enunciativos (e informativos).

Às soluções metodológicas propostas naquele trabalho – ancoradas nas possibilidades de interface entre as perspectivas teóricas da Análise do Discurso, da Criminologia Crítica, dos Estudos do Jornalismo, dos Estudos Culturais e da Filosofia Política – buscamos acrescentar, neste momento, ainda outros aportes teóricos. Com isso, estabelece-se aqui a tentativa da construção de uma metodologia de análise do discurso telejornalístico que possa contribuir para jogar luz às questões propostas na pesquisa atual.

Neste momento, a investigação iniciada em 2010, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM/UFF), pretende elaborar uma *cartografia discursiva da violência no telejornalismo fluminense*. Para isso, analisaremos o programa *RJTV*, da Rede Globo, em relação aos conflitos sociais no Rio de Janeiro no período atual, em que várias intervenções nas favelas da cidade são postas em funcionamento.

A principal questão a ser aprofundada aqui é perceber em que medida (e de que formas) a instância telejornalística será acionada “discursivamente” para participar, de modo ativo, dos projetos de intervenção e (re)urbanização em curso na cidade. Diante desta constatação, buscamos, mais adiante, estabelecer uma cartografia das relações entre discurso, territorialidade e poder no telejornalismo contemporâneo.

Em trabalhos anteriores, iniciamos tal análise ao mapearmos a relação entre discursos jornalísticos sobre a cidade e a percepção da

violência nestes espaços por seus habitantes (MENDONÇA, 2010a) e os modos pelos quais as ações governamentais de intervenção nas favelas do Rio de Janeiro – como a expulsão do tráfico, a instalação de Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) e as obras do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) – e a instância jornalística aparentam propor múltiplas visões sobre as comunidades que passarão a fazer parte das negociações simbólicas a partir das quais os habitantes construirão seus percursos e apropriações territoriais. (MENDONÇA, 2010b)

Do ponto de vista metodológico, pretende-se, também, complexificar aqui alguns aspectos do que chamamos, anteriormente, de “inversão do olhar analítico”. Ao defendermos, então, ser possível pensar as estratégias de visibilidade midiática de atores contestadores como sendo também *produtoras* dos textos e discursos informativos, tentamos demonstrar de que forma os gestos de ruína das ações contestadoras eram, também, uma ruína da transparência da linguagem jornalística. (MENDONÇA, 2010c)

Ao sugerirmos, então, o conceito de *ruína discursiva* para descrever esta ambígua capacidade das “fontes contestadoras” – como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) – de inverter os sentidos inicialmente propostos por jornalistas, o que de fato fazemos é focar o debate dos estudos da comunicação em uma perspectiva teórico-metodológica que pense o fenômeno como produto do embate entre interlocutores. Em outras palavras, buscamos entender a comunicação como um complexo processo de produção de efeitos de sentido entre falantes, constantemente em interação (por sua vez, sempre conflituosa e dialógica).

Diante das características deste objeto, desdobramos, neste trabalho, a necessidade do analista que pretenda dimensionar as especificidades do discurso telejornalístico brasileiro de levar em conta uma série de aspectos, denominados aqui como Planos de Análise. A título metodológico, partimos do debate específico de nossa

pesquisa para aprofundarmos os aspectos daqueles que consideramos os planos principais, de modo a explorarmos algumas de suas principais características. Em linhas gerais, defendemos aqui a necessidade de dimensionar as especificidades do telejornalismo brasileiro de modo a levarmos em conta a complexa relação entre estes múltiplos planos discursivos de análise.

A materialidade específica do Discurso Telejornalístico

A título de mapeamento inicial, podemos indicar seis redes complexas de relações a partir das quais o analista de discurso poderia mapear as especificidades dos elementos que compõem a trama discursiva telejornalística. São elas:

- a. Plano da (pré)Produção;
- b. Plano da Recepção;
- c. Plano das Interações Discursivas;
- d. Plano da Trama Discursiva;
- e. Plano dos Efeitos de Sentidos Pretendidos;
- f. Plano da Autoridade Discursiva.

Cabe termos em mente, no entanto, que tais eixos de análise não pretendem exaurir as possibilidades analíticas de um objeto tão rico e múltiplo quanto as questões que podem ser despertadas pelo fenômeno do telejornalismo. Sobretudo se considerarmos o papel estratégico que tal instância desempenha na sociedade brasileira dos dias de hoje. Tais planos de análise pretendem ser um apontamento de subsídio ao analista que deverá, ainda assim, estabelecer premissas, recortes, olhares metodológicos e percepções a serem construídas a partir da observação mesma do *corpus* escolhido, bem como de suas questões específicas.

Em outras palavras, reitera-se a necessidade de termos em mente que o esboço analítico-metodológico traçado aqui não pretende esgotar as possibilidades de reflexão acerca do telejornalismo. Sabemos, inclusive, que cada objeto de pesquisa irá demandar mecanismos de análise que possam dar conta da complexidade envolvida nas questões a serem investigadas a cada momento. Os planos de análise discursiva servem, no entanto, como uma tentativa de ordenar alguns dos aspectos principais que, em maior ou menor grau, podem estar presentes nas tentativas de dimensionar as especificidades do discurso telejornalístico de um modo geral.

Os Planos de (pré)Produção e de Recepção

As condições de produção e as múltiplas apropriações de sentido no plano da recepção são dimensões fundamentais para o entendimento da complexidade do telejornalismo no contemporâneo. Defende-se aqui que não será possível dar conta deste tipo de produção se não considerarmos o entendimento de discurso como efeito de sentido entre interlocutores. (ORLANDI, 2009) Desta forma, são aspectos essenciais da pesquisa em telejornalismo o mapeamento dos múltiplos elementos da produção dos conteúdos a serem veiculados nos diferentes programas. Situam-se aí o mapeamento das rotinas profissionais, das relações patrão-empregado, das escolhas éticas e das demais etapas que compõem o processo de produção da notícia, da definição da pauta ao estabelecimento das coberturas dos acontecimentos a serem reportados.

De modo análogo, compartilhamos da premissa de Martín-Barbero (2004) de que, ao entendermos a comunicação como um processo a partir do qual as mediações culturais moldam as trocas, os conflitos e as apropriações simbólicas, é necessário ter em conta a circularidade do circuito comunicacional para uma dimensão mais precisa do fenômeno como um todo.

É nesse sentido que se situa a importância da análise do *plano da recepção*, para dar conta dos aspectos que ultrapassam em muito apenas os meros dados estatísticos a respeito dos estratos de audiência em relação a programas específicos. Cabe ao pesquisador, ao situar-se neste plano de análise, tentar mapear os múltiplos processos de apropriação, discursiva e cultural, dos conteúdos por parte dos telespectadores, bem como apontar, inclusive na materialidade mesma da emissão, os traços de negociação, recusa, ambiguidade e mediação exercidos pelo complexo encontro entre os dois polos que, a partir destes embates, constituirão o conjunto discursivo a ser analisado nas pesquisas. Tal esforço analítico remete à necessidade de aprofundarmos, em um plano de análise específico, algumas características relacionadas à interação intersubjetiva como aspecto constituidor dos discursos, em geral, e no telejornalismo, em particular.

O Plano das Interações Discursivas

Pensar a comunicação a partir de uma perspectiva que considere os interlocutores como participantes, em coautoria, de um processo complexo – ainda assim desigual e impregnado de dominações, recusas e convencimentos – é tratar o fenômeno de modo discursivo. Isto é: para além de arquiteturas estáticas que “congelariam” o fenômeno em polos opostos e estanques de *emissão* e *recepção*. A preocupação em aprofundar o caráter inerentemente dialógico da palavra já aparecia no cerne da obra de Bakhtin. O foco na capacidade de “antecipação” de todo falante – seja na elaboração do enunciando, como na forma de sua enunciação – pode ser percebido no trabalho do autor desde o esboço de sua teoria dos gêneros. Em suas palavras:

O enunciado daquele a quem respondo (com o qual concordo, ao qual faço objeção, o qual executo, levo em conta etc.) já está presente [...]. Ao construir o meu enunciado, procuro defini-lo de maneira ativa; por outro lado, procuro antecipá-lo, e essa

resposta antecipável exerce, por sua vez, uma ativa influência sobre o meu enunciado. (BAKHTIN, 2003, p. 302)

Orlandi observa que a capacidade do sujeito falante de se colocar no lugar em que o seu interlocutor “ouve” suas palavras é inerente ao caráter relacional do processo de argumentação em busca de efeitos de sentido. Além disso, perceber tal característica é tomar a comunicação menos como uma “comunhão” e mais como fruto de relações de poder, conflitos, convencimentos e tentativas de sujeição e dominação. Tanto é assim que o falante ajusta

seu dizer a seus objetivos políticos, trabalhando esse jogo de imagens. Como em um jogo de xadrez, é melhor orador aquele que consegue antecipar o maior número de ‘jogadas’, ou seja, aquele que mobiliza melhor o jogo de imagens na constituição dos sujeitos [...], esperando-os onde eles estão, com as palavras que eles ‘querem’ (ou gostariam de, deveriam) ouvir. (ORLANDI, 2009, p. 41-42)

No caso da análise dos discursos propostos/produzidos/impostos pelos/nos veículos de comunicação em seus telejornais, é preciso levar em conta este caráter (político) relacional e contraditório. As propostas de interação discursiva, em produções jornalísticas audiovisuais, se materializam a partir de níveis distintos e envolvendo sujeitos diferentes.

Há, por um lado, uma série de estratégias de interação discursiva que envolve a negociação de sentidos entre o veículo enunciador e os múltiplos estratos da audiência. Neste aspecto de interação, situamos a relação entre as estratégias de construção de efeitos de sentidos desejáveis pela emissora em relação à “telespectadores ideais”, a quem os discursos seriam, preferencialmente, direcionados. As relações de contrato de leitura e de negociação de expectativas ganham evidência ao destacarmos tais elementos do processo.

Um segundo nível de interação discursiva deve ser levado em conta, por sua vez, pelo analista. Trata-se da tensão entre as expectativas

dos jornalistas em relação ao que desejam que suas fontes façam (ou falem) e as tentativas destas mesmas fontes de, a partir de artimanhas, táticas ou linhas de fuga criativas, produzir subjetividades outras através da visibilidade momentaneamente conquistada.

No caso específico do objeto de nossa pesquisa, vemos esta tensão ao tomarmos como exemplo analítico um dos momentos emblemáticos das ações do Estado em “áreas perigosas” do Rio de Janeiro: a ocupação e a tomada do Complexo do Alemão, em novembro de 2010.

Naquele momento, o que se viu nas coberturas telejornalísticas dos primeiros dias do evento já evidenciava de que forma o “povo fala” seria utilizado: prioritariamente, como índice de tranquilização (diante dos riscos de arbitrariedade e excesso de violência), de comemoração (pelo “sucesso” da operação) e, por conseguinte, como instrumento de silenciamento (das vozes-outras que poderiam relativizar tais “sucesso” e “tranquilidade”).

Cabe, no entanto, reduzir o potencial “maniqueísta” desta descrição. Se pelo lado das estratégias discursivas das emissoras que cobriam, em tempo real, o acontecimento havia a necessidade da presença das vozes da comunidade como fontes, do lado dos múltiplos atores da comunidade percebíamos, por sua vez, o desejo de participar ativamente dos acontecimentos e de tentar controlá-los ou guiá-los.

Temos, portanto, uma interação ambígua e complexa entre a instância jornalística e as “fontes comunitárias” potenciais. O misto de acatamento e antecipação faz parte do jogo discursivo ao qual alguns moradores se submeteram (em maior ou menor grau). Se pudermos nos apropriar da distinção entre *estratégias* e *táticas*, proposta por Certeau (1994), o amálgama de entrega e resistência, presente nesta relação, ficará ainda mais claro. Para o autor, a estratégia seria

o cálculo (ou a manipulação) das relações de força que se torna possível a partir do momento em que um sujeito do querer e poder (uma empresa, um exército, uma cidade, uma instituição científica) pode ser isolado [...] como *algo próprio* e ser a base de

onde se podem gerir as relações com *uma exterioridade* de alvos ou ameaças. (CERTEAU, 1994, p. 99)

A tática, por sua vez, pode ser definida como

a ação calculada que é determinada pela ausência do próprio. Então nenhuma delimitação de fora lhe oferece a condição de autonomia. A tática não tem por lugar senão o do outro. E por isso deve jogar com o terreno que lhe é imposto tal como o organiza a lei de uma força estranha. (CERTEAU, 1994, p. 100)

Em resumo, à *estratégia* discursiva da interpretação “única” dos acontecimentos, pela instância jornalística, a *tática* da comunidade foi responder – graças à capacidade (dialógica) de antecipação – com declarações reconhecíveis como “dnoticiáveis” e que (esperava-se) atenderiam à demanda solicitada.

Estamos diante, portanto, da necessidade de levarmos em conta, nas nossas análises, os diferentes modos dos sujeitos se inserirem nos discursos – e nos embates pela produção de consensos e de “verdades” – a partir das “armas discursivas” (ou táticas) que têm em mãos. Por ser o dialogismo a matéria de que é feita toda a palavra (BAKHTIN, 2003), o jogo complexo das interações discursivas pode ser travado pelos diferentes sujeitos (interlocutores) em seus múltiplos e constantes gestos de antecipações, recusas, acatamentos e imposições.

Um exemplo do entendimento tácito entre a adesão “espontânea” da comunidade e a imprensa no processo de construção das reportagens sobre os conflitos no Rio de Janeiro pode ser visto no encerramento da edição do *Jornal Nacional* da Rede Globo de 27/11/2010. No dia seguinte à ocupação da Vila Cruzeiro e a poucas horas do momento da invasão do Complexo do Alemão, a repórter Lília Teles encerra sua participação ao vivo, naquele sábado (direto da entrada da comunidade e no escuro, para evitar serem surpreendidos pelos traficantes), com uma mostra de como os moradores tentam conferir normalidade às suas vidas:

Apesar de tudo isso, a população vai tentando levar uma vida normal. A gente agora há pouco encontrou uma família inteira indo para uma festa de aniversário de quinze anos. A aniversariante, usando um vestido branco, levava um bolo: um contraste com este cenário de guerra.¹

A cena bucólica, encerrando a participação da repórter, não foi escolhida ao acaso. Na volta ao estúdio, a apresentadora Carla Vilhena, visivelmente emocionada, lê a última notícia do dia: um recado de uma moradora anônima para a Polícia. Segue a transcrição do texto lido pela apresentadora:

E a gente encerra essa edição do *Jornal Nacional* com as palavras de uma moradora da Vila Cruzeiro. Uma das milhares de pessoas que transitam entre tiros pelas ruas do Complexo do Alemão. Durante o dia, ela se aproximou de uma das nossas equipes. Ela não se apresentou. Ela apenas entregou essa caixinha de fósforos.

[A apresentadora mostra uma caixinha ao telespectador]

Dentro, escrita a mão,

[A apresentadora abre a caixinha e retira de lá um papel]

uma cartinha.

[Emocionada, Vilhena abre o bilhete]

Ela diz assim:

[Ouvimos o barulho do papel, enquanto a imagem corta para uma foto do bilhete]

‘Aos Governantes e toda força militar, nossos Guerreiros! Nossos heróis que vieram nos libertar, obrigada’. E continua: ‘Hoje é dia de Nossa Senhora das Graças. Liberdade, Liberdade, abre as asas sobre todos nós dessa nação abençoada por Deus!’. Essa moradora anônima assina em nome do lugar a que pertence: ‘a comunidade da Vila Cruzeiro, 27/11/2010’.

[A imagem corta para o apresentador William Waack, que explica e conclui]

‘Liberdade, abre as asas sobre nós’, esse trecho da carta ficou famoso como parte de uma letra de um samba da Imperatriz Leopoldinense e está também na letra do hino da proclamação da República. E essa palavra ‘liberdade’, usada pela moradora, é mesmo a ideia a qual a gente chega ao ver o Estado recuperando, de bandidos, áreas ocupadas.

Percebe-se na mensagem lida a combinação dialógica perfeita entre acatamento (do ponto de vista do outro na construção da mensagem), antecipação (na escolha dos elementos que, sabemos de antemão, irão agradar o interlocutor) e intertextualidade (ao costurar, em sua fala, elementos de outras vozes, anteriores e memoravelmente mais autorizadas do que a da anônima moradora).

O bilhete emociona a apresentadora por reunir, em suas poucas linhas, todos os valores (conservadores, é claro) defendidos pela emissora em sua cobertura até aquele momento. São exaltados:

- a. A Religião – na lembrança de Nossa Senhora das Graças e no apelo a Deus;
- b. A cultura popular – no apelo ao carnaval, pelo fragmento de samba-enredo, e à MPB, soando os vestígios do samba patriótico de Jorge Ben em seu país tropical “abençoado por Deus”;
- c. O amor à pátria – na referência ao hino da independência, à liberdade e à exaltação aos militares heróis-guerreiros.

Além disso, esconder o bilhete num material caseiro cotidiano (quase humilde) e passá-lo em sigilo para a repórter guarda ainda outro simbolismo: o da “voz do morro” reconhecer a instância jornalística como seu verdadeiro aliado. E essa confiança será paga com a mesma moeda simbólica: à apresentadora do telejornal cabe emo-

cionar-se e, com voz embargada, comemorar a “retomada” daquela região pelas “forças heroicas” dos soldados.

Tal exemplo do aparato discursivo telejornalístico remete, ainda, a outros dois planos que devem, igualmente, ser levados em consideração pelo analista em sua tentativa de contemplar ao máximo a materialidade específica deste tipo de enunciação midiática.

Os Planos da Trama Discursiva e dos Efeitos de Sentidos

Será justamente na combinação destes dois planos de análise que as especificidades do discurso telejornalístico serão ainda mais evidenciadas. Só a partir da constatação dos elementos que compõem a costura da trama narrativo-discursiva – postos em tensão e em combinação a partir de suas diferentes características – é que será possível determinar o conjunto das evidências necessárias para se obter os efeitos de verdade, credibilidade e autoridade discursiva do telejornal.

Talvez o elemento que mais salte aos olhos como constituidor da materialidade discursiva específica do discurso telejornalístico seja o uso da imagem como instância produtora de sentidos. Nesse sentido, será necessário investigarmos de que forma a possibilidade de produção de imagens pode ser usada, discursivamente, para legitimar ou recusar as perspectivas apresentadas.

Outro aspecto a ser considerando será a tensão entre as potências significantes das imagens e o papel de âncora de sentidos exercido pela instância verbal. Em muitos produtos midiáticos é clara a relação paradoxal entre as potências significantes da imagem e os direcionamentos de sentido desempenhados pelo verbal (ao narrarmos, pelo *off*, o que está sendo mostrado ao telespectador, por exemplo).

Nesse sentido, é preciso explorar o espaço tão fértil quanto pouco ocupado no âmbito da discussão da imagem como discurso, de modo a não nos atermos apenas à discussão que tenta abarcar o processo de constituição da imagem pelo viés do signo ou ícone. Defendemos

aqui a aproximação entre a questão discursiva e os modos de significação da imagem como gesto analítico capaz de dar conta das questões da imagem a ponto de deslocarmos o entendimento da imagem de seu vínculo com o campo linguístico e a instância verbal.

Em outras palavras, para nos atermos às especificidades do discurso telejornalístico será preciso entender a imagem como discurso e apropriar-se dela pelo que lhe é inerente – o plano não verbal. Somente assim poderemos evidenciar que, embora a imagem possa falar mais do que mil palavras, ela, ainda assim, produzirá sentidos de uma maneira diferente do que os planos verbais. A tentativa de “traduzir” a imagem em palavras acaba por reduzir seu caráter significativo. A chave para fugir deste problema é a constatação de que é a visibilidade que permite a existência, a forma material da imagem e não a sua correlação com o verbal. (SOUZA, 2000) Portanto, a imagem como linguagem não só informa ou comunica, mas se constitui em texto, em discurso. Daí que falar de modos de significação implica falar também do trabalho de interpretação da imagem, procurando entender tanto como ela se constitui em discurso, quanto como ela vem sendo utilizada para sustentar discursos produzidos com textos verbais. (SOUZA, 2001)

É sob esta ótica que defendemos aqui como a instância telejornalística utiliza a imagem – cuja natureza é polissêmica, conforme nos lembra Barthes (1990) – para construir efeitos de realidade. Os sentidos pretendidos por qualquer discurso, no entanto, sempre podem ser outros, fato que pressupõe, portanto, diferentes graus de polissemia no gesto de atribuição de sentidos.

Mais do que o fato de ser polissêmica, o que caracteriza, então, a imagem é sua incompletude, diante da qual o sujeito é chamado a dar sentidos. Assim, é comum nos depararmos com tentativas de analisar as imagens a partir de interpretações que acabam caindo no equívoco de se fundar no pressuposto de sua transparência.

A partir deste deslize é que temos duas formas comuns de tratamento analítico da imagem: através de um processo de determinação, fundado na transparência da imagem, que faz com que a imagem só diga o que o “analista” quer ver, ou, em outro plano, temos os “especialistas” da imagem com seu jargão técnico – tão presente nos críticos de artes plásticas –, que defendem a ideia de que apenas os “iniciados” são capazes de perceber o que um determinado quadro “significa de fato”.

Ao pensar a imagem em seu potencial de linguagem no âmbito dos meios de comunicação, no entanto, nenhum destes dois caminhos será o adequado. Ao interpretarmos pela visibilidade que lhe é própria – e não pela palavra –, temos como resultado a produção de outras imagens (outros textos) pelo espectador a partir de seu caráter de incompletude.

Como desdobramento destas percepções acerca do caráter não verbal da imagem, como elemento constituinte do discurso telejornalístico, podemos realçar ainda outras instâncias que, em geral, tendem a receber menos atenção do que os conteúdos textuais/informativos, também elementos importantes na construção da trama discursiva.

Situam-se nesta classificação os *recursos de edição e de montagem* (tão importantes para as costuras dos conteúdos veiculados), as *sonoridades* (ruídos, efeitos sonoros, trilha musical), os *direcionamentos do olhar* (closes, enquadramentos, movimentos de câmera), a *presença em cena* e a *vestimenta* dos repórteres, além dos *gestos de silenciamento* e as *políticas de silêncio* constituintes de todo dizer.

Ao desenvolver seu estudo sobre as formas do silêncio, Orlandi (1992) produz um deslocamento em relação à fronteira entre o dito e o não dito a partir da constatação de que o silêncio não fala: significa. Se toda palavra é capaz de poesia, todo sentido é capaz de silêncio. Orlandi explica que, no gesto mesmo de falar sempre temos que produzir o efeito de afastamento dos sentidos não desejados. Assim, para

a compreensão de um discurso devemos perguntar sistematicamente o que ele “cala”.

Neste movimento de inclusão do silêncio no processo significativo, Orlandi critica o gesto redutor de outras disciplinas que promovem o que define como “absolutização da linguagem verbal” como central nos processos de significação, relegando o silêncio à ausência de sentido ou à subordinação do não verbal pelo verbal. O risco de tal gesto é promovermos um reducionismo no conceito de linguagem (associada apenas ao verbal), levando ao apagamento (de caráter ideológico) da importância do não verbal no processo de constituição de sentidos.

Tal armadilha precisará ser desmontada durante as análises referentes ao *Plano da Trama Discursiva* de modo a evidenciarmos os elementos não verbais como tão importantes e estratégicos para a construção de sentidos como os demais aspectos verbais, usualmente mais evidentes.

Residem, ainda, neste plano, outros dois aspectos fundamentais que devem merecer a atenção do analista do discurso telejornalístico: os elementos de autorreferencialidade (do repórter, do programa e da emissora) e as artimanhas de orquestração das vozes (legítimas, recusadas, silenciadas) que comporão o conjunto da narrativa televisual.

O exemplo apresentado acima, em relação à cobertura da Rede Globo das ações de ocupação/pacificação do Complexo do Alemão, oferece ainda outra evidência da combinação de tais elementos no discurso telejornalístico. Além do acatamento do lugar social pretendido/ocupado pela emissora, materializado na escolha da repórter como “representante da comunidade” para receber o bilhete escondido na caixa de fósforo, houve ainda outros momentos em que o chamamento da população, o discurso autorreferencial e a orquestração das vozes ficaram evidentes.

No instante em que as tropas da força-tarefa se dirigem da Vila Cruzeiro ao Complexo do Alemão, há outro deslocamento aconte-

cendo simultaneamente: o discurso jornalístico “descobre”, como legítimas, não só as comunidades para as quais a Polícia se encaminha, mas também seus moradores. Tal estratégia se materializa em uma série de declarações que ora “comemoram” e agradecem aos policiais/heróis, ora conclamam medidas ainda mais drásticas.

As fontes parecem, de fato, “antecipar”, em suas declarações, o que entendem ser a expectativa dos jornalistas. A escolha, por parte da edição dos telejornais (e dos repórteres) destas declarações não é, no entanto, uma invenção desta cobertura. É um recurso tradicional (embora eticamente questionável) do telejornalismo a busca por declarações de populares que possam expressar as opiniões que a “isenção” jornalística proíbe ao profissional. Neste caso específico, todavia, é de se admirar a completa ausência de vozes descontentes ou lamentando terem sido prejudicadas pelas ações.

Exemplo da participação anônima, a edição do *Jornal Hoje* de 26/11/2010 narra a tomada da Vila Cruzeiro pelas tropas do Bope. Trata-se de uma reportagem de mais de dois minutos com várias declarações (todas de fontes não identificadas) apoiando as ações da Polícia. Uma transcrição do trecho da reportagem de Renata Capucci evidencia o tom da participação popular:

Um gesto de esperança de quem estava acuado no meio de uma guerra. ‘A gente espera melhorar sempre, acho que dessa vez algo tem que acontecer’, diz uma moradora.

Panos e lençóis brancos nas janelas mostravam o quanto os moradores estavam assustados, mas torciam pela volta da tranquilidade na favela. O pedido de paz foi feito enquanto a Polícia tomava a comunidade e enfrentava os bandidos.

Gente acostumada ao som de tiros, a fugir de balas perdidas, mostrava de dentro de casa que precisava de ajuda. ‘A gente sai, não pode chegar numa janela, não pode chegar num portão, tem que acabar’, comenta outro morador².

As imagens que acompanham as sonoras são as de pessoas nas janelas dos barracos acenando bandeiras brancas ao som dos tiros do confronto. Temos, de um lado, a incorporação do “pedido de paz” como signo evidente, para a retórica jornalística, de que o apoio às ações é total. Do ponto de vista dos moradores, por sua vez, antecipar um gesto mundialmente reconhecido como de não enfrentamento pode, também, ser uma maneira de produzir evidências outras (para a imprensa, mas sobretudo para a Polícia): a de que naquele lugar não se encontram bandidos, mas sim “pessoas de bem”. A combinação destes interesses pode justificar a quantidade de reportagens que, no período, lançaram mão desta estratégia de ouvir as fontes locais como forma de reverberar o apoio popular.

Houve, no entanto, outras formas de ação dos moradores, menos dentro da legalidade, igualmente estimuladas pela “convocação” da imprensa. Ao longo da cobertura da ocupação do dia 28/11/2010, chamou a atenção dos repórteres da Rede Globo a “riqueza” na qual viviam os “chefões do crime”. Cenas do que foi chamada de “Mansão do Tráfico” foram mostradas à exaustão, sob os comentários indignados (nada objetivos, diga-se de passagem) dos âncoras no estúdio.

No dia seguinte, a “resposta” da comunidade pôde ser acompanhada ao vivo, sendo reprisada, mais tarde, na edição do *Jornal Nacional*. A repórter Bette Lucchese passeia pelos destroços da “mansão”, entrevista um PM e segue descrevendo os saques produzidos pelos moradores no momento em que as ações se desenrolam:

Bette: ‘Aqui no Alto do Coqueiral, moradores, vejam só, moradores estão saqueando a casa de um traficante aqui da região’.

[A repórter se aproxima da entrada da casa. A imagem das pessoas que estão praticando o delito é borrada para impedir sua identificação. A repórter passa a palavra a um PM que está na porta da casa, abrindo espaço para os moradores saírem com o produto do saque, enquanto explica, sem impedir a ação]

Policial: ‘Provavelmente a comunidade sabe que é de vagabundo que fugiu e tá saqueando’.

[A imagem corta para outras cenas do saque. A repórter passeia pela casa enquanto continua descrevendo a ação como se não testemunhasse um crime, mas um ato de justiça]

Bette: ‘Móveis, eletrodomésticos... tudo está sendo levado pelos moradores. Olha só: aqui a gente vê a porta do box do banheiro, o morador está tirando o chuveiro. Em poucos minutos a casa ficou completamente alagada. Sabe por quê? Até as torneiras foram levadas. Aqui na casa também tem mesa de sinuca, uma churrasqueira... Uma casa fora dos padrões dessa comunidade.’

[O final da reportagem ‘comemora’ a rebeldia dos moradores. Vemos algumas crianças nadando, felizes, na piscina da casa, enquanto a repórter conclui]

Bette: ‘Luxo que essas crianças talvez nunca tenham visto de perto’.³

É de impressionar que, em nenhum momento, haja a menção ou a preocupação – seja do policial, da repórter ou mesmo dos moradores que saquearam a casa – de que o que estava sendo transmitido, para todo o Brasil, era uma ação criminosa. Tal tolerância se esclarece se tomarmos a transmissão ao vivo do dia anterior – com os apresentadores indignados com a “afrenta da mansão em plena favela” – como uma sentença que permitiria o salvo-conduto daqueles que, no dia seguinte, fariam “justiça” com as próprias mãos.

A simpatia e a complacência com que os “visitantes” da mansão do tráfico são recebidos no telejornal representam o extremo oposto da recusa e do silêncio com que foram tratadas as vozes discordantes do tom adotado pela cobertura daqueles episódios, sobretudo as “acadêmicas”. Como lembra Orlandi (1992), é impossível traduzir em palavras um conteúdo silenciado. Mas podemos buscar os vestígios

de tais políticas pelas frestas dos dizeres-outros em espaços distintos de visibilidade.

Exemplo da falta de boa vontade da emissora com as versões dissonantes oriundas de especialistas em segurança pública é a ausência, no debate, inclusive das vozes constantemente consultadas pela imprensa. A respeito desta nova versão do “silêncio (forçado) dos intelectuais”, Luiz Eduardo Soares comentou em seu blog a razão de sua recusa em dar declarações:

[...] não faria sentido jogar pelo ralo a credibilidade que construí ao longo da vida. E isso poderia acontecer se eu aceitasse aparecer na TV, no rádio ou nos jornais, glosando os discursos oficiais que estão sendo difundidos, declamando platitudes, reproduzindo o senso comum pleno de preconceitos, ou divagando em torno de especulações. A situação é muito grave e não admite leviandades. Portanto, só faria sentido falar se fosse para contribuir de modo eficaz para o entendimento mais amplo e profundo da realidade que vivemos. Como fazê-lo em alguns poucos minutos, entrecortados por intervenções de locutores e debatedores? Como fazê-lo no contexto em que todo pensamento analítico é editado, truncado, espremido – em uma palavra, banido –, para que reinem, incontrastáveis, a exaltação passional das emergências, as imagens espetaculares, os dramas individuais e a retórica paradoxalmente triunfalista do discurso oficial? (SOARES, 2010)

A recusa do pesquisador evidencia as limitações com as quais têm que lidar aqueles que aceitem se submeter ao regime da cobertura midiática adotada. O paradoxo reside na dissonância entre o volume de tempo dedicado às falas que comemoram a ação e ao que poderiam dispor àqueles que pretendessem complexificar o acontecimento para além do maniqueísmo estabelecido.

Ainda em relação à política de silenciamento, podemos nos deparar com a versão do acadêmico a partir de seu blog. Paira, no entanto, a impossibilidade de mapearmos, nesse momento, as vozes discordan-

tes que poderiam existir nas comunidades. Mesmo entre os (poucos) vestígios de moradores que discordam da ação dos policiais, essa dissonância quase não existe.

A edição de 29/11/2010 do *Jornal Nacional*⁴ alerta para a emergência de algumas denúncias de moradores contra arbitrariedades dos policiais. Ainda assim, na reportagem, as três fontes ouvidas fazem questão de reiterar, junto com suas queixas, o apoio à força-tarefa. Outra medida da proporção que a visibilidade de denúncias terá na emissora é a comparação entre os tempos dedicados a cada assunto naquela mesma edição. Enquanto a reportagem sobre os “possíveis abusos” de policiais tomou apenas pouco mais de um minuto, o bloco seguinte do noticiário, dedicado a mostrar o “lado humano” dos integrantes da força-tarefa e o apoio da comunidade a eles, recebeu o tratamento privilegiado de exatos quatro minutos.

O acontecimento discursivo da “pacificação” do Complexo do Alemão provocou, na arena midiática, um reordenamento das vozes “autorizadas” a falar publicamente pelas comunidades. Nos meses seguintes, fomos (e ainda estamos sendo) bombardeados por reportagens e ações de intervenção social e cultural voltadas à “inclusão”, no repertório discursivo da cidade, do território “recém-conquistado” pelo Estado.

Tal gesto evidencia, também, o papel da orquestração das vozes como elemento constituidor da Trama do Discurso telejornalístico e contribuirá para o estabelecimento de efeitos de sentido que interessam à instância informativa. Serão, justamente, tais efeitos de sentido que irão colaborar para que os veículos, os programas telejornalísticos e os apresentadores conquistem um espaço social muito mais amplo do que o de meros transmissores de informação à população. Tais estratégias políticas precisam ser identificadas no plano de análise que será responsável por mapear os gestos de autoridade presentes, como resultado, nos discursos telejornalísticos.

O Plano da Autoridade Discursiva

Os efeitos de sentido pretendidos pela complexa trama discursiva dos conteúdos veiculados pretendem estabelecer uma relação de confiança com os telespectadores. Essa legitimidade será baseada tanto na credibilidade jornalística obtida como nos esforços das emissoras de TV em se constituir em instâncias capazes de interceder na busca por soluções dos problemas da população.

Estamos diante, portanto, da emergência de um exercício de autoridade discursiva que busca permitir à instância telejornalística o desempenho de um ambíguo quarto poder que, ao mesmo tempo em que se apresenta acima dos poderes instituídos, acaba efetivando um gesto de complemento das ações estatais.

Cabe, neste sentido, perceber que tal ambiguidade é também consequência de uma configuração social específica que se constitui nesta fase do capitalismo mundial. Ao desenvolver seus estudos sobre carnavais, malandros e heróis brasileiros, Da Matta (1997) sugere que a sociedade brasileira é constituída de duas coletividades: um Estado Nacional moderno e igualitário, que se instala a partir da proclamação da República com inspiração no individualismo burguês americano; e uma sociedade hierarquizada, permeada de práticas aristocráticas, herança colonial de uma elite cuja riqueza foi construída a partir da exploração de capitânicas hereditárias e do tráfico de escravos. (RIBEIRO, 1995)

Numa sociedade com este arranjo paradoxal, a ordem pública, que seria o resultado do conflito oriundo da oposição de interesses entre iguais, de uma sociedade igualitária, se transforma, no nosso modelo, numa reunião de diferentes práticas jurídicas cujo objetivo principal seria manter implícitos o conflito e a estrutura desigual da sociedade. (KANT DE LIMA, 1996)

Assim, as formas oficiais de administração de conflitos no Brasil se constituem a partir de um mecanismo complementar. A prática

jurídica hierarquizada – que impedia, por exemplo, que um juiz ou jornalista ficasse preso numa cela comum – é dissimulada em um conjunto de leis fundamentadas no direito universal de igualdade. Kant de Lima (1996) aponta esta “dissonância” como responsável pela baixa credibilidade das instituições judiciárias e policiais, sempre em dificuldades para explicar decisões tomadas com base nestes pressupostos contraditórios.

A imprensa brasileira, fundamentada nos princípios do jornalismo americano, ao se deparar com esta “ordem”, percebe a democracia e os valores igualitários como frágeis e fugazes. Assume, assim, um compromisso com a defesa da ordem pública, em geral, e da democracia em particular. Este gesto – inspirado no antigo “poder moderador” imperial, travestido numa releitura nacional do papel de “quarto poder”, autoatribuído pela imprensa americana – permite à imprensa brasileira reivindicar a defesa de causas do interesse geral da nação ainda que elas se confrontem com os interesses de vastos setores (e, em alguns casos, da maioria) da sociedade. (ALBUQUERQUE, 2000)

Para o autor, é justamente esta sensação de dever cívico urgente que permite à instância telejornalística atribuir-se a autoridade política de preservar as condições que permitem às regras do jogo vigorar, mesmo que ao preço do descumprimento de outras leis. Reside neste argumento enunciativo, inclusive, o maior risco desta ambígua autoridade discursiva obtida pelo jornalismo, em geral e em particular, pela TV: em nome de preservar o funcionamento correto da sociedade, o jornalismo acaba se colocando acima das próprias leis que parece defender.

Este argumento materializa a intenção da maioria dos programas telejornalísticos de não apenas informar, mas interferir decisivamente nos conteúdos por eles produzidos e veiculados. Tal dimensão do discurso, portanto, é central na construção das coberturas e influencia, obviamente, nas escolhas editoriais, nas rotinas de produção, além de buscar, ainda, obter efeitos específicos na instância do receptor.

Trata-se, em resumo, de um Plano de Análise-síntese sem o qual as descrições dos outros níveis significantes do discurso telejornalísticos parecerão incompletas.

Considerações Finais

Muito se debate, nos dias de hoje, sobre a necessidade de construção de paradigmas que possam permitir uma análise mais precisa do fenômeno do telejornalismo contemporâneo. Especialmente em tempos de transformações econômicas, profissionais e materiais, provocadas, sobretudo, pelas novas possibilidades de troca, interação e compartilhamento de conteúdos informativos. De fato, novas tecnologias, novos produtos delas decorrentes e novas combinações profissionais fazem embaralhar lugares antes definidos como fixos no fazer jornalístico, na pesquisa e no ensino da profissão.

Com tais mutações, categorias há pouco capazes de definir o fenômeno da comunicação – calcadas em oposições claras como emissão/recepção ou enunciador/enunciatório, por exemplo – mostram-se gradativamente menos explicativas. Com isso, nos deparamos com a necessidade de traçar novas possibilidades de entendimento do telejornalismo para evitarmos, por um lado, o risco de não sermos capazes de definir a especificidade de nossa atuação teórica e profissional, e, de outro, a armadilha de julgar as novidades comunicacionais como “emancipação” total dos atores sociais, convertidos em “produtores” de conteúdos, cuja qualidade, independência e impacto nas audiências seriam equivalentes aos dos “veículos tradicionais”.

Assim, o percurso aqui estabelecido esboça um conjunto de Planos de Análise que permita oferecer elementos metodológicos de diálogo para este debate. No momento em que o atual estágio da comunicação parece promover cada vez mais o embaralhamento de posições, defende-se, aqui, algumas propostas teórico-metodológicas que, partindo da constatação das especificidades do discurso telejornalístico,

possam contribuir para a complexificação do diálogo acadêmico em torno do papel do telejornalismo contemporâneo.

NOTAS

- ¹ Transcrição da passagem da repórter. A Edição do *Jornal Nacional* de 27/11/2010 está disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=jjcj0TNjAvs>>.
- ² Cf. Moradores demonstram apoio e solidariedade às ações da polícia, *Jornal Hoje*, Edição de 26/11/2010, disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/11/moradores-demonstram-apoio-e-solidariedade-acoes-da-policia.html>>.
- ³ Cf. *Jornal Nacional*, Edição de 29/11/2010, disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=zzQegtnTqQI&feature=related>>.
- ⁴ Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=9V7zwbOFJuU>>.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Afonso. Um outro 'quarto poder': imprensa e compromisso político no Brasil, *Contracampo* 4, revista Revista do mestrado em comunicação, imagem e informação. Niterói, 2000.
- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BARTHES, Roland. *A câmara clara: nota sobre fotografia*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994. (Arte de fazer, v. 1)
- DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis*. 6. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- KANT DE LIMA, Roberto. A administração dos conflitos no Brasil: a lógica da punição. In: VELHO, Gilberto; ALVITO, Marcos. *Cidadania e violência*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ/ Ed. FGV, 1996.
- MARTÍN-BARBERO, Jesus. *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Ed. Loyola, 2004.

MENDONÇA, Kleber. *A punição* pela audiência: um estudo do Linha Direta. Rio de Janeiro: Quartet/FAPERJ, 2002.

_____. O Imperador da Chatuba: o jogador Adriano entre a delinquência e o discurso de “pacificação” da cidade. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM). 33. Caxias do Sul (RS), 2010a.

_____. *Entre as áreas de risco e a localização privilegiada: o jornalismo carioca “descobre” as favelas*. Artigo apresentado na Sessão 20 de Comunicações Livres do VIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). São Luís (MA), 2010b.

_____. A inversão do olhar: perspectivas para a análise de discurso nos estudos da comunicação. *Revista Líbero*, São Paulo, v. 13, n. 26, p. 39-50, 2010c.

ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2009.

_____. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. Campinas: Unicamp, 1992.

RIBEIRO, Darcy. *O povo brasileiro*, São Paulo: Cia das Letras, 1995.

SOARES, Luiz Eduardo. *A crise no Rio e o pastiche midiático*. 2010 Disponível em: <<http://luizeduardosoares.blogspot.com/2010/11/crise-no-rio-e-o-pastiche-midiatico.html>>.

SOUZA, Tânia C. Clemente. A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação, *Revista Rua*, Campinas, n. 7, v.1, p. 65-94, 2001.

_____. Carnaval e memória: das imagens e dos discursos. *Contracampo 4*, Revista do mestrado em comunicação, imagem e informação. Niterói, 2000.

Reflexão teórico-metodológica em torno do telejornal

Maria Lília Dias de Castro

Considerações preliminares

Como, há algum tempo, vem-se pesquisando a promocionalidade televisual na perspectiva discursiva, meu olhar foi construído em torno dessa relativa duplicidade de papéis que a televisão assume: de um lado, como emissora de comunicação, volta-se para a produção de produtos que tragam informação, proporcionem entretenimento e/ou gerem conhecimento; e, de outro, como empresa privada, volta-se para a geração de lucros e para a obtenção de índices significativos de audiência com vistas à garantia de seu negócio.

É justamente o reconhecimento desse duplo papel que evidencia o quanto a televisão opera no limite entre a intenção de apresentar uma produção qualificada, e que agrade o público, e o desejo de realizar ações que mantenham a audiência em alta. Isso corrobora a ideia de que, ao lado das funções comumente atribuídas à televisão – informação, entretenimento, educação –, existe outra, talvez a principal, que quase sempre fica de lado: a promocional. Aliás, em torno dessas funções, muitos questionam se efetivamente a televisão direciona sua atenção para o informar; outros acreditam que ela não consiga cumprir sua tarefa de educar; outros ainda ficam céticos diante da sua capacidade de entreter, mas poucos são os que parecem reconhecer o quanto a televisão, pela sua natureza comercial, tem adaptado sua

programação para obter mais aceitação, mais retorno do público e, em consequência, mais lucratividade.

A verdade é que, quando os produtos televisuais têm boa audiência, conseguem publicidade e patrocínio; além disso, como a própria televisão detém o controle da mídia, aproveita para promover seus produtos e autopromover-se. O resultado é, então, uma circularidade nesse movimento cujo objetivo central é de ordem econômica: vender melhor os produtos da emissora e assim ganhar mais com os espaços publicitários.

Os telejornais são um caso exemplar dessa tensão, talvez porque, ao mesmo tempo em que deles se cobra objetividade, distanciamento, eles não desistam de criar espaços em que possam abertamente falar dos próprios fazeres, em movimentos de nítida configuração (auto) promocional. Enquanto a emissora de comunicação apresenta ao público um resumo dos acontecimentos do país e do mundo, levando o telespectador, quando possível, a longínquos, inusitados e cativantes cenários, a empresa privada busca ficar atenta aos patamares de audiência, porque disso depende a aceitação junto ao público, o atrativo para os anunciantes e, em consequência, a sobrevivência no panorama da comunicação no país.

E é com essa visão que se pretende examinar o telejornal, caracterizado fundamentalmente por aliar pontualidade informativa, satisfação do telespectador e interesses da empresa. Não raras vezes, o agrado ao público e as eventuais vantagens à empresa se sobrepõem, deixando em segundo plano a informação sobre o que acontece no país e no mundo. Essa multiplicidade de propósitos leva à hibridação de gêneros: o factual, o ficcional e o promocional. É a partir desse pressuposto que se constrói a presente investigação, para trazer uma perspectiva possível de análise para o telejornal. É importante ressaltar que, nesse percurso, desenvolve-se um caminho que vai do simples e abstrato ao complexo e concreto, para buscar adequação entre o aparato teórico, conceitual, e a concretude dos distintos produtos investigados.

Construção teórica

Níveis de relação

O ponto de partida da investigação é o exame das articulações presentes nesse produto, expressão material de um processo de produção de significação e sentido. É no âmbito do *texto* que a pesquisa se desenvolve, recorrendo, muitas vezes, a entornos e circunstâncias, que são da ordem da *textualidade*. A construção desse texto decorre da relação firmada entre um enunciador e um enunciatário: embora essas duas instâncias estejam sempre articuladas e participem igualmente do processo comunicativo, a perspectiva aqui adotada prioriza a produção.

O exame do telejornal implica a formulação de princípios capazes de dar conta dos objetivos que norteiam a investigação e que sustentam a adoção de uma metodologia *compatível* com esses princípios e *coerente* com a proposta teórica.

Há dois processos complementares, presentes nessa construção: o de interação entre produtores e receptores, compreendendo o horizonte social, o entorno amplo e restrito em que se funda a relação dialética desses sujeitos (*eixo comunicativo*); o de opção genérica e sua construção discursiva, envolvendo a vinculação do produto ao respectivo gênero e subgênero e as inter-relações de conteúdo e expressão presentes em sua manifestação (*eixo discursivo*).

A essa linha de investigação da semiótica francesa greimasiana vêm sendo agregados outros autores, com interesses voltados especificamente ao televisual, tais como: Jost (2004, 2010), Fontanille (2005), Fabbri (1999), Verón (2004) e Charaudeau (2006), cujas perspectivas teóricas têm auxiliado na articulação dos novos rumos propostos.

Nessa direção, o *eixo comunicativo*, de ordem mais ampla, leva em conta, por exemplo, o perfil da empresa que responde pelo texto e as

formas propostas de relação com o público e o contexto; o *eixo discursivo* tem a ver com as escolhas feitas no âmbito do discurso e do texto.

Assim, no plano geral, estão implicadas as políticas de ação da empresa, a forma como busca inserção na sociedade, a configuração do contexto em que atua, os investimentos destinados àquele produto midiático, as formas de divulgação, a posição do produto (programa) na grade da emissora, as plataformas/dispositivos convocados. São ações da ordem do marketing, envolvendo o contexto político, econômico, social e cultural. Embora de difícil mensuração, esse plano geral tem a ver com o teor das notícias veiculadas; com os arranjos feitos, dentro da multiplicidade heterogênea de linguagens; com o detalhamento de interesses e gostos, a fim de estreitar a ligação com a sua mídia, com o seu público e com a sua empresa.

No plano interno, de ordem discursiva, estão implicadas as deliberações tomadas pelos enunciadores, compreendendo as relações estabelecidas: (1) entre o texto e a mídia que o produz: um texto de televisão dispõe de recursos distintos daquele apropriados pelo rádio, por exemplo, haja vista a possibilidade de recorrer a linguagens verbais, sonoras e visuais; (2) entre o texto e outros textos, não apenas na dimensão *paradigmática* (relação com textos que constituem seu paradigma, seu modelo, o que evidencia a importância dos conceitos de gênero, subgênero e formato), como também na *sintagmática* (relação com textos que o precedem e sucedem, da ordem da intertextualidade, metatextualidade, entre outras); (3) entre o texto e sua enunciação, quando se evidencia o papel do produtor na fala de si mesmo. Há, ainda, as articulações internas da ordem do conteúdo e da expressão, ou seja, aquelas referentes à forma de contar a narrativa, compreendendo *dimensão temática* (núcleos temáticos); tratamento *espaço-temporal*; *configuração actorial* (*é o termo correto, dentro da teoria semiótica greimasiana; figurativização e tonalização*).

Na dimensão discursiva, a relação dos textos com seu paradigma é condição fundamental, razão pela qual se passa a discutir o conceito de gênero, subgênero e formato.

Gênero, subgênero e formato

Cabe ressaltar que o estudo do gênero, na perspectiva da tradição clássica, sempre se voltou para questões de dispositivos e regras existentes na base de determinadas construções literárias, passando pela sua organização estrutural, e até pelas noções de periodização histórica. Para os dias de hoje, e mormente para o entendimento do campo não literário, o objetivo tem sido o reconhecimento dos princípios que norteiam as construções discursivas, dando condições, através do gênero, de conhecer o mundo e de torná-lo inteligível.

Por isso o entendimento de Bakhtin parece ser adequado para iniciar a discussão, muito embora o foco do autor russo tenha sido o campo da literatura, e a segmentação do gênero em categorias primárias e secundárias. Na verdade, o importante do seu conceito é ser uma forma relativamente estável de linguagem, dentro de uma determinada esfera da atividade humana para garantir a comunicação daquilo que se propõe a oferecer, garantindo a inter-relação entre linguagem, ideologia, visões de mundo. (duas possibilidades: “**inter**-relação linguagem, ideologia, visões...” ou “relação **entre** linguagem, ideologia, visões...”

Assim, pensando nas formulações bakhtinianas e tentando aplicá-las ao campo da mídia, a noção de gênero remete inicialmente a um princípio constitutivo que viabiliza a comunicação do momento, manifestada através de uma maneira típica de organizar as ideias e de empregar recursos de linguagem.

a) Fenômeno de comunicabilidade

O simples fato de se tentar uma compreensão de gênero ligada às ações humanas permite a aplicação ao campo da mídia, pois envolve os condicionamentos da linguagem dentro de um determinado meio, as contingências da realidade social, além das problemáticas da cultura de massa. Nessa medida, deve ser entendido como um fenômeno de comunicabilidade, isto é, dentro de uma determinada esfera da atividade humana, o gênero se propõe a garantir a comunicação daquilo que busca oferecer.

É uma perspectiva que acarreta, de um lado, a vinculação com o mundo e a realidade, e, de outro, a consideração pela situação comunicacional, uma vez que toda esfera da atividade humana tem relação direta com a utilização da linguagem. “Ignorar a natureza do enunciado e as particularidades de gênero que assinalam a variedade do discurso em qualquer área do estudo leva ao formalismo e à abstração, desvirtua a historicidade do estudo, enfraquece o vínculo existente entre a língua e a vida”. (BAKHTIN, 1997, p. 282)

Além disso, há que se atentar ainda para sua dimensão mercadológica: o gênero midiático sofre uma mediação decisiva imposta pelo mercado (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 299), o que permite seu reconhecimento na esfera de discurso influenciado pelas injunções do consumo. Por mobilizar produtores e receptores em diferentes momentos de vida, torna-se assim uma espécie de marca registrada da cultura de massa e aspecto regulador da relação do indivíduo com a sociedade. Tudo em sociedade é feito para ser exibido, prestigiado, consumido, e a mídia sabe valorizar essa capacidade de troca.

b) Princípio constitutivo

Além disso, a dimensão conceitual proposta para gênero compreende uma espécie de nível “arquitextual” que assinala o pertenci-

mento de um texto ao conjunto que o ultrapassa. Essa instância, da ordem da virtualidade, reconhece o gênero como um fenômeno que tem relação direta com o domínio da prática social, o que significa o entendimento de um espaço, de um lugar onde circulam os saberes entre as pessoas.

A ideia de princípio constitutivo é compartilhada com outros autores quando ensaiam reflexões acerca de outras mídias. Para o texto jornalístico, Adam (2003, p. 47) também reconhece o gênero como um princípio geral, correspondente ao “hipotexto e a seu nó definicional”, enquanto os textos constituem realizações desse princípio geral. Posso concordar com hipertexto, mas é uma indicação textual do autor. Talvez se possa alterar para: correspondente a sua base textual e a “seu nó definicional”...

Fresnault-Deruelle, no tratamento da publicidade, reconhece a existência de um traço da ordem da “publicitariedade” que, semelhante à literariedade para a literatura, permite a qualquer pessoa, seja passando na rua, seja lendo um jornal, seja assistindo a um programa de televisão, saber que está diante de uma peça publicitária. Faz parte do domínio da prática social e envolve o reconhecimento preliminar desse tipo de discurso que assinala uma forma específica de atividade humana. (FRESNAULT-DERUELLE, 1998)

Essa mesma noção de princípio está presente na posição de Duarte quando, em perspectiva semiótica, prioriza, no exame dos gêneros televisuais, os diferentes planos de realidade propostos, reconhecendo para o gênero um nível de virtualidade, “uma macroarticulação de categorias semânticas capazes de abrigar um conjunto amplo de produções televisivas que partilham umas poucas categorias comuns”. (DUARTE, 2004, p. 67) Trata-se, portanto, de um “feixe de traços de conteúdo da comunicação televisiva que só se atualiza e realiza quando sobre ele se projeta uma forma de conteúdo e de expressão – representada pela articulação entre subgêneros e formatos”. (DUARTE, 2004, p. 68)

Nessa perspectiva, os traços de *gênero* têm, como propósito, a determinação de um tipo de relação com o mundo, colocando à disposição do telespectador um plano de realidade e mobilizando crenças e saberes. Os *subgêneros*, também de ordem macrotêmica, são então responsáveis pela configuração dessas realidades, pelos procedimentos de colocação em discurso, enquanto os *formatos* constituem as instâncias de manifestação.

Mas que tipo de realidade a televisão oferece ao telespectador? A televisão, como se sabe, “converte o mundo em fatos imediatamente acessíveis ao cotidiano”. E, “ao fazer isso, ela não só pauta o que é realidade, como reduz, como não poderia deixar de ser, o real ao discurso, construído na inter-relação de diferentes sistemas semióticos e midiáticos”. (DUARTE, 2004, p. 79) É importante, assim, levar em conta os percursos de acesso ao real, adotados pela televisão, quando se intentam definir os gêneros televisuais que são da seguinte ordem:

- *factual* – é o gênero responsável pela relação de correspondência direta entre o real e o discurso, e pelo compromisso com a veracidade e a fidelidade do relato (metarrealidade), gerando no telespectador um regime de crença da ordem da veridicção;
- *ficcional* – é o gênero responsável pela relação indireta de semelhança entre real e discurso, e pelo compromisso não com o mundo exterior, mas com a coerência interna do relato (suprarrealidade), gerando no telespectador um regime de crença da ordem da verossimilhança;
- *simulacional* – é o gênero responsável pela relação de substituição/equivalência entre o real paralelo e o discurso, e pelo compromisso com a exibição, como se a exposição substituísse o relato (pararrealidade), ocasionando um regime de crença da ordem da hipervisibilização.

Nessa perspectiva, convém ressaltar que esses gêneros jamais são estanques, eles se mesclam, embora sempre se consiga reconhecer um gênero predominante.

c) Funcionamento das narrativas

Por fim, o gênero caracteriza-se como um funcionamento das narrativas, um funcionamento diferencial e diferenciador, cultural e socialmente discriminatório, que atravessa tanto as condições de produção quanto as do consumo. É, assim, algo exterior, a partir de onde o sentido é produzido e consumido, capaz de regular a relação do indivíduo com a sociedade.

De maneira geral, as características apontadas situam o gênero no nível da abstração, do protótipo. Sua atualização exige a convocação de um conjunto de ações, de natureza estratégica, responsável pela conversão do processo em ação. Só assim é possível chegar às manifestações que representam os diferentes produtos resultantes dessa ação, os quais, pela variedade configurativa, caracterizam-se pela complexidade e concretude. Trata-se, assim, de uma articulação em níveis – da abstração à concretude – até chegar ao plano das realizações manifestas.

Assim, o exame do produto aqui em pauta remete, de pronto, ao gênero *factual*, pela interação que propõe entre o real e o discurso, mobilizando um regime de crença da ordem da veridicção, e também ao gênero *promocional*, pela orientação mercadológica que instaura, voltada para a qualificação da emissora e os interesses da empresa; ao subgênero *telejornal*, pelo caráter informativo diário e sistemático de sua atualização; e aos *formatos* possíveis, decorrentes das configurações recebidas em função de horários de exibição e das emissoras que os veiculam.

Estratégias comunicativas e discursivas em telejornais

Levando em conta as especificidades do subgênero telejornal e os atravessamentos promocionais, podem-se reconhecer diferentes movimentos estratégicos, que vão de decisões genéricas sobre o produto a escolhas pontuais em sua manifestação discursiva. Tudo isso é feito para garantir patamares adequados de veracidade dos fatos, satisfação do telespectador e interesse da emissora/empresa.

Investimento da empresa no subgênero telejornal

No Brasil, a estimativa é que cerca de 80% da população informe-se pela televisão, e isso faz com que as emissoras assumam o seu papel de janela para o mundo, investindo pesado em seus programas informativos (que falem da realidade), considerados por muitos como o produto nobre.

Cabe então ao telejornalismo a função de apresentar, de maneira rápida e precisa, o relato dos fatos diários no país e no exterior, assumindo o papel de porta-voz dos acontecimentos. Naturalmente não se pode esquecer que, além da conhecida concorrência das mídias tradicionais (rádio e jornal) e do crescimento das redes de televisão aberta no país, os telejornais têm sofrido com a ação de sites, blogs, twitters, pela agilidade com que trazem a informação ao público.

Com esse panorama, as quatro maiores redes comerciais de televisão aberta no país – Globo, Record, SBT e Band – dedicam de quatro a cinco horas diárias ao subgênero nas faixas horárias de maior audiência: no início da manhã (entre 6h30min e 8h30min); ao meio dia (entre 12h e 13h30); no início da noite (entre 18h30min e 21h) e no final da noite (logo após a meia noite), distribuídos em emissões locais e nacionais, conforme grade em anexo.

O resultado, então, é uma verdadeira guerra entre as redes para alcançar os tão almejados e suados índices de audiência. A seleção das

matérias, o teor das notícias, a abertura para questões de interesse da sociedade, a preocupação com a conscientização da população, tudo concorre para qualificar o programa, manter a fidelização do público e, sobretudo, garantir o retorno econômico oriundo da venda de espaço aos anunciantes externos, ou das cotas de patrocínio. Mesmo que o espaço dos telejornais seja um dos mais valorizados na televisão brasileira, o anunciante, em contrapartida, consegue atingir um número verdadeiramente expressivo de público, o que é fundamental para seu negócio.

Além disso, as emissoras estão incessantemente em busca de novos atrativos, como é o caso, por exemplo, em algumas redes, das grandes reportagens que versam sobre determinados temas e que são desdobrados em segmentos diários, ao longo da semana. Entre esses temas estão malefícios do consumo de drogas, problemas de trânsito das grandes cidades, abusos nas fronteiras do país, situação de moradores após calamidades ambientais, boa alimentação e vida saudável, até viagens espetaculares e sonhos de casamento, entre outras. É uma tentativa de o jornal alinhar-se com os problemas da sociedade em que atua, compreendendo as necessidades do público e, assim, granjeando mais audiência.

Também os correspondentes internacionais representam um diferencial importante para as emissoras. Sediados em cidades estratégicas do planeta, esses jornalistas, de suas bases, testemunham eventos, relatam fatos, mostram imagens presenciadas *in loco* para imprimir confiabilidade às informações transmitidas.

E essas iniciativas não apenas dão crédito às notícias como também promovem a emissora/empresa. Até porque, quanto maior o vínculo com a empresa, mais cresce a audiência; quanto maior a audiência, aumenta o interesse do anunciante externo; quanto maior a procura por espaço, mais valorizada se torna a emissora e maior o faturamento da empresa.

Ênfase em ações de natureza mercadológica

O subgênero telejornal também obedece a um princípio de natureza mercadológica: ao fazer referência ao mundo exterior e natural, ele sofre mediação imposta pelo mercado, pautando-se pela produção de uma emissão que é influenciada pelas injunções do consumo.

Levar ao público aquilo que possa trazer-lhe algum tipo de satisfação é uma meta constante: a proposta que a televisão oferece, mesmo para os produtos informativos, está fundada no duplo princípio da seriedade e do prazer. Enquanto o primeiro é responsável pela confiabilidade das informações transmitidas, evidenciando o compromisso com a veracidade e a credibilidade dos fatos, o outro volta-se para a sedução do público, garantindo sua satisfação.

Por isso, não é de surpreender, nos telejornais locais, veiculados ao meio dia, cuja audiência é predominantemente composta por donas de casa, uma deliberada intenção de responder às suas necessidades e interesses, seja na proposição de temas locais, manifestações de cultura e serviço, seja na maneira como buscam interação com seu público. Assim, enquanto as emissões da Band e da Globo, com suas afiliadas, preocupam-se em dotar seus programas de uma aparente isenção e conferir imparcialidade aos fatos apresentados, as emissões da Record e do SBT apostam na opinião escrachada, em que seus âncoras criticam acontecimentos, interpelam autoridades, conferindo um caráter de denúncia a esses programas. Dessa forma, e pretendendo uma relação de confiança e identidade, as primeiras (Band e Globo) projetam um telespectador mais elitizado, de maior poder aquisitivo, enquanto as outras (Record e SBT) voltam-se para um telespectador mais popular, oriundo das classes C e D.

Já nos telejornais de *prime time*, os movimentos são de outra ordem: com um público mais abrangente (a família), a estratégia é uma diversificação de ofertas. Junto às notícias internacionais e nacionais de fundo, veiculam-se reportagens especiais, quadros socioeducativos,

além de matérias de certa forma curiosas, ou pitorescas, para chamar a atenção do público, como é o caso, entre tantas outras, daquela referente à liga feminina de basquete dos Estados Unidos cujo uniforme de seus times é apenas lingerie (Jornal da Band, 1/8); ou aquela que mostrava a movimentação de uma cobra no para-brisa do carro de uma família em férias (Jornal da Band, 2/8); ou ainda a relevância de um time de futebol de mulheres, na zona serrana do Espírito Santo, com repercussões e interferências na vida de filhos e maridos (Jornal Nacional, 1/8). São matérias que cativam muito mais pelo inusitado, pelo surpreendente, do que propriamente pelo conteúdo informativo. De maneira geral, essas iniciativas servem não apenas para fidelizar o telespectador, como para propor valores que vão ser a base das emissões e, principalmente, a marca das emissoras/empresas.

Construção temática

Os telejornais constroem-se em torno de um conjunto de matérias com uma disposição lógica que se reitera: notícias de maior impacto no dia; acontecimentos referentes ao panorama nacional (político, econômico, cultural), complementados com a fala de pessoas representativas de cada segmento; fatos internacionais e suas repercussões; alguma peculiaridade local que possa ser inserida no noticiário nacional; grandes reportagens; quadros de conscientização social; notícias de esporte, principalmente futebol.

Como esses conteúdos são distribuídos em blocos, divididos em intervalos comerciais, os telejornais criam estratégias para não afastar o telespectador da telinha: antes dos intervalos, os âncoras enfatizam o caráter pontual ou apresentam pequenos flashes daquilo que vai ser apresentado após o intervalo, de forma a aguçar a curiosidade do telespectador, mantendo-o em expectativa.

Dessa forma, o telejornal, com sua construção temática, procura mostrar sintonia com a realidade e as aspirações da comunidade, ao

mesmo tempo em que oferece espaços comerciais, capazes de encurtar a distância entre consumidor e anunciante de qualquer região do país. As altas audiências e a elevada eficiência dos telejornais são os atrativos da comunicação publicitária de anunciantes de todos os setores de atividade, com qualquer tamanho de verba.

Configuração actorial (jogo de atores)

Na apresentação das notícias, o telejornal desdobra-se em um verdadeiro jogo de atores/enunciadores, representados por âncoras (sentados em bancadas ou em movimentação no cenário); repórteres (inseridos no programa por reportagens feitas ou por transmissões ao vivo, diretamente do local dos acontecimentos); comentaristas (que expressam opiniões sobre os fatos); correspondentes internacionais (que testemunham e, ao mesmo tempo, emitem comentários sobre os fatos acontecidos). Ao mesmo tempo em que dão credibilidade aos fatos e crédito à emissora, todos esses atores recebem a projeção compatível com a importância e o alcance da exposição, confundindo-se com a fala da emissora e com os valores que ela busca consolidar. E os exemplos são muitos: no horário nobre estão William Bonner e Patrícia Poeta (Globo); Ricardo Boechat, Ticiano Vilas Boas e Joelson Betting (Band); Ana Paula Padrão (Record); Joseval Peixoto e Rachel Sheherazade (SBT), todos, indistintamente, jornalistas de larga experiência no cenário comunicacional do país.

Figurativização (apelo aos dispositivos)

O telejornal, dentro de cada emissora, constitui o espaço de janela para o mundo que, dessa forma, é trazido para dentro da casa do telespectador, não esquecendo que, como o telejornal detém a informação, ele tem a faculdade de decidir o que vai levar ao público. Essa posição de *onipotência* é reforçada pelos cenários que ora simulam

um ambiente de redação ao fundo, ora recorrem a dispositivos de imagens que funcionam como pano de fundo para a apresentação das notícias, como é o caso do globo terrestre, trazido pela Globo.

Também a postura dos apresentadores, principalmente aqueles de *prime time*, reforça o mesmo sentido: impecavelmente trajados e no papel de autoridade que lhes é conferido, transmitem com competência e serenidade os fatos considerados relevantes de cada dia. Ainda se ressalta o jogo de tempos e espaços com que o telejornal opera, reforçando, acima de tudo, o conhecimento de mundo que dele se espera.

Há, por fim, a recorrência a dispositivos tecnológicos, como a utilização de técnicas computacionais, janela no cenário, movimentação da logomarca, ou a operação explícita com outras plataformas, como é o caso do bate-papo na internet, sobre o mesmo tema, após a emissão, o que dá ao telespectador a possibilidade múltipla de, usando diferentes tecnologias, ultrapassar os limites do texto, criar formas de interação, construindo assim outros universos de compreensão.

Dessa forma, além de aliar onipotência, competência e aparente objetividade, a empresa aproveita para falar de si, confirmando o que já se sabe: ninguém fala de alguma coisa sem antes falar de si mesmo. Inclui-se aqui o desfile das atrações da emissora, seja pelo diálogo com apresentadores de outros programas, seja pelas referências explícitas dos âncoras, seja, ainda, pelas inserções de flashes nos intervalos, reiterando e intensificando o peso dessas atrações e sua eficácia junto ao público. Tudo isso para celebrar os programas *na e pela* emissora, o que se revela bem sugestivo e manipulatório.

Trata-se, basicamente, de consolidar o subgênero na mente dos telespectadores, fazendo convergir um discurso de múltiplas vozes, fortemente autorreferencial. E essa convergência de valores, programas, logomarcas produz um efeito de circularidade, retroalimentando o próprio produto.

Ponto de vista a partir do qual o telejornal quer ser lido: qualquer notícia, ao ser apresentada, deve levar em conta o acontecimento e a forma como o receptor é projetado no texto. Só para citar um exemplo, os telejornais locais do meio dia diferenciam-se basicamente pelo tom que imprimem às suas emissões: enquanto os telejornais da Band e da RBS TV (afiliada da Globo) exploram os tons de seriedade e objetividade, trazendo os fatos com relativo distanciamento, as emissoras Record e SBT acentuam o posicionamento explícito, explorando a informação sensacionalista, a interpelação espalhafatosa, a crítica contundente. Nesses casos, a distinção fundamental existente decorre do processo de tonalização emprestado às suas emissões, que se traduz na projeção de um receptor, configurado diferentemente pela emissora.

Considerações finais

Assim, na investigação das especificidades do telejornal e na proposição de estratégias comunicativas e discursivas utilizadas na sua produção, mostrou-se de início o caráter relativamente híbrido dos telejornais, na medida em que aliam, no seu interior, o relato dos fatos do mundo, marca do gênero factual, com a inserção de espaços que valorizem a produção da emissora e até mesmo a fala explícita sobre os próprios fazeres, que caracterizam o gênero promocional.

Ao fundir-se a emissora de comunicação com a empresa comercial, misturam-se os acontecimentos do país e do mundo com as preocupações mercadológicas e a consequente sobrevivência da empresa. Por isso a necessidade de falar dos próprios produtos, com vistas a publicizar, divulgar, fazer conhecer qualidades, ou conferir-lhes respeitabilidade, dar-lhes projeção, e, dessa forma, fortalecer o consumo e incentivar o processo de troca. Esse movimento de fazer promoção, de um lado, sustenta a televisão, através de patrocínios e de espaços

vendidos a anunciantes, e, de outro, garante a vinda de novos anunciantes, em um verdadeiro efeito de circularidade.

Com essa configuração, o subgênero telejornal deixa evidenciada (1) a identificação da emissora e/ou de seus produtos: nível em que o objeto da produção televisual busca passar de nome comum a nome próprio, visibilizando-se como marca; (2) a conferência de atributos à emissora e/ou a seus produtos: nível responsável pela explicitação dos traços distintivos, das peculiaridades de seus fazeres, da competência de sua ação; (3) a celebração da emissora e/ou de seus produtos: nível responsável pela autoexaltação do nome e de seus atributos, buscando uma unanimidade de reconhecimento; e (4) a apropriação da emissora e/ou de seus produtos por parte dos telespectadores: nível do consumo dos produtos televisuais. E nesse movimento de identificação, conferência de atributos, celebração e apropriação por parte dos telespectadores, o telejornal alia a apresentação do fato, da notícia, com a valorização da emissora, da empresa, caracterizando nitidamente o caráter híbrido de sua produção.

REFERÊNCIAS

- ADAM, J-M.; BONHOMME, M.. *L'argumentation publicitaire: rhétorique de l'éloge et de la persuasion*. Paris: Nathan, 2003.
- BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1981.
- BAKHTIN, M. *Problemas da poética de Dostoiévski*. 2.ed. rev. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- CASTRO, M.L.D. Televisão e publicidade: ações convergentes. In: GOMES, N. (Org.). *Fronteiras da publicidade: faces e disfarces da linguagem persuasiva*. Porto Alegre: Sulina, 2006.
- CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.
- COURTÉS, J. *La sémiotique du langage*. Paris: Nathan, 2003.
- DUARTE, E.B.; CASTRO, M.L.D. (Org.). *Comunicação audiovisual: gêneros e formatos*. Porto Alegre: Sulina, 2007. Col. Estudos sobre o audiovisual.

DUARTE, E.B. *Televisão: ensaios metodológicos*. Porto Alegre: Sulina, 2004. Col. Estudos sobre o audiovisual.

FABBRI, P. *El giro semiótico*. Barcelona: Gedisa, 1999.

FONTANILLE, *Significação e visualidade: exercícios práticos*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

FRESNAULT-DERUELLE, P. Peut-on parler d'une rhétorique de l'image publicitaire? *L'image réfléchie*. Paris: L'Harmattan, 1998. p. 35-40.

GRANDI, R. *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch, 1995.

JOST, F. Seis lições sobre televisão. Porto Alegre: Sulina, 2004.

JOST, F. Compreender a televisão. Porto Alegre: Sulina, 2010.

LUHMANN, N. *La realidad de los medios de masa*. México: Universidad Iberoamericana, 2000.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ: 1997.

PÉNINOU, G. *Intelligence de la publicité: étude sémiotique*. Paris: Robert Laffont. 1972.

VERÓN, E. *Fragments de um tecido*. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

ANEXO

Grade de horário dos telejornais nas quatro emissoras de TV aberta

Emissora	manhã	tarde	noite
Globo	6h30: Bom dia, (local) 7h30: Bom dia, Brasil	12h05: Jornal local (1ª.ed) 13h20: Jornal Hoje 17h51: Globo Notícia	19h15: Jornal local (2ª.ed) 20h30: Jornal Nacional 00h15: Jornal da Globo
Record	7h20: Rio Grande no Ar 8h35: Fala Brasil	12h: Record Notícias (SP)	18h30: Rio Grande Record 19h40: Jornal da Record
SBT	7h00: SBT Rio Grande	12h05: SBT Rio Grande	19h40: SBT Brasil 00h15: Jornal do SBT
Band	6h45: Primeiro Jornal 7h30: Jornal local	12h30: Jornal local	18h45: Band Cidade (local) 19h15: Jornal da Band 00h30: Jornal da Noite

A WEB 2.0 como ambiente de recepção jornalística: os sentidos produzidos pelos leitores em comentários de sites, blogs e redes sociais

Sean Hagen

Introdução

Decodificar as mediações expressas pelo jornalismo vai além da compreensão do que é notícia: também está na apropriação de variados sentidos reprocessados por quem consome informações. É desse lugar de onde se posiciona para compreender o jornalismo que o público assume o controle da interação, criando um dos mais intrincados quebra-cabeças para a área da recepção: o que o receptor realmente lê, ouve e vê; e como as informações são apropriadas, compreendidas, contestadas ou refutadas.

Mais do que os meios impressos, os eletrônicos apontam uma maior complexidade devido a um grande número de subjetividades: vozes, ruídos, silêncios, músicas, cores, imagens, formas, perspectivas, movimentos, gestos. Um amalgamento de sentidos que afeta de forma “emocionalmente racional” a relação dos usuários com o jornalismo. (HAGEN, 2009) A fluidez dessa relação, em que o público subverte a ordem e se apropria de conceitos, reconfigurando proposições e criando novas formas de leitura, está mais bem materializada na web 2.0: espaço de conversão de mídias aglutina em um mesmo lugar

as possibilidades e especificidades presentes nos suportes jornalísticos – complementando a relação comunicacional com a interatividade.¹ Mais do que apenas uma novidade, a interatividade na web abriu canais de comunicação que antes não existiam, facilitando as manifestações do público. E não só nos comentários sobre as notícias,² mas também em blogs e redes sociais.³

Nesses ambientes da web, o leitor⁴ encontrou uma forma de manifestação única até então: ao mesmo tempo em que fala o que pensa sobre a notícia, o programa ou os profissionais que processam os fatos, interage com outros internautas desenvolvendo uma circularidade reveladora de sua relação com o campo jornalístico. Aqui, espontaneidade é a palavra-chave: fala quem quer, o que quer, para quem quiser. Mas esse ato de fala não pode ser compreendido pela tradicional visão racionalizadora presente na linguagem escrita – analítica, diferenciadora, abstrata e linear, em que a lógica formal elabora os raciocínios; está muito mais ligado à linguagem televisiva, estruturada na ficção narrativa e no espetáculo lúdico, na polissemia e nos sentimentos. (FUENZALIDA, 1997)⁵

A web propiciou que essas nuances ganhassem uma nova dimensão dentro dos estudos de recepção aplicados nos depoimentos do público: a possibilidade de acessar de forma mais “objetiva” o universo simbólico do leitor. A construção de uma fala espontânea, em que o simbólico e o subjetivo não estão recalcados por uma grossa camada de verniz presente na gramática da língua culta, “desnuda” o leitor com maior inteireza. Essa fala emocional de livre fluxo está mais próxima da fala cotidiana dos telejornais do que do jornalismo impresso, assim como a linguagem da carta enviada ao jornal é diferente do que é publicado na web: a primeira assume uma postura mais “fria” e distanciada, resultado da sobriedade da escrita culta; a segunda constrói sentidos através da postura emocionada e do livre fluxo de pensamento. Essas diferenças não são excludentes nem opostas, não trazem desvantagens ou qualificações, mas apontam que os sentidos

encobertos pela lógica dificultam a percepção das nuances – apesar de não as esconder –, presentes com mais intensidade na linguagem emocional espontânea.

Devido a essa aproximação das linguagens, o diálogo que proponho entre recepção, Análise do Discurso e teorias do jornalismo tem um enfoque mais centrado no telejornalismo, mas sem excluir os sentidos produzidos pelos meios impressos, pelo rádio e pela própria web. Parto das especificidades presentes no ambiente televisivo para me aproximar das especificidades constitutivas da linguagem empregada nos bate-papos, nas listas de discussão e nos sites de relacionamento. Por esse viés, os instrumentos empregados para analisar as respostas que o leitor dá sobre os programas de telejornalismo, de radiojornalismo, sobre as publicações impressas e o webjornalismo são os mesmos. O jornalismo feito na TV assume, então, uma função prototípica nesta proposta metodológica, já que reúne texto, som e imagem em uma combinação complexa e sofisticada. Pode mudar o que o leitor fala sobre cada um desses suportes, mas não a maneira como ele expressa suas opiniões na web. A espontaneidade, a vontade de interagir e o livre fluxo de ideias continuam os mesmos. Para aclarar esse postulado é preciso compreender um pouco mais da inserção do telejornalismo na TV, sua linguagem e especificidades.

Ambiente prototípico

Existe uma ideia recorrente de que a televisão é um meio entorpecedor que pasteuriza e massifica a mente,⁶ como se sujeito fosse uma tábula rasa que passa a existir apenas no momento em que liga a TV; não tem passado ou futuro, não pensa, não critica, não decide. Em direção contrária, Orozco (1991) lembra que há vida antes da TV ser ligada e depois de desligada: o telespectador interage com a família, os vizinhos, a escola, o trabalho, os amigos, a igreja, os partidos políticos e a mídia, todos atuando como poderosos agentes mediadores

que processam informações, ideias e formam cultura. A “casualidade múltipla” é a melhor forma de compreensão dos agentes envolvidos no processo de recepção. (OROZCO,1991, p. 23) E não apenas à recepção, mas a qualquer olhar que entenda a comunicação como um processo reflexivo, que afeta e é afetada continuamente. O mesmo se pode postular sobre o telejornalismo: um gênero dentro da televisão que está sujeito às outras mídias, assim como as influencia.

É preciso entender que leitor é esse que ora aparece como um sujeito físico, com real poder de se fazer presente, trocando de canal e se expressando socialmente após interagir com o telejornal, ora como um sujeito imaginário⁷, pressuposto não só por quem faz jornalismo, mas também por quem pesquisa. Entre um e outro há mais subjetividade e intercambialidade do que o senso comum determina. E é essa riqueza que deve ser enfocada quando analisamos como o telespectador assiste/consome/interage com a informação da tela da TV.

Fuenzalida e Hermsilla (1991, p. 21, tradução nossa) definem três posições que o receptor ocupa na constituição do sujeito ativo⁸ – que prefiro chamar de telespectador pela interação que o termo “espectador” encerra:

O Receptor Passivo se define como o receptor que tem baixa seletividade e discernimento frente às mensagens. O Receptor Crítico seleciona e discerne, percebe midiaticamente e toma distância frente às emissões. Mas atua unicamente sobre o polo de recepção da mensagem. O Receptor Ativo inclui todos os traços do receptor crítico, mas também pretende atuar transformadoramente sobre o polo da emissão e programação das mensagens; é capaz de se constituir como um ator social com demandas ao meio.⁹

É no conceito de um telespectador crítico que esta pesquisa se fundamenta; alguém que vê, ouve e interage, que se faz sujeito pelas informações do telejornal, que se descobre cidadão apto a fazer cidadania. Um telespectador que pensa, relativiza, sente, aprende,

questiona e reconhece a importância do telejornal na vida que leva, sem fazer da televisão – e do telejornal – a própria vida. Que tem discernimento, amparado em uma cultura televisiva ágil, sofisticada e constantemente renovada, para compreender as nuances entre ficção e realidade, os jogos políticos, os interesses financeiros, as estratégias de marketing, os erros involuntários e os acertos planejados. Mas nunca um telespectador idealmente “superior”, isento de ingenuidade ou limitações e, por isso mesmo, na média entre extremos. Sabe o que quer ver e o que lhe parece ruim; o que falta é uma oferta da TV mais adequada à demanda.

Competentes espectadores são experientes interpoladores de espaço e de tempo: eles sabem que deixas simbólicas procurar, e as usam agilmente para se orientarem nas coordenadas de espaço e de tempo da mensagem e do mundo retratado nelas. Suas experiências de espaço e de tempo não se limitam mais ao movimento físico de seus corpos através do espaço e do tempo, ou à interação face a face compartilhada em ambientes comuns. Suas experiências de espaço e de tempo se tornaram cada vez mais descontínuas, à medida que vão sendo capazes de se locomoverem através dos mundos, tanto reais quanto imaginários, ao simples estalo de um interruptor. E, no entanto, apesar desta enorme mobilidade, a estrutura espaço-temporal do contexto da recepção permanece o ‘ancoradouro’ para muitos espectadores, uma vez que seus projetos de vida estão enraizados principalmente nos contextos práticos da vida de todos os dias. (THOMPSON, 2002, p. 88-89)

Assim como Wolton¹⁰ (1996), reconheço a inteligência e sagacidade do público. O que me leva a postular que as mediações travadas entre telespectador e telejornal, em nível consciente, são apoiadas na veracidade e credibilidade – na relação mais objetiva dentro do campo: informar e ser informado. E, em nível inconsciente, são de conforto e afabilidade – na relação calcada na subjetividade em que se enfatizam as trocas simbólicas, míticas e formadoras do *self*.¹¹ O te-

lespectador sabe o que é informação ao mesmo tempo em que “sente” que o que está além dos fatos pode ser incorporado como conhecimento subjetivo em sua vida.

[...] [a televisão] nos descentra mantendo-nos em nosso interior, não só no sentido físico e espacial, mas também pelo que carrega em si de familiaridade. [...] a pequena tela da TV mantém a participação, mas ao mesmo tempo consegue que nos descolemos. Deixa que, com nossa personalidade e nossos contatos habituais, aterrissemos no planeta do espetacular. Mais exatamente, nos convertemos em espectadores sem deixar de ser o que somos.¹² (CAZENEUVE, 1977, p. 71, tradução nossa)

Esse telespectador múltiplo que ocupa vários lugares de fala,¹³ mas não como um sujeito fragmentado, é capaz de acompanhar as questões complexas de uma crise econômica ao mesmo tempo em que busca no jornalismo algo tão subjetivo como conforto e aprendizado de vida. Nesses muitos lugares sociais que ocupa ao acompanhar o telejornal – como filho, marido, engenheiro, cidadão –, cada um é acionado por estruturas simbólicas presentes no todo, e cada qual reage e absorve aquilo que mais lhe aprouver para se manter íntegro e coeso. O telespectador se apresenta múltiplo quando é transpassado e transpassa discursos variados, quando há reversibilidade.

Interações mediadas

O jornalismo se ancora na suposição da existência de um outro para se estabelecer – com quem eu falo e para quem seleciono as informações. Um outro que, na ponta final, é o público.¹⁴ Esse movimento, que também pode ser definido como alteridade, e que Wolton classifica como “honestidade presente no horizonte jornalístico” (2005), só é possível quando há capacidade de se colocar no lugar do outro, quando se divide um mesmo imaginário e ambiente cultural. Há um olhar voltado para o interior – eu – e outro para o exterior –

tu –, e é justamente nessa reversibilidade que o dizer se estabelece, em que o “eu” e o “tu” podem trocar de lugar, imaginando-se um na posição do outro. “Sem a reversibilidade – seja ela real, possível ou ilusória – a fala não se constitui”. (ORLANDI, 1988, p. 11) A coabitação de pluralidade presente no jornalismo propicia a manutenção das diferenças possíveis dentro de uma determinada sociedade: o outro não pode ser alguém desconhecido ou estranho sob pena de não haver comunicação. “As mídias de massa, tão desvalorizadas, constituem, nessa perspectiva, os meios privilegiados, para, ao mesmo tempo, preservar as identidades coletivas e sensibilizar o Outro, sem que [ele] se sinta ameaçado”. (WOLTON, 2005, p. 24) No jornalismo, em que o relato biográfico – e autobiográfico – produz um deslocamento entre o público/privado e o real/imaginário, o texto produzido apresenta um efeito em que a reversibilidade é constitutiva e geradora da escrita, já que “[...] se pode falar de outros para falar de si, pode-se falar de si para falar de outros e pode-se falar de si para falar de si”. (ORLANDI, 1988, p. 15)

O contato face a face torna acessível toda subjetividade do outro através do máximo de sinais. Para Berger e Luckmann (2002), assim se define a interação social prototípica,¹⁵ com os outros casos de interação derivando dela. Ao mesmo tempo, um sistema de tipificação do outro é acionado, enquadrando-o em categorias – brasileiro, casado, engenheiro, grisalho – e sendo enquadrado por elas reciprocamente. Mas a intimidade que se estabelece nas relações pessoais arrefece essas tipificações, coisa que não acontece quando a interação é anônima. Assim, a realidade social da vida cotidiana é assimilada entre essas duas interações – a anônima e a presencial. “A estrutura social é a soma dessas tipificações e dos padrões recorrentes de interação estabelecidos por meio delas. Assim sendo, a estrutura social é um elemento essencial da realidade da vida cotidiana”. (BERGER; LUCKMANN, 2002, p. 52)

Essa troca de sentimentos não presencial que ocorre entre a mídia e o telespectador, Thompson (2002) chama de *quase-interação mediada*. Ela possibilita que os indivíduos alarguem os horizontes e estabeleçam novos parâmetros no processo de autoformação. Os materiais simbólicos que ajudam na formação do *self*, agora, não dependem mais das relações locais de poder para se espelhar. O conhecimento é adquirido de forma múltipla em múltiplos veículos da mídia. As formas mediadas de comunicação enriqueceram a organização reflexiva do *self*, propiciando uma variada gama de materiais simbólicos para essa construção. Agindo como ideais simbólicos, propiciam que o indivíduo organize a vida no seu entorno e tire sentido disso.

Há dois aspectos da quase-interação mediada que são de particular importância para a natureza dos relacionamentos pessoais que surgem através da mídia. Primeiro, como a quase-interação mediada se estende através do espaço e do tempo, ela possibilita uma forma de intimidade com outros que não compartilham o mesmo ambiente espaço temporal; em outras palavras, ela possibilita uma “intimidade à distância”. Segundo, como a quase-interação mediada não é dialógica, a forma de intimidade que ela estabelece não tem um caráter recíproco, isto é, não implica o tipo de reciprocidade característica da interação face a face. (THOMPSON, 2002, p. 191)

A mesma relação pode ser estabelecida entre o público e o jornalismo e, de forma mais específica, tanto pela TV quanto pela internet. A interação face a face não existe nesses ambientes, mas é vivida como tal. “Talvez os computadores e a virtualidade nas suas diversas formas nos pareçam tão naturais devido à sua semelhança com o ato de ver televisão, a nossa experiência mediada dominante ao longo dos últimos quarenta anos”. (TURKLE, 1997, p. 350)

Primo (2007) postula que na interação “mútua” presente na internet, modificações constantes se estabelecem na ação entre os integrantes, com cada um contribuindo para a construção do outro e sen-

do modificado pelas relações anteriores. E na “reativa”, a interação se baseia na previsibilidade e automação das trocas para não interromper o sistema interativo; em uma predomina a interação de sentimentos, na outra, a interação tecnológica. Essas duas formas de interação mediada por computador não são excludentes, podendo-se estabelecer em uma mesma relação ao mesmo tempo.

Castells aponta que interações reativas podem ajudar a desenvolver interações mútuas; isso foi apontado em uma pesquisa em que usuários de banda larga, em relação aos que não usavam internet

[...] tinham mais laços sociais fortes, mais laços sociais débeis e mais relações com conhecidos dentro e fora do bairro que aqueles que não o eram. O uso da internet potenciava a sociabilidade, tanto à distância como no ambiente da comunidade local. As pessoas estavam mais informadas acerca das notícias locais graças ao sistema de correio eletrônico da comunidade, que servia como veículo de comunicação entre os vizinhos. A utilização da Internet reforçava as relações sociais, tanto à distância como a nível local, para os laços fortes e para os débeis, para fins instrumentais ou emocionais, assim como para a participação social na comunidade. (CASTELLS, 2004, p. 152)

É nesses laços sociais em torno de um objetivo comum que se percebe a necessidade dos leitores de expressar o que sentem sobre o jornalismo. Se o consumo de notícias aparenta um fluxo único em um primeiro momento, interagir na web sob o que foi apreendido coloca a relação em outra perspectiva, não de igualdade, mas um simulacro desse sentido. Pelos depoimentos deixados espontaneamente, percebe-se que o jornalismo vai além de apenas informar e criar uma noção de mundo físico; também propicia laços sociais baseados na emoção, uma cognição mais sofisticada do que a usual assimilação dos fatos. (HAGEN, 2009)

A possibilidade de deixar múltiplas facetas da personalidade transitarem na internet em nada difere dos vários papéis, ou lugares de

fala, que assumimos na nossa vida diária, nas interações face a face. Somos tão variados quanto o lugar em que estamos, as pessoas com quem falamos, os objetivos que pretendemos alcançar. O que fazemos e dizemos dentro da intimidade do lar não é igual ao que fazemos e dizemos quando estamos na rua. A postura na profissão não é a mesma quando em um bar. Mas não deixamos nunca de ser nós mesmos, apenas nos adaptamos às contingências do tempo/espço e sabemos instintivamente que não podemos ser absolutamente iguais em situações diferentes, ou seríamos mal compreendidos. Estar entre os usuários que fizeram de uma reportagem o assunto mais comentado do Twitter, ou participar de uma comunidade que discute ações de cidadania no Orkut, concomitantemente com várias janelas abertas em sites de religião, cultura, música ou jornalismo, nada mais é do que exercitar nossos lugares do “Eu” de forma explícita. Como bem define Turkle, no computador, a identidade de uma pessoa tem que ser avaliada pela soma da sua presença em cada uma das janelas abertas. “A cultura da simulação encoraja-me a aceitar sem rodeios aquilo que vejo no ecrã. Na cultura da simulação, a partir do momento em que uma coisa funciona, tem toda a realidade de que necessita”. (TURKLE, 1997, p. 34)

É essa capacidade de “representar papéis” díspares sem medo de parecer incongruente que torna atrativo e oportuno coletar depoimentos sobre jornalismo nas redes sociais, sites e blogs. Com liberdade para se expressar, e sem medo de parecer ridículo ou deslocado, o usuário pode partilhar bens simbólicos que de outra forma seria difícil ou até impossível. A intimidade que se instaura entre os participantes das comunidades possibilita que o medo de falar seja superado pela vontade de participar. Concordando ou discordando, tomar uma posição é uma forma de se fazer presente e atuante, interagindo de forma profunda com o outro. “[...] as relações adquirem rapidamente um caráter intenso, dado que os participantes se sentem isolados num mundo remoto e estranho, regido por regras próprias”. (TURK-

LE, 1997, p. 307) Analogamente, é a mesma interação que ocorre nos participantes de programas como o *Big Brother Brasil*, em que as simpatias e os ódios são fulminantes. As pessoas tendem a revelar os “bastidores” de suas vidas impelidas pela camaradagem, simpatia ou segurança que sentem no outro, única opção dentro de uma nova e desconhecida região limitada.

Os MUDs [*softwares* para multiutilizadores] encorajam a projeção e o desenvolvimento de transferências, por algumas das mesmas razões que uma situação de análise freudiana clássica o faz. Os analistas sentam-se atrás dos seus pacientes, para assim poderem converter-se em vozes desencarnadas. Aos pacientes é dado espaço para que projectem no analista pensamentos e sentimentos do seu passado. Nos MUDs, a falta de informação acerca da pessoa real com quem estamos a conversar, o silêncio que nos rodeia enquanto premimos as teclas, a ausência de indícios visuais, tudo isso encoraja a projecção. Esta situação conduz a simpatias e antipatias exageradas, a idealizações e demonizações. [...]. E por vezes, quando os sentimentos evocados por processos de transferências nos MUDs são objecto duma reflexão profunda, as relações estabelecidas nos MUDs podem *propiciar a autocompreensão*. (TURKLE, 1997, p. 308, grifo nosso)

Essa autocompreensão é um processo longo e nada fácil, mas que cada vez mais se ampara nas relações travadas na internet, seja através de e-mails, de bate-papos em programas como o *Messenger*, em espaços de comentários de reportagens ou na presença em comunidades virtuais em redes sociais. As trocas instauradas nessa interação mútua superam as barreiras físicas temporais para se firmarem na credibilidade depositada em um outro que também torna o sujeito credível do lado de lá do computador, construindo uma relação amparada na alteridade. Não há, então, por que suspeitar da veracidade e espontaneidade desses relatos, não há por que acreditar que uma grande quantidade de energia e tempo possa ser empregada para fraudar personalidades, gostos e sentimentos.¹⁶ Os registros presentes nessa

forma de interação fornecem novas mediações para o *self* e são uma maneira de encontrar em si mesmo aquilo que se busca inconscientemente no outro.

Proposições metodológicas

No jornalismo, a aplicação da Análise de Discurso tem especial desempenho em dois tipos de pesquisa: mapeamento das vozes e identificação dos sentidos. (BENETTI, 2007) Aqui, vou dar especial ênfase à identificação de sentidos, apesar dos procedimentos de coleta e tabulação dos dados serem semelhantes nos dois. Na pesquisa de recepção, a identificação de sentidos se mostra muito produtiva, já que a participação do leitor é totalmente livre: não há nada que se interponha entre o desejo de expressar opiniões e as opiniões expressas. Pelo contrário, a intencionalidade de se conectar à internet, fazer o login, pesquisar o endereço de uma rede social ou site de notícias, entrar, ler e interagir aponta a espontaneidade dos depoimentos. Sobre a ideia senso comum de que a web é um possível lugar de mentira e fingimento, a AD interpõe o pressuposto de que ninguém se recria sem deixar traços visíveis de sua personalidade dominante.¹⁷ Os avatares usados na web, quando não predominantemente iguais a quem os criou, são projeções de sentimentos latentes que cedo ou tarde serão incorporados pelos usuários. Tanto em uma comunidade de discussões quanto no espaço de comentários de um site, o locutor/sujeito empírico sempre vai estar por trás de todas as vozes que enunciar, mesmo em lugares completamente diferentes e até em posições antagônicas.

Isto porque os sujeitos perseguem uma completude que nunca poderão alcançar, apesar de uma perspectiva ilusória apontar o contrário. O indivíduo, sob a aparência de unicidade, assume variadas posições dependendo do lugar de onde fala: a posição que o sujeito ocupa e permite a ele determinar o que pode e deve ser dito demonstra que este “sujeito” nada mais é do que uma posição vaga, ocupada

por diferentes indivíduos que dali se colocam para enunciar. Como esse sujeito assume várias posições possíveis dentro do discurso, é a dispersão que atravessa e constitui o discurso. “Descrever uma formulação enquanto enunciado não consiste em analisar as relações entre o autor e o que ele diz (ou quis dizer, ou disse sem querer); mas em determinar qual é a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser seu sujeito”. (FOUCAULT, 1995, p. 109) A movimentação do indivíduo entre várias posições de sujeito só não gera uma “quebra de identidade” porque é um processo essencialmente inconsciente.

A dispersão, em que o indivíduo é cindido em diversos sujeitos, é a chave do discurso para Foucault; para compreender um discurso, é preciso localizar, perceber, enxergar esses elementos nem sempre compatíveis entre si, difíceis de classificar, mas que aparecem com regularidade em sua estruturação. Isso propicia apontar as regularidades necessárias dentro do funcionamento do discurso para se ter a compreensão dos sentidos. No ambiente virtual, essas definições têm a mesma validade do ambiente presencial.

O anonimato dos MUDs [*softwares* para multiutilizadores] – onde só somos conhecidos pelo nome da nossa personagem ou personagens – dá às pessoas a oportunidade de expressarem múltiplas facetas de sua personalidade, muitas vezes inexploradas, de brincar com a sua identidade ou experimentar novas identidades. Os MUDs tornam possível a criação duma identidade tão fluida e múltipla que desafia os limites do próprio conceito. Afinal de contas, a identidade refere-se a uma semelhança rigorosa entre duas qualidades, neste caso entre uma pessoa e a sua máscara. Porém, nos MUDs, uma pessoa pode ser várias. (TURKLE, 1997, p. 16)¹⁸

A grande vantagem metodológica de usar a web em relação aos suportes tradicionais – questionários, entrevistas, observação de campo, grupo focal – é que o pesquisador se mantém oculto e nunca interfere no curso das discussões; recolhendo anonimamente as marcas

deixadas pelos usuários, não tem como causar desconforto ou gerar possíveis desvios nos relatos, um dos grandes problemas da recepção. O pesquisador, quando entra em contato com os sujeitos de um determinado grupo ou lugar, automaticamente estabelece uma relação empática, recíproca e interativa. Nenhum dos dois agirá exatamente da mesma maneira depois dessa aproximação: simpatias, antipatias, medos, expectativas, tudo isso passa a mediar a informação coletada. Muitas são as reações possíveis do entrevistado – e muitas inconscientes –, que vão desde dizer o que supõe ser importante para o entrevistador ou, de forma contrária, omitir informações pela baixa empatia ou segurança que sente. De qualquer forma que se apresente, o pesquisador sempre será um “corpo estranho”, um “espião”. Na web, essa questão é plenamente superada.

Para interpretar os sentidos, no entanto, é preciso ter resguardo em algumas etapas do método. A amostra deve ter um tamanho significativo, já que é sobre a frequência dos sentidos que se repetem¹⁹ que o analista poderá trabalhar, e a variável temporal deve ser muito bem definida para que não haja desvios. A produção jornalística apresenta características diferenciadas fora do dia a dia – sábados, domingos e feriados – em momento de grandes coberturas – eleições, desastres naturais e humanos, grandes eventos – e, até mesmo, sazonais – meses das férias de verão –, que mudam as rotinas produtivas da redação, bem como alargam as fronteiras dos valores-notícia. Nesses períodos, a compreensão do jornalismo não pode ser pensada da mesma maneira, já que os sentidos produzidos não estão só ligados aos fatos do cotidiano, mas filtrados por características especiais. Por exemplo: se a proposta da pesquisa é entender o veículo – telejornal, radiojornal, jornal ou webjornal –, e não um produto específico – uma reportagem ou série –, é mais pertinente trabalhar com uma edição de cada mês durante um ano do que trabalhar com 12 edições corridas em duas semanas. A probabilidade de um tema ou de uma prática profissional se repetir nesse período é muito maior, causando um desvio. O

pesquisador que se propuser entender como um discurso se constrói ao longo do tempo não precisa abarcar o período completo (365 dias do ano) ou analisar a edição completa (todas as informações produzidas), mas criar um sistema de frequência que aponte o desenvolvimento dos sentidos dentro da variável temporal.

Definidas as questões iniciais, é preciso organizar o material em categorias: todos os sentidos ligados a um núcleo dominante são agrupados para facilitar a compreensão do funcionamento do discurso. Uma amostra realmente significativa garante que os sentidos recolhidos ao longo de um espaço e tempo determinados tenham pertinência e deem embasamento à pesquisa. É preciso, então, deixar clara a quantificação dos elementos envolvidos para, no passo seguinte, inicializar a análise. Ao desnudar a trajetória dessas etapas, reafirma-se o rigor na construção do *corpus*. Para isso, é necessário assinalar o número total de veículos de comunicação envolvidos, de textos analisados e de sentidos agrupados em cada categoria.

Uma questão importante é a incorporação da linguagem do leitor ao processo de significação. As relações estabelecidas na web se constroem, grosso modo, através da liberdade e da indefinição de regras, tornando as especificidades da língua culta algo anacrônico e sem sentido em alguns espaços. Nesses lugares, os sentidos se expressam de forma mais sensorial e emotiva, mais ligados à fala oral cotidiana. Há uma linguagem peculiar e única, em que gírias, abreviações, erros de digitação e até de português não são vistos como um problema por serem incorporados “naturalmente” à escrita. O uso de *emoticons* e sinais gráficos também são recorrentes para exprimir sensações e ações variadas. É preciso ressaltar que isso não acarreta perda de credibilidade, é apenas uma maneira específica de expressão. Para trabalhar com esse material, o pesquisador deve estar despido de preconceitos e não pode compreender essa linguagem como uma limitação do interlocutor. Manter a grafia original na análise é ratificar essas peculiaridades. No entanto, o uso de símbolos, figuras e outras marcações típicas da

web, quando não constroem um significado pertinente ao discurso analisado e agem apenas como “embelezamento” acessório, podem ser eliminados sem perda de significação, o mesmo ocorrendo com a aplicação de cores, itálico e negrito.

Interação orgânica

A aplicação da Análise de Discurso em opiniões e depoimentos sobre jornalismo em sites e blogs de notícias, bem como nas redes sociais, traz novas possibilidades para a pesquisa em comunicação. A quantidade de material disponível permite uma gama de abordagens rica e variada. Ao mesmo tempo, definido o recorte, o *corpus* pode ser facilmente acessado, pois requer apenas a dedicação do pesquisador para resgatar os dados e sistematizar as informações.

Mas a mais instigante possibilidade para a pesquisa em recepção ainda é a maneira de interagir com o público, sempre de forma não invasiva. Ao colher os depoimentos sem nenhum contato com o emissor, não se corre o risco de ter a amostra maculada por mediações dissonantes: o material se apresenta em estado “puro”. A credibilidade de um sentido expresso de forma espontânea, carregado de intencionalidade e emocionalidade, é diferente de um sentido forjado através da coerção – quando se pede reflexão sobre um tema e uma tomada de posição, deixando o pesquisado exposto e fragilizado. Construir sentidos no ambiente aconchegante do lar – ou de qualquer espaço que assuma essa função –, sem a mínima noção de que possam servir como base de pesquisa, indicam sentidos mais próximos da verdade do sujeito. Na impessoalidade de ambientes de entrevista, com limitação da quantidade de caracteres ou de tempo para elaborar a resposta – atrelada à formalidade da língua culta – e com a possível preocupação em se mostrar “politicamente correto” ao supor o que entrevistador ou a sociedade querem ouvir, as mediações se transformam intensamente.

Cabe à Análise de Discurso (AD) fazer o intrincado trabalho arqueológico de significar esses sentidos cristalizados no espaço e no tempo. Por fim, cada peça constitutiva desse quebra-cabeça de sentidos, recolhida de forma individual ao longo da pesquisa, deixa de existir para dar lugar a um sentido maior, um discurso permeado de intrincados significados. Como lembra Benetti (2007, p. 120), a AD é “[...] um método que exige e mesmo pressupõe a compreensão de conceitos fundantes do discurso, e por isso só pode ser utilizado se há disposição para o diálogo com os estudos de discurso também no campo teórico”.

Ao postular a compreensão do jornalismo em uma abordagem organicamente integrada com os campos com as quais tem interface, procuro privilegiar os espaços em que a espontaneidade das interações se mostra mais intensa. A informalidade constitutiva da web possibilita uma riqueza de interações e significados únicos neste momento. Produz sentidos sobre o jornalismo ao se constituir como um lugar de crítica e comentário de fácil acessibilidade em relação a outros suportes. Se a linguagem menos formal do telejornalismo é quem mais se aproxima da linguagem usada nas relações travadas na web, sua constituição englobante de palavra, fala e imagem determina a função prototípica que assume nessa proposta metodológica. O que possibilita a aplicação do método no jornalismo de forma ampla, seja no impresso, na rádio ou na web.

NOTAS

- 1 Segundo Jenkins (2008, p. 35), “[...] a associação de grupos de pessoas dispersas propicia uma forma de poder que é de baixo para cima, [...] em que os membros confiam no conteúdo material de suas contribuições e sentem algum nível de conexão social uns com os outros”. A web 2.0, neste artigo, é tratada como um ambiente de livre expressão – dentro das possibilidades disponibilizadas em cada espaço – em que o sentido de verdade, constitutivo da interação pessoal, também constituiu as interações virtuais.

Aqui, o ato de escrita, expressão primeira dessa interação, está contido no ato de fala, mais livre e democrático. Para o discurso, o ato de fala vai além da oralidade e abrange o verbal e o não verbal constituintes da enunciação discursiva. Na relação do leitor com o campo jornalístico, a interação sempre esteve presente, mas de forma mais contida pela, até então, dificuldade de acesso.

- ² “O ato de ler passa a ser entendido como um gesto de interpretação (ORLANDI, 2004) situado entre condições técnicas e rituais discursivos específicos, organizados historicamente e dependentes das atividades de linguagem, das trocas, apropriações e subversões dos leitores – portanto, mutáveis. Ainda mais, as diferentes práticas de leitura são marcadas pelas implicações dos suportes, que exercem adaptações e podem exigir diferentes aptidões por parte dos leitores”. (BENETTI; STORCH, 2011, p. 209) A participação dos leitores nos comentários também está definida em Storch (2009).
- ³ Dentre muitos espaços da webdestaco o “microblog” Twitter, e duas redes sociais com espaço de interação pessoal e coletiva, em comunidades: Orkut, o mais acessado e popular no Brasil, e Facebook, com menos usuários brasileiros e um público mais elitizado.
- ⁴ Em Análise de Discurso, o leitor pode ser compreendido tanto como receptor quanto interlocutor, independente de qual suporte midiático seja usado. “Na leitura crítica, não se considera a linguagem como um código transparente e neutro, cujos sentidos estariam sendo continuamente manipulados e transmitidos conforme os interesses de cada um. Se as notícias publicadas trazem na sua constituição textual traços histórico-sociais, e isso faz parte dos processos de significação, é porque linguagem e história se constituem mutuamente e os sentidos precisam ser pensados na sua historicidade. Os sentidos não estão presos ao texto nem emanam do sujeito que lê, ao contrário, eles resultam de um processo de inter-ação texto/leitor. Para tornar um pouco mais complexa esta discussão, acrescentemos que nosso atento sujeito-leitor também é constituído por processos sociais e históricos, mas estes processos não são totalmente visíveis para ele. Ao ler, i.e., ao significar, um leitor mobiliza suas histórias de leituras, relacionando o texto lido a outros textos já conhecidos. Da mesma forma, pode correlacionar o que lê a si mesmo, i.e., à sua própria história pessoal, bem como ao momento histórico em que vive e ao contexto de produção da obra. Leitor e texto, portanto, vão se integrando e se desvencilhando à medida em que a historicidade de ambos emerge no processo de leitura.” (MARIANI, 1998, p. 106) Para efeito de compreensão, esta também é a definição que vou usar para abarcar o sentido de ouvinte, telespectador e público – na acepção de que carrega os três sentidos em um único termo, permitindo seu uso quando se pensa no sujeito que interage com o jornalismo.
- ⁵ “Desde o ponto de vista da investigação dos significados televisivos para o próprio telespectador, a linguagem lúdico-afetiva estabelece o desafio de manejar técnicas de investigação que possam dar conta das motivações afetivas na audiência, que são mais *opacas do que a própria racionalidade*; tal opacidade explica a contradição tão fre-

qüentemente detectada entre o que a audiência declara que deveria (racionalmente) ver e a conduta efetiva do que vê, que depende mais de motivações afetivas, menos transparentes para a própria consciência”. (FUENZALIDA, 1997, p. 39, grifo do autor, tradução nossa) No original: “Desde el punto de vista de la investigación de los significados televisivos para el próprio televidente, el lenguaje lúdico-afectivo plantea el desafío de manejar técnicas de investigación que logren dar cuenta de las motivaciones afectivas em la audiencia, que son más *opacas a la propia racionalidad*; tal opacidad explica la contradicción, tan a menudo detectada, entre lo que la audiencia declara que “debería” (racionalmente) ver en TV y la diferente conducta efectiva de visionado, que depende más bien de motivaciones afectivas, menos transparentes a la propia conciencia”.

- 6 Para Bourdieu (1997), a TV é um instrumento de dominação simbólica, uma força de banalização que tende a conformar, uniformizar e despolitizar; as notícias são meticulosamente manipuladas para conduzir as massas ao mesmo tempo em que são vazias de conteúdo. Essa “raiva” recorrentemente usada para definir os supostos malefícios da TV tem forte amparo na Teoria Crítica.
- 7 “O sujeito é um lugar de significação historicamente constituído, ou seja, uma ‘posição’. Essas posições, como sabemos, correspondem mas não equivalem à simples presença física dos organismos humanos (empiricismo) ou aos lugares objetivos da estrutura social (sociologismo). São lugares “representados” no discurso, isto é, estes lugares estão presentes mas transformados nos processos discursivos”. (ORLANDI, 1998, p. 75) O sujeito imaginário é constituído pelas formações imaginárias, imagens que resultam de projeções que atuam no discurso, não derivando de uma presença física ou de lugares empíricos.
- 8 Com um peso ideológico maior, Hall (2003) define como leitura dominante, negociada e de oposição.
- 9 El Receptor Pasivo se define como el receptor que tiene baja selectividad y discriminación ante los mensajes. El Receptor Crítico selecciona y discirne, percibe mediatizadamente y toma distancia ante las emisiones. Pero actúa únicamente sobre el pólo de la recepción del mensaje. Lo Receptor Activo incluye todos los rasgos del receptor crítico, pero pretende además actuar transformadoramente sobre el pólo de la emisión y programación de los mensajes; es capaz de constituirse como un actor social con demandas al médio.
- 10 “Aí encontramos, sem dúvida, uma das conclusões mais interessantes do ponto de vista da teoria da recepção e da influência das mídias. A televisão não manipula os cidadãos. Evidentemente os influencia, mas todas as pesquisas, ao longo de meio século, provam que o público sabe assistir às imagens que recebe. Não é jamais passivo. Nem neutro. O público filtra as imagens em função dos seus valores, ideologias, lembranças, conhecimentos...” (WOLTON, 1996, p. 6).

- ¹¹ Segundo Thompson (2002, p. 185), “[...] self é um projeto simbólico que o indivíduo constrói ativamente [...] com os materiais simbólicos que lhe são disponíveis, materiais com que ele vai tecendo uma narrativa coerente da própria identidade. Esta é uma narrativa que vai se modificando com o tempo, à medida que novos materiais, novas experiências vão entrando em cena e gradualmente redefinindo a sua identidade no curso da trajetória de sua vida. Dizer a nós mesmos e aos outros o que somos é recontar as narrativas – que são continuamente modificadas neste processo – de como chegamos até onde estamos e para onde estamos indo daqui para frente”. Para Jung, o *self* é uma natureza divina que tudo abarca, um Outro – deus interior – que não é o ego que dá suporte ao processo de individuação. “Para Jung o self pode ser compreendido como a imagem da totalidade da psique, como seu centro e também como símbolo dessa unidade, abrangendo consciente e inconsciente o próprio eu. O *self*, como o arquétipo central, seria um princípio unificador da personalidade, conferindo um sentido às ações do indivíduo e integrando-as num todo coerente [...]” (RAFFAELLI, 2001, p.14-15).
- ¹² “[...] nos descentra manteniéndonos em nuestro interior, no solo en el sentido físico y espacial, sino además por lo que llevan en sí de familiaridad natural. [...] la pequeña pantalla mantiene la participación, pero al mismo tiempo consigue que despeguemos. Deja que con nuestra personalidad y nuestros contactos habituales aterricemos en el planeta de lo espectacular. Más exactamente, nos convertimos en espectadores sin dejar de ser lo que somos.”
- ¹³ “[...] os protagonistas do discurso, pela sua inserção como parte de uma ordem social, de uma cultura, não podem ser tomados idealmente, mas sim em relação a um certo lugar que ocupam no interior dessa formação social. Por isso, são, ao mesmo tempo, protagonistas *do* discurso e protagonistas *no* discurso: produzem e estão reproduzidos naquilo que produzem” (ORLANDI, 1988, p. 11, grifo da autora).
- ¹⁴ É preciso lembrar que o público, apesar de ser o mais importante, não é o único presente nas formações imaginárias que compõem o “outro”. Em menor ou maior grau, a interlocução também acontece com o corpo de jornalistas da redação, as fontes, a empresa em que se trabalha, o campo jornalístico e a imagem, coletiva ou individual, que cada um tem do que é jornalismo: bastião da verdade, 4º poder, vigilante social etc.
- ¹⁵ “[...] pode-se afirmar que o outro na situação face a face é mais real pra mim que eu próprio. Evidentemente ‘conheço-me melhor’ do que posso jamais conhecê-lo. Minha subjetividade é acessível a mim de um modo que a dele nunca poderá ser, por mais ‘próxima’ que seja nossa relação. Meu passado me é acessível na memória com uma plenitude em que nunca poderei reconstruir o passado dele, por mais que ele o relate a mim. Mas este ‘melhor conhecimento’ de mim mesmo exige reflexão. Não é imediatamente apresentado a mim. O outro, porém, é apresentado

assim na situação face a face. Por conseguinte, ‘aquilo que ele é’ me é continuamente acessível. Esta acessibilidade é ininterrupta e precede a reflexão. Por outro lado, ‘aquilo que sou’ *não* é acessível assim. Para torná-lo acessível é preciso que eu pare, detenha a contínua espontaneidade de minha experiência e deliberadamente volte a minha atenção sobre mim mesmo. Ainda mais, esta reflexão sobre mim mesmo é tipicamente ocasionada pela atitude com relação a mim que o *outro* manifesta. É tipicamente uma resposta ‘de espelho’ às atitudes do outro”. (BERGER; LUCKMANN, 2002, p. 47-48)

- 16 Segundo relato em uma pesquisa de Turkle (1997, p. 305), criar e usar perfis falsos pode ser definido como “‘combustível barato’, uma novidade que se esgota depressa devido à grande quantidade de ‘energia psíquica’ necessária para mantê-la”.
- 17 Generalizo deliberadamente para reafirmar a norma, não o desvio. Entendo a possibilidade de pessoas psicóticas se “reinventarem”, para o bem e para o mal, mas essa é uma situação social extrema que não tem relevância para essa pesquisa. “[...] a proliferação de estudos acerca desta questão [construção de identidades na web] fez com que se tivesse entendido a internet como um terreno privilegiado para a prática de fantasias pessoais, quando na realidade quase nunca o é. A internet é uma extensão da vida tal como é, em todas as suas dimensões e modalidades. Além disso, mesmo nos jogos de papéis e nos *chat rooms* informais, as vidas reais (incluindo as vidas reais *on-line*) são as que determinam e definem o modelo de interação *on-line*. Assim, Sherry Turkle, pioneira nos estudos sobre construção de identidade na internet, concluiu o seu clássico estudo indicando que ‘a noção do real contra ataca. As pessoas que vivem vidas paralelas na tela estão, em todo caso, limitadas pelos desejos, o sofrimento e a mortalidade dos seus seres físicos. As comunidades apresentam-nos um novo contexto dramático no qual pensar sobre a identidade humana na era da Internet’”. (CASTELLS, 2004, p. 147)
- 18 O trabalho de Turkle sobre a construção de identidades na internet, muitas vezes, usa exemplos de comunidades dedicadas a jogos de computador. Mesmo não sendo iguais aos espaços de comentários ou às redes sociais, algo que não existia quando a autora escreveu o livro, os processos de interação e construção de si mesmo são plenamente equivalentes.
- 19 Interdiscurso ou memória discursiva é aquilo que se resgata antes de qualquer fala e vem desde o momento fundador atravessando o tempo e o espaço para se cristalizar na língua: “[...] saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma de pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra, o interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada”. (ORLANDI, 2001, p. 31) Aqui, lidamos com sinônimos, metáforas e similitudes que se repetem para reiterar o mesmo.

REFERÊNCIAS

- BENETTI, Marcia. Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia. *Metodologia de pesquisa em jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- BENETTI, Marcia; STORCH, Laura Strelow. Jornalismo, convergência e formação do leitor. *Matrizes* São Paulo, v. 4, p. 205-215, 2011.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. 21 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.
- CAZENEUVE, Jean. *El hombre telespectador*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1977.
- FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- FUENZALIDA, Valério; HERMOSILLA, María Elena. *El televidente activo: manual para la recepción activa de TV*. Santiago de Chile: CPU, 1991.
- FUENZALIDA, Valério. *Televisión y cultura cotidiana: la influencia social de la TV percibida desde la cultura cotidiana de la audiencia*. Santiago de Chile: CPU, 1997.
- HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Ed. UFMG. Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.
- HAGEN, Sean. *A emoção como estratégia de fidelização ao telejornal: um estudo de recepção sobre os laços entre apresentadores e telespectadores do Jornal Nacional*. 2009. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/17740>>. Acesso em: abr. 2011>.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- MARIANI, Bethania. *O PCB e a imprensa: os comunistas no imaginário dos jornais (1922-1989)*. Rio de Janeiro: Revan; Campinas: Unicamp, 1998.
- ORLANDI, Eni L. P. A incompletude do sujeito: e quando o outro somos nós? In: ORLANDI, Eni (Org.). *Sujeito e texto*. São Paulo: EDUC, 1988.

- ORLANDI, Eni L. P. *Análise do Discurso: princípios e procedimentos*. 3.ed. Campinas: Pontes, 2001.
- ORLANDI, Eni L. P. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. 4.ed. Campinas: Pontes, 2004.
- ORLANDI, Eni L. P. Discurso e argumentação: um observatório do político. *Fórum Lingüístico*, Florianópolis, v. 1, n.1, 1998. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/forum/article/view/6915/6378>>. Acesso em: jan. 2009.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo. *Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio*. México: Universidad Iberoamericana, 1991.
- PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- RAFFAELLI, Rafael. Imagem e self em Plotino e Jung. *Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas*. Florianópolis, n. 22, jul. 2001. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/cadernosdepesquisa/article/viewFile/1698/4403>>. Acesso em: jan. 2009.
- STORCH, Laura. *Atividades de leitura no jornalismo online: a reformulação do discurso jornalístico a partir da participação de leitores escritores*. 2009. Xxf, Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/16259>>. Acesso em: jul. 2011.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 5 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- TURKLE, Sherry. *A vida no ecrã*. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.
- WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1996.
- WOLTON, Dominique. *Seminário Comunicação, política e tecnologia*. Porto Alegre: PUC-RS, 2005.

**JORNALISMO, SOCIEDADE
E SUBJETIVIDADE**

Teve, Jornalismo e Acontecimento

Vera V. França

Os estudos televisivos ganharam destaque nos últimos anos. Em que pese a falta de prestígio da televisão junto ao meio acadêmico enquanto meio de consumo e de entretenimento, a sua vasta audiência e penetração no seio de públicos diversificados veio convertê-la – quanto mais não seja – em objeto de estudo de grande interesse. Tais estudos obedecem a diferentes clivagens, como já tive oportunidade de registrar em outros momentos. (FRANÇA, 2006) O viés da linguagem televisiva constitui, sem dúvida, a ênfase privilegiada por vários pesquisadores.¹ No âmbito dos trabalhos desenvolvidos pelo “GRIS – Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade da UFMG Gris/UFMG,² nossa perspectiva se situa antes numa visada mais abrangente das relações entre mídia e sociedade, buscando apreender a prática interativa que se estabelece entre meios e audiência, o formato das relações que se constroem entre os interlocutores, a dinâmica de sentido instaurada no processo de produção-consumo de mensagens. No caso específico da televisão, mais do que a análise de gêneros e da conformação dos processos discursivos (de inegável importância, quero ressaltar), interessa-nos apreender a posição dos sujeitos e a natureza cultural dos produtos televisivos, entendendo que as conversações midiáticas, no seu conjunto, constituem um dos momentos (e um momento central) onde a cultura de uma sociedade se materializa, se reproduz, se renova. Em suma, onde a sociedade se faz e se dá a ver – o que atesta a riqueza de nosso objeto de análise,

e atribui aos estudos comunicacionais um lugar privilegiado para a leitura da vida social.

No desenvolvimento dessa perspectiva, convocamos aportes teóricos e conceitos distintos. Dentre eles, o conceito de acontecimento tem se mostrado particularmente instigante para nossas reflexões, ao articular fatos e discursos, ocorrências no mundo e processos de produção de sentido. Tal conceito nos parece particularmente oportuno para refletir sobre a maneira como o mundo penetra a televisão, e como a televisão fala do mundo; é através dele que buscaremos discutir e nos distinguir de um outro tipo de abordagem, que aponta e denuncia justamente a separação entre a televisão e a realidade fora dela.

Assim, o objetivo deste texto é confrontar duas perspectivas de análise. De um lado, alguns autores identificam uma tendência auto-centrada da televisão, que cada vez fala menos do mundo e mais de si mesma (através dos conceitos de uma paleo e neotelevisão). Por outro lado, temos o aporte das teorias do acontecimento, e particularmente da abordagem desenvolvida por L. Quéré (2012), destacando o poder hermenêutico e a força de afetação do acontecimento (dos fatos do mundo), tornando inseparáveis o terreno das ocorrências empíricas (campo do sensível) e aquele da produção discursiva (campo do simbólico). A televisão que se torna “interpretante de si mesma” (Sodré) seria imune ao acontecimento, e o telejornalismo teria se transformado em espelho invertido do mundo? (E o mundo se convertido naquilo que a televisão diz que ele é?) Ou seria outra a relação entre a televisão e a vida, e bem mais complexa a relação entre o acontecimento no nível existencial e o acontecimento reconstituído pelo telejornalismo? Estas são as questões que norteiam a reflexão aqui proposta.

A televisão que fala de si mesma

Não é de hoje que a televisão é mal vista pelos intelectuais. Se em seu início ela provocou expectativas e despertou esperanças – de um

meio que viesse permitir o acesso à cultura clássica, desencadeasse o gosto pela arte e propiciasse novo campo de criação artística (FREIRE, 2004, 2007) –, rapidamente ela se torna objeto de críticas e profundo desprezo por parte das elites cultivadas. Assim é que os primeiros estudos a ela dedicados ressaltavam seu caráter ideológico e mercantil, sua inscrição num projeto ideológico e numa lógica de dominação.

Nos últimos anos, na brecha estabelecida sobretudo pelos Estudos Culturais, ela ganha entrada no mundo acadêmico e começa a se estabelecer como objeto legítimo de estudo, sustentado por novos conceitos e suscitando novos enfoques, como a autonomia do receptor, a importância das mediações culturais, a presença de códigos diversificados e de leituras negociadas e/ou oposicionais.

Resistências, críticas e no máximo certa condescendência ainda pairam em torno dela. Mesmo no campo da comunicação, ainda há uma desvalorização dos estudos televisivos frente a outros recortes mais “nobres”. E a televisão com frequência é estudada ou pelo viés daquilo que não é, pelo que lhe falta (em contraposição ao cinema ou à literatura), ou por representar, na sociedade contemporânea, um lugar de perda simbólica, de esmaecimento e degradação das formas culturais.

Dentre as várias teorias críticas à televisão, me atenho a uma vertente mais recortada, que é a tese do autocentramento. Ela é antiga – foi apontada já no final dos anos 1970, por U. Eco, mas tem ressonância até os dias de hoje. No artigo *A transparência perdida* (1977), Eco distinguiu dois momentos da televisão – a paleo e a neotelevisão. Não mais do que 30 anos após a invenção desse meio, ele já detectava uma mudança e uma reorientação no alinhamento da produção televisiva: aquele que seria um meio revolucionário de mediação com a realidade – “a janela para o mundo” – envereda por um caminho de autoencantamento e se converte, nos diz Eco, numa “janela aberta para um mundo fechado”. No artigo citado acima ele antecipa uma tese que vem sendo repetida até nossos dias – que é a contraposição entre veiculação *versus* produção do fato, verdade do fato *versus* verda-

de da enunciação – com a conseqüente e grave repercussão no campo do jornalismo televisual:

A relação de verdade factual sobre a qual repousava a dicotomia entre programas de informação e programas de ficção entra em crise e tende cada vez mais a envolver a televisão em seu conjunto, transformando-a de um *veículo de fatos* (considerado neutro) em um *aparato para a produção dos fatos*, de espelho da realidade em produtor da realidade. (ECO, 1984, p. 192), (grifo do autor)

Frente a essa tevê que fala de si mesma, privado do contato com o mundo exterior, o espectador volta-se para si próprio – e reencontra sua natureza arcaica, pré-televisiva, e confirma “o destino solitário da eletrônica” (ECO, 1984, p. 200)

Na verdade, são duas as teses que Eco enuncia nesse artigo: a televisão como produtora da realidade; o telespectador isolado e apartado do mundo. Essa segunda teoria, sobretudo, traduz uma preocupação enunciada por críticas da sociedade de massa de diferentes matizes, que denunciam, num cenário de crescente urbanização e desenvolvimento vertiginoso de novas tecnologias de comunicação, o isolamento individual, o surgimento de indivíduos-mônadas, fechados em si mesmos, com o crescente enfraquecimento dos laços sociais.³

Os conceitos de paleo e neotelevisão foram amplamente acolhidos por vários autores, tanto para a construção da história da televisão como na aplicação das perspectivas aí contidas. Na releitura de Cassetti e Odin (1990), a paleotevê estabelecia uma relação hierárquica e de cunho pedagógico com sua audiência; era parte de seu contrato apresentar o mundo a uma ampla coletividade, e se constituir como elo entre essa coletividade e a realidade exterior (a “janela aberta”). Já a neotelevisão substitui o contrato pelo contato, pelo pacto da convivialidade, e desloca a referência ao mundo externo para enfatizar sua inserção no cotidiano doméstico, sua relação de proximidade

com o espectador, numa dinâmica completamente aut centrada e de autorreferencialidade.

J. L. Missika, por sua vez, retoma e amplia a tipologia de Eco, acrescentando uma terceira fase – da pós-televisão. Assim como Casseti e Odin (1990), Missika acentua a mudança do regime contratual estabelecido pela neotevê, e o abandono de um registro pedagógico e normativo em prol de um regime intimista, próximo, convivial (2006, p. 20). Nesse regime, a palavra do expert é substituída pela palavra profana – mas o que esta traz é a experiência individual, é o particular, em detrimento de uma visada geral. Para o autor, “não é mais a televisão que fala ao telespectador, mas, por um jogo de espelhos, o telespectador que se fala a si mesmo e de si mesmo.” (2006, p. 25).

Se a expressão mais acabada da neotevê, para Missika, são os *reality* e os *talk shows*, no campo da informação ela ganha forma no jornalismo dirigido a interesses individuais – o jornalismo de proximidade, dos depoimentos e experiências particulares, onde cada um não quer ver senão a si mesmo.

A pós-televisão delineada pelo autor significa a completude do projeto da neotevê: a afirmação narcísica da identidade individual, a intimidade sem interioridade, onde uma máxima impera – passar na televisão. “Ela não é mais um simples lugar de expressão: ela é o vetor, o *coach*, o iniciador do florescimento pessoal.” (2006, p. 30). Nesse momento, a TV assume de forma acabada sua nova concepção: a televisão autorreferencial (p. 29), a televisão laboratório, que cria seu próprio real. Para Missika, no “após-televisão”, quando ela explode e se fragmenta em milhares de telas, canais e terminais, “não surge nada mais, nada menos que [...] a televisão, como de costume”. (2006, p. 37)

Nesse mundo em que cada um apenas quer se ver na televisão, ver suas imagens, seu duplo, não existiria mais espaço para o jornalismo – pelo menos, não para o que compreendemos até agora como jornalismo, enquanto uma prática comunicativa voltada para a leitura e interpretação de um mundo amplo e diverso.

Também no Brasil – apesar das diferenças culturais – a classificação é retomada, bem como a tese da televisão que fala de si mesma. Dialogando com vários autores na consolidação de seu conceito de “*bios* midiático”, M. Sodré registra:

A fase atual, também dita “neotelevisão”, caracteriza-se por uma mudança no modo de relacionamento dessa tecnologia de comunicação com o telespectador que [...] retroage fortemente sobre a organização midiática [...] *A televisão auto-referencializa-se, isto é, incorpora a função referencial e torna-se interpretante de si mesma* [...]. (SODRÉ, 2006, p. 105), (grifo nosso)

Para o autor, nesse novo *bios*, a discussão sobre a lógica da representação se recoloca: “De fato, todo esse sistema de *representações sem referentes*, tornadas puros modelos – imagens, digitalizadas e táteis, parece pertencer a uma dimensão *aquém* da representacional.” (SODRÉ, 2006, p. 103) (grifo nosso) Na sociedade midiaticizada de nossos dias, Sodré diagnostica o predomínio do signo indicial nas formas de conhecimento e transmissão da informação. Num novo tipo de relação social, carente de profundidade semântica ou de valores éticos, os signos prescindem de qualquer mediação conceitual, e até mesmo da semelhança com seus referentes, e se bastam na contiguidade relacional que estabelecem. Citando Abramo, ele diz ainda: “No jornalismo colado ao mercado, [...], o texto passa a ser mais importante do que o fato que ele reproduz; a palavra, a frase, no lugar da informação; [...]; o visual harmônico sobre a veracidade ou a fidelidade.” (SODRÉ, 2006, p. 109).

Não é meu propósito aprofundar aqui esta discussão, mas tão somente apontar o grave diagnóstico delineado por tal perspectiva. Ainda que os enfoques da neo ou pós-televisão encontrem maior evidência e exemplos no campo dos produtos ficcionais e lúdicos, se confirmados, eles estariam revelando um panorama bastante sombrio no que tange ao telejornalismo. O jornalismo é, por excelência, o acompanhamento e leitura da realidade (a velha função de vigilân-

cia evocada por Lasswell). Quando a televisão olha para si mesma, quando a janela não descortina senão o interior da própria casa, o *medium* se converte num dispositivo de asfixia e clausura. No reino do tautismo, conforme termo cunhado por L. Sfez (1994). Lembrando Baudrillard, estaríamos, então, presos no mundo vertiginoso da matrix – ou, no máximo, encerrados na melancólica solidão das vidas individuais.

Fazendo uma breve síntese das reflexões apresentadas, esse conjunto de traços associados ao que seria uma neotelevisão⁴ nos aponta um cenário em que a televisão se afasta cada vez mais do mundo e de uma realidade coletiva em prol de uma realidade própria, de um discurso sem referente, do intimismo e do individualismo, ao privilegiar o viés personalista e confinar o expectador num mundo artificial – um simulacro de mundo, lembrando o conceito (já clássico) utilizado por Baudrillard (1991).

Não me parece que essa perspectiva negativista ainda tenha grande peso nos estudos comunicacionais em nossos dias (embora, curiosamente, ela predomine em áreas disciplinares vizinhas nas análises que promovem da mídia). No entanto, um olhar mais atento nos mostra que ela permanece sob formas mais amenas. Se não são muitos os autores que, hoje, reivindicam uma filiação explícita à herança frankfurtiana ou às teses de Baudrillard, o fechamento do discurso televisivo é reafirmado por vias indiretas, através de um viés analítico que enfatiza a preponderância da linguagem face ao real que ela supostamente estaria mediando, numa relação não de representação, mas de substituição. No caso dos estudos de jornalismo, a ênfase recai no estilo e nas formas narrativas, não em suas relações com a realidade que ele traduz, mas naquilo que ele constrói para substituí-la (ou como seu arremedo).

A prática jornalística é nucleada pela noção de notícia; o jornalismo se constitui como a palavra que traduz e disponibiliza as ocorrências ou fatos relevantes da vida cotidiana – os acontecimentos trans-

formados, por esta palavra, em notícias. Ora, para alguns autores, o que constitui um acontecimento não é a natureza da ocorrência, mas a sua narrativização, sua tradução em discurso. Citando Verón, num estudo de 1981 (*Construire l'événement*),

Os acontecimentos sociais não são objetos que podem ser encontrados prontos em algum lugar na realidade e de quem os meios nos fariam conhecer as propriedades e desdobramentos seguintes com maior ou menor fidelidade. Eles apenas existem na medida em que são construídos pelos meios. (VERÓN, 1981, p. 7-8)

Essa afirmativa se aproxima, por outra vertente, das teses enunciadas anteriormente, e esvazia igualmente o real empírico em nome da realidade constituída pelo discurso; substitui o real por efeitos de real. O que temos, por este caminho, são análises das notícias, ou do produto jornalístico, que não se perguntam mais pela maneira e pelas relações que elas mantêm com o mundo, mostrando-se reféns do paradigma linguageiro da mesma maneira como outras o fizeram com o paradigma tecnológico, ou com a tese da dominação ideológica.

Fechando então este primeiro tópico sobre a televisão, eu concluiria que a tese do autocentramento da televisão, desenvolvida por alguns autores, se traduz, no que toca ao telejornalismo, em concepções que reduzem os acontecimentos do mundo a acontecimentos produzidos pelo discurso televisivo, que tratam este discurso como um discurso sem referente, ou autorreferencial. Como consequência, elegem como objeto de estudo as narrativas e os efeitos de real por elas provocados.

Este caminho é deslocado, ou se mostra insuficiente, se adotamos uma outra concepção de acontecimento.

O acontecimento como reverberação de sentido

L. Quéré (2012), numa abordagem inscrita na perspectiva pragmatista, devedora sobretudo do conceito de experiência em Dewey (mas também das reflexões de H. Arendt, entre outros), aponta os limites do que ele chama de “construtivismo radical” (o acontecimento como narrativização do fato – ou como efeitos do discurso) e nos propõe atentar para o “poder hermenêutico do acontecimento”: certas ocorrências no mundo rompem a normalidade do cotidiano, alargam o horizonte dos possíveis, desencadeiam novas possibilidades de sentido, desorganizam o presente, convocam um passado, delineiam um futuro. Tais ocorrências se constituem como acontecimento, porque incidem na experiência de indivíduos e grupos.

Essa abordagem atenta para a especificidade e poder de afetação de certos fatos (uma força imanente, digamos assim), mas não se reduz a um viés empirista, que deposita e restringe ao fato em si a sua significação. A força do acontecimento é a força de sua afetação, sua incidência no terreno da experiência; o acontecimento o é porque acontece a alguém, para alguém. Trata-se, portanto, de um fenômeno relacional.

Invertendo a lógica da conceituação anterior, nesta formulação o acontecimento não é tratado como um fato convertido em discurso (a narrativização do fato), mas sim como um fato que faz falar, e ganha nova existência através de sua tradução discursiva. Esses dois momentos, Quéré (2012) chama de “dupla vida do acontecimento”: o acontecimento como mudança que se produz concretamente em nosso ambiente; o acontecimento como objeto recortado e transformado em linguagem.

Em nosso dia a dia, existem mudanças e emergências às quais somos confrontados em suas qualidades imediatas e em sua força bru-

tal, e às quais reagimos de forma espontânea, nos diz o autor. É o acontecimento em sua dimensão existencial. Mas existem acontecimentos com os quais nos deparamos que se veem extraídos de seu fluxo, constituídos em objetos em busca de seu “tornar-se”. São os acontecimentos que ganham vida através da comunicação. A diferença entre eles é a simbolização, que introduz na experiência uma dimensão diferente da simples existência; eles se tornam objetos de pensamento, e são revestidos pelos significados que lhes imprimimos, advindos de nossa experiência.

Contraopondo-se à colocação de Sodré, que aponta a predominância do indicial, Quéré indica na “segunda vida do acontecimento” a presença da terceiridade – do simbólico. É neste movimento (nesta passagem) que horizontes de sentido são alargados, que outros possíveis são ativados. No acontecimento tornado objeto se inscrevem o imaginário social, o universo de sentidos ativados pelos sujeitos por ele atingidos.

É assim que ele se autonomiza, ganha sua individuação e pode atuar para além do nível do sensível. Seguindo a perspectiva do autor, a autonomização do acontecimento (quando ele se converte nesse acontecimento) ativa seu pano de fundo pragmático, e se traduz em incitação à ação; ele desencadeia perguntas (a enquete, conforme Dewey e Peirce) e pode inclusive se constituir como problema público – um problema colocado aos olhos de todos e submetido à consideração de todos.

Assumir tal perspectiva vai reorientar nosso caminho de análise. Primeiramente, ela implica um olhar e um resgate do empírico, uma atenção às ocorrências no mundo, assim como à maneira como essas ocorrências se convertem em discurso, como são atualizadas e transformadas em sua passagem para o simbólico. Entendendo assim, não falaremos mais de um discurso que perdeu a função referencial, mas de um discurso estabelecendo relações porosas e múltiplas com seu

referente, discursos participando de processos de transformação e do “tornar-se” do acontecimento. Tomando este caminho, a análise do jornalismo, e do jornalismo televisivo, vai buscar a relação entre o acontecimento existencial e o acontecimento simbólico e, nessa passagem e transformação, vai atentar para o campo de sentidos instaurado, o pano de fundo pragmático acionado, a inscrição temporal, as perguntas – respondidas ou caladas.

No que tange ao jornalismo televisivo, e ainda que seja óbvio repeti-lo, nunca é demais ressaltar um dos traços mais decisivos do dispositivo tevê, que é a distribuição domiciliar de imagem e som, a sua onipresença. Tal característica inscreve esse meio diretamente na vida cotidiana, no comum e ordinário partilhado por todos. Este traço, a cotidianidade da televisão (tratado por muitos como responsável pela vulgarização da linguagem da televisão) é antes sua potência, sua inscrição concomitante no mesmo terreno onde a vida acontece misturada com todas as outras forças, estímulos e questões que marcam a experiência de cada dia.

Quando o jornalismo televisivo reporta as ocorrências do mundo, quando coloca em circuito de divulgação a palavra dos agentes e interpõe nessa dinâmica sua própria palavra – quando atua em sua natureza de dispositivo de imagem e som –, uma máquina de transformação poderosa está em funcionamento. Uma máquina da qual nenhum dos agentes detém um completo controle, exatamente porque em dinâmica de transformação. Assim é que entendemos a televisão impactada pelo meio onde circula, e o telejornalismo permanentemente atento e à cata daquilo que intervém e afeta a experiência dos indivíduos na sociedade. Ao mesmo tempo, porém, ao produzir e disponibilizar os acontecimentos em sua “segunda vida”, o telejornalismo intervém novamente no domínio da experiência, reorientando e tornando mais complexa a dinâmica de afetações que movem a vida social.

Acontecimento na televisão, acontecimento na sociedade

Gostaria de terminar essa breve reflexão com um exemplo empírico – mais à guisa de ilustração que através de uma análise propriamente dita (o que exigira um maior investimento, extrapolando os limites e propósitos deste texto). Meu exemplo é a apresentadora e cantora infantil Xuxa Meneghel, de amplo conhecimento público, e personagem de múltiplos acontecimentos. Trata-se de uma escolha intencional, sendo ela uma típica “celebridade midiática”, que tem sua trajetória e sucesso colados ao seu desempenho e presença na mídia. Em muitos sentidos, poder-se-ia dizer que Xuxa foi “construída” pela televisão, e mais especificamente pela Rede Globo. Além do programa infantil que dirigiu por muitos anos naquela emissora, protagonizou filmes, interpretou e gravou canções, desenvolveu uma extensa gama de produtos de consumo infantil (brinquedos, roupas, adereços, publicações). A performance e intervenções da apresentadora, conhecidas por todos, dizem respeito a uma linha completa de produção, conferindo-lhe um estatuto empresarial na mesma medida de seu estatuto artístico (e confundindo-se com ele).

Tendo se tornado uma pessoa de sucesso, tudo que ela faz sempre recebeu enorme repercussão, sendo a recíproca também verdadeira: ganhando uma intensa visibilidade da mídia ao longo de vários anos, ela teve nesta um instrumento e uma aliada constante na construção e na manutenção de sua fama. Xuxa seria, portanto, um exemplo perfeito para ilustrar o funcionamento da neotelevisão (aquela que não fala senão de si mesma): a televisão cria seus personagens e depois fala deles, numa bem ajustada dinâmica autorreferencial. E como aquilo que ela (a tevê) cria tem sentido apenas dentro dela mesma (no circuito artificial que ela impõe), deparamo-nos também com uma cadeia de significantes vazios. Xuxa seria um signo indicial através do qual a televisão indica a si mesma.

Ela seria, assim, um caso interessante para ser estudado enquanto construção midiática; a trajetória de uma pessoa, aparentemente sem qualidades excepcionais, num cenário de intensa disputa por celebridade e fama, que consegue se inscrever e permanecer por tanto tempo atuando na mídia e sendo alvo dos holofotes. Que “mecanismos” ela usou? Se não foi ela mesma, se não vem dela sua projeção, que dispositivos ela usou (ou a televisão a dotou) para catapultá-la ao sucesso? Analisada sob certa perspectiva, poder-se-ia dizer que ela, como resultado de uma construção, é um simples “artefato” – um simulacro de artista, um simulacro de vida.

No entanto, e ainda que alguns duvidem, essa celebridade midiática é também uma pessoa real, uma mulher que, em 1998, então com 35 anos e solteira, teve uma filha, Sasha, com o ator e empresário Luciano Szafir, com quem nunca chegou a estabelecer uma relação de conjugalidade. O nascimento de Sasha recebeu uma surpreendente visibilidade midiática: a cobertura do parto pelo *Jornal Nacional* atingiu cerca de 10 minutos, competindo em exposição com acontecimentos de primeira ordem (como uma visita do papa, eleições presidenciais, vitória em Copa do Mundo).

Algum tempo depois desse nascimento, o então ministro da saúde José Serra, participando de um seminário em Brasília promovido pela Organização Pan-americana de Saúde (Opas), que tinha como tema de debate o problema da gravidez na adolescência e pré-adolescência, fala em entrevista que Xuxa teria sido um mau exemplo: “É um mau exemplo que pode estimular milhares de crianças e adolescentes a ter filhos em idade e condições inadequadas.” Não apenas a fala inadvertida do político alcançou uma esperada repercussão, sendo reproduzida em diferentes mídias, como foi prontamente respondida pela apresentadora. No dia seguinte, numa fala ao vivo no *Jornal Nacional* (que não deixou faltar, nesta hora, o necessário espaço de réplica – útil tanto para ela como para o próprio jornal), Xuxa revida: “Acho a sua declaração, ministro José Serra, injusta e demagógica. Mau exemplo

é o que eu vejo todos os dias no noticiário: aumento de preços, aumento de remédios, planos de saúde que não respeitam o cidadão e os hospitais sem médico”.⁵ E continua: ela não se casou, mas tem condições de criar e educar a filha, o que não acontece com a maioria da população brasileira.

O fato foi um acontecimento, irradiando sentidos em várias direções. Colocou em cena, e em oposição, duas figuras públicas – um político de destaque, do primeiro escalão do governo, e uma personalidade midiática de renome, numa disputa de forças e numa troca de críticas. Tocou uma questão de cunho moral (gravidez fora do casamento) e social (gravidez na adolescência); repercutiu no campo da política, e na precariedade do sistema de saúde do país.

Ou seja, um evento de discurso (a fala do ministro, a fala da apresentadora) ganha estatuto de acontecimento; uma personagem inscrita (se não “produzida”) num universo midiático-televisivo atinge largamente o mundo extra-televisivo; a controvérsia incide claramente no domínio da vida social e da experiência das pessoas. O que nos leva a perguntar: o que é a realidade do mundo, o que é a realidade da tevê?

Ao longo de seus mais de 30 anos de exposição pública, Xuxa protagonizou inúmeros outros acontecimentos.⁶ Nos últimos anos, já com 49 anos, sua presença na mídia tem sido menos frequente. Mas ela continua vivendo momentos de visibilidade, com maior ou menor impacto. E mais recentemente, uma nova entrevista no programa *Fantástico*, da Rede Globo (exibido em 20/05/2012, no quadro “O que Vi na Vida”), alcançou grande repercussão e provocou polêmicas. Nela, a apresentadora revela publicamente que foi abusada sexualmente quando criança, inúmeras vezes, e por pessoas próximas da família. “Eu fui abusada, eu sei o que é isto. Eu tinha vergonha, me calava, me sentia suja. Eu não falei, a maioria das crianças não fala”; [...] “Eu tinha medo de meu pai”.⁷ Seu relato é longo, embora não entre em detalhes íntimos, nem revele nomes. O cenário da entrevista

era sombrio e grave como convém ao tema. Ela diz, com voz embargada, que tinha um sonho de não deixar nenhuma criança sofrer. Que queria lutar por isso.

A entrevista provocou os mais diversos comentários e manifestações. Em sites e blogs, foi chamada de oportunista (como está fora de cena, teria sido uma forma de se relançar) e até acusada de pedofilia (por uma antiga participação em filme que teria cena erótica com um menino de 12 anos, e pela erotização de seus programas infantis). Foi criticada por assumir uma perspectiva (e um discurso) de vitimização, incentivar a cultura da vítima. Porém foi também saudada por tornar público um crime hediondo com o qual o mundo ainda se debate, e por incentivar outras crianças a não se calarem. Foi cumprimentada pela ministra da Secretaria de Direitos Humanos (SDH), Maria do Rosário, por sua coragem. E as estatísticas de denúncia de abuso contra criança aumentaram sensivelmente nos dias subsequentes à entrevista.

Assim como no caso com o ministro Serra, este foi um novo acontecimento protagonizado por Xuxa. E como na ocorrência anterior, não apenas com ampla repercussão externa ao universo midiático, mas incidindo de forma curiosa em pontos nevrálgicos da vida social, pontos inclusive mal discutidos, tais como sexualidade, família, afetos. Não é o objetivo deste texto analisar a entrevista, a atitude e o discurso da apresentadora (necessário, no caso de um estudo mais aprofundado). Quis apenas indicar o quanto se torna limitado encerrar os fatos televisivos neles mesmos, ou utilizar uma categorização de fatos televisivos em oposição (ou existindo separadamente) de fatos do mundo da vida. A televisão integra intensamente o mundo da vida. Idem as chamadas “personalidades midiáticas”, os “atores globais” etc. Eles não pertencem a um mundo à parte; é na vida concreta de pessoas que eles atuam, sob a forma de afetos, influência, atitudes. Assim, a questão dos efeitos pretendidos por Xuxa (teria sido oportunismo?), ou a legitimidade de sua pessoa para efetuar essa denúncia

se tornam aspectos de menor importância frente aos muitos sentidos suscitados pelo acontecimento, ao leque de questões abertas por ele, à dinâmica que ele instaura.

Pode-se dizer, em um e outro caso: eles não foram muito longe. É verdade. Porém é importante também destacar: eles existiram concretamente, foram recebidos e discutidos por pessoas de várias inserções, e atuaram como flashes de luz iluminando temas sociais importantes. Um surpreendente discurso feminista e de crítica social por parte de Xuxa adquire uma importância política talvez mais intensa que a mesma fala enunciada por uma feminista ou um político de oposição. Oportunista ou não, sua revelação do abuso sofrido atinge uma franja sensível da população, e pode ter consequências – não, certamente, decretando o fim da pedofilia, mas estimulando o seu combate.

E, principalmente, nos permite perguntar – o que é realidade da televisão, o que é realidade fora da televisão? Não para criar indistincões, e borramento de fronteiras, mas justamente para compreender o quanto ela se insere na vida da sociedade, o quanto é penetrada por seus temas candentes. E como estes (as questões que povoam e mobilizam o cotidiano e a experiência das pessoas) tomam forma, às vezes de forma curiosa, às vezes de maneira incisiva – para o bem e para o mal – no universo televisivo (e midiático de forma geral, dada a interpenetração das diferentes mídias), nos produtos e personagens por ele engendrados. Essa interpenetração, a presença de questões e valores da sociedade no universo televisivo, torna esse meio um espaço privilegiado para a leitura e acompanhamento da dinâmica da vida social.

Nesta reflexão quis indicar que o conceito de acontecimento, tomado em seu potencial hermenêutico – de abertura de sentidos – pode se constituir num interessante operador analítico. É nos momentos que a vida social estremece, em que acontecimentos atravessam a experiência das pessoas e ampliam o seu horizonte de possibilidades, que aquilo que lhes é caro, aquilo que as aflige, aquilo pelo qual elas

são afetadas se mostra particularmente evidente. Os acontecimentos envolvendo Xuxa não falaram apenas dela; falaram da sociedade brasileira. De questões que dividem as opiniões, de problemas não resolvidos, de debates que costumam ficar em surdina, de acontecimentos que atravessam a vida de pessoas comuns e, muitas vezes, não atingem sua segunda vida – não chegam a serem pronunciados.

NOTAS

- ¹ Citamos, à guisa de exemplos mais próximos, os trabalhos de I. Gomes (UFBA), com ênfase no gênero televisivo e nos modos de endereçamento dos telejornais; E. Duarte (UFSM), que distingue gêneros, formatos e estilos televisivos.
- ² Veja-se <www.fafich.ufmg.br/gris>.
- ³ Numa crítica à estratégia socialista de uso dos meios, apresentada por Enzesberger, Baudrillard responde: “[...] Como se a posse de um aparelho de televisão ou de uma máquina de filmar inaugurasse uma possibilidade nova de relação e de troca. Estritamente, nem mais nem menos que um frigorífico ou uma torradeira. Não há *resposta* para um objeto funcional: a sua resposta está aí, palavra integrada a que já foi respondido, e que não deixa lugar algum para um jogo, para uma *parada* recíproca. [...] Com efeito, é inútil fantasiar o desvio policial da TV pelo poder (ORWELL, 1984): “a TV é, pela sua própria presença, o controlo social em casa. Não há necessidade de a imaginar como periscópio espião do regime na vida privada de cada um, uma vez que ela faz melhor que isso: é a *certeza de que as pessoas já não se falam*, que estão definitivamente isoladas perante uma palavra sem resposta.” (BAUDRILLARD, 1972, p. 219) (grifos do autor).
- ⁴ Para alguns autores – se pensamos em Baudrillard (1972), e em Sodré (1981) –, esses traços do que seria uma “neotevê” são aquilo mesmo que constitui a televisão: “Já afirmamos que a forma ideológica essencial do sistema da televisão é a separação radical entre os pólos do processo de comunicação e a abstração da imagem com relação ao concreto, ao vivido. Essa tecno-abstração do mundo é uma consequência do *princípio da reprodução*, que se expande por todos os campos do sentido no século XX. [...] A forma televisiva simula operacionalmente o mundo ou – talvez seja melhor dizer – os “modelos” atuantes no mundo. A realidade concreta perde inteiramente o seu vigor diante da forma reprodutiva. [...] Isto implica em dizer que o *mundo* [...] é sempre um *modelo*, um simulacro de realidade, para o sistema reprodutivo. (SODRÉ, 1981, p. 55, grifos do autor).
- ⁵ <www.youtube.com/watch?v=-fptwN-9h2Q>

- ⁶ Xuxa inicia sua carreira como modelo e, já em 1980, com 16 anos, foi capa de mais de 80 revistas (na época era namorada de Pelé, o que lhe facilitou a entrada na mídia). Em 1983 foi contratada pela Rede Manchete, e em 1986 pela Rede Globo, com o *Xou da Xuxa*, que ficou no ar até 1992.
- ⁷ <<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL1680449-15605,00-<EU+VIVI+O+QUE+POUQUISSIMAS+PESSOAS+PUDERAM+VIVER+DIZ+XUXA.html>>

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, Perseu. *Padrões de manipulação na grande imprensa*. Fund. Perseu Abramo, 2003.
- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BAUDRILLARD, Jean. Réquiem para os media. In: _____. *Para uma crítica da economia política do signo*. São Paulo: Martins Fontes, 1972.
- CASSETTI, F.; ODIN, R. De la paléo- à la néo-télévision. *Communications*, Paris, n. 51, p. 9-26. 1990.
- ECO, Umberto. Têvê: a transparência perdida. In: _____. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- FRANÇA, Vera. A TV, a janela e a rua. In: FRANÇA, Vera. (Org.). *Narrativas televisivas*. Programas populares na TV. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. v. 1.
- FREIRE Fº, João. Decifrando os Mistérios da 'oitava arte': A Crítica Televisiva no jornal de Letras (1950-1970). In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 13. 2004, São Bernardo do Campo, *Anais...*, São Paulo, 2004.
- FREIRE Fº, João. Escrevendo a história cultural da TV no Brasil: questões teóricas e metodológicas. In: RIBEIRO, A. P.; FERREIRA, L. M. A. (Org.). *Memória e produção de sentidos na mídia*. Memória e produção de sentidos na mídia. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.
- IMBÉRT, Gerárd. *El zoo visual*. Barcelona: Gedisa, 2003
- MISSIKA, Jean-Louis. *La fin de la télévision*. Paris: Minuit, 2006.
- QUÉRÉ, Louis. A dupla vida do acontecimento: por um realismo pragmatista. In: FRANÇA, V., OLIVEIRA, L. (Org.). *Acontecimento: reverberações*. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

SFEZ, Lucien. *Crítica da comunicação*. São Paulo: Loyola, 1994.

SODRÉ, Muniz. *As estratégias sensíveis*. Afeto, mídia e política. Petrópolis: Vozes, 2006.

SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala*. Petrópolis: Vozes, 1981.

VERÓN, Eliseo. *Construire l'événement: les médias et l'accident de Three Miles Island*. Paris, Minuit, 1981

SITES:

<www.youtube.com/watch?v=-fptwN-9h2Q>

<<http://fantastico.globo.com/Jornalismo/FANT/0,,MUL1680449-15605,00-<EU+VIVI+O+QUE+POUQUISSIMAS+PESSOAS+PUDERAM+VIVER+DIZ+XUXA.html>>

Em nome do interesse público: o jornalismo de máscara e o uso de ações ilícitas no telejornalismo

Edson Dalmonte

Das questões iniciais

No dia 04 de abril de 2011, a abertura do *Jornal Nacional* teve as seguintes manchetes:

WILLIAN BONNER: *Quase dois anos de mistério nas águas do Atlântico e franceses encontram grande parte do avião que sumiu entre o Rio e Paris.*

FÁTIMA BERNARDES: *E há corpos de vítimas no fundo do mar.*

WILLIAN BONNER: *Um juiz embriagado atropela e mata um motociclista.*

FÁTIMA BERNARDES: *Mas não é autuado em flagrante no Ceará.*

WILLIAN BONNER: *Registrado o primeiro caso de dengue do tipo 4 em São Paulo.*

FÁTIMA BERNARDES: *Acidente na Stock Car.*

WILLIAN BONNER: *Pilotos já haviam se queixado da Curva do Café, em Interlagos.*

FÁTIMA BERNARDES: *O colega deles, Gustavo Sondermann, teve morte cerebral.*

WILLIAN BONNER: *Desaparece um dos críticos mais conhecidos do governo da China.*

FÁTIMA BERNARDES: *A imprensa volta a ser alvo de intimidação na Argentina.*

WILLIAN BONNER: *A França e as Nações Unidas atacam os soldados do perdedor da eleição que se recusa a deixar o poder na Costa do Marfim.*

FÁTIMA BERNARDES: *E o americano Barack Obama anuncia que é candidato à reeleição.¹*

Após a *escalada*,² o apresentador Willian Bonner diz: “a abertura do *Jornal Nacional* está parecendo um circo de horrores”. Nessa afirmação parece haver a ideia de que o referido telejornal é algo encontrado pronto pela equipe de produção. Parece sugerir, ainda, não haver intenções da tal equipe de produção, que, ao selecionar uma notícia, deixa muitas outras de fora de uma edição do telejornal, fato comum a qualquer organização narrativa. No entanto, a afirmação do apresentador torna aparente o objeto de nossa discussão no presente texto: o jogo das intencionalidades da instância de produção que entram em cena na organização dos produtos telejornalísticos. De maneira especial, queremos discutir as ações da imprensa investigativa com base nos chamados “atos ilícitos”, tais como o uso de câmeras escondidas.

O fenômeno da imprensa investigativa vem se acentuando a partir dos anos 1990, sobretudo em função do avanço tecnológico e simplificação de recursos como microcâmeras, microgravadores etc.³ No entanto, a alcunha “jornalismo investigativo” foi celebrizada com o Caso Watergate, considerado por muitos como um dos mais representativos do gênero. O escândalo político ocorrido na década de 1970, nos EUA, foi revelado pelos repórteres Bob Woodward e Carl Bernstein, do *Washington Post*, e culminou com a renúncia do presidente americano Richard Nixon, eleito pelo partido republicano. Em

18 de junho de 1972, o jornal *Washington Post* noticiava na primeira página o assalto do dia anterior à sede do Comitê Nacional Democrata, no Complexo Watergate, na capital dos Estados Unidos. Durante a campanha eleitoral, cinco pessoas foram detidas quando tentavam fotografar documentos e instalar aparelhos de escuta no escritório do Partido Democrata. Woodward e Bernstein começaram a investigar o então já chamado Caso Watergate. Durante muitos meses, os dois repórteres estabeleceram as ligações entre a Casa Branca e o assalto ao edifício de Watergate. Eles foram informados por uma pessoa conhecida apenas por Garganta Profunda (*Deep Throat*), que revelou que o presidente sabia das operações ilegais. Durante a investigação oficial que se seguiu, foram apreendidas fitas gravadas que demonstravam que o presidente tinha conhecimento das operações ilegais contra a oposição. Em 9 de agosto de 1974, quando várias provas já ligavam os atos de espionagem ao Partido Republicano, Nixon renunciou à presidência.

Nas bases do jornalismo está o princípio da investigação, ou apuração, mas isso não quer dizer que os meios de comunicação e seus profissionais têm o direito de usar de artifícios ilícitos para alcançar suas metas. Enquanto importante agente de vigilância, o jornalismo contribui com a publicização de assuntos relevantes para a opinião pública, marcando um importante lugar de observação das ações que tenham repercussão na coletividade, como a instância política. Com base em tais premissas, o objetivo do presente artigo é discutir as ações do chamado “jornalismo investigativo”, especialmente o telejornalismo, e uso de estratégias ilícitas, como captação de imagem e áudio sem autorização, que são justificadas como sendo em nome do interesse público.

O jornalismo, enquanto espaço de organização discursiva acerca do mundo, deve ter por meta a justeza de suas ações. Há um conhecido chiste que brinca com a suposta astúcia dos fotojornalistas em criar ambientes impactantes: segundo tal anedota, alguns fotógrafos

da Europa Ocidental sempre levam em seus carros “complementos” que podem ser introduzidos às cenas fotografadas. Dentre os truques, um sapatinho infantil ou um ursinho de pelúcia, recursos que tornariam a cobertura de um acidente de avião, ou trem, mais comovente. O risco, como ressalta Randall (2008, p. 220), era a divulgação da lista com os passageiros, a qual poderia mostrar que não havia nenhuma criança envolvida.

Há uma expectativa social de que as ações da mídia sejam sempre desenvolvidas da melhor maneira, com base nas mais elevadas concepções éticas. Contudo, são inúmeros os exemplos que mostram o oposto, em que excessos são cometidos em nome da concorrência, da audiência, da espetacularização. Emoldurado por tais objetivos, o jornalismo lança mão de estratégias de investigação ilícitas para conseguir os “furos de reportagem”, o “material exclusivo” etc. O ilícito, a que me refiro, diz respeito ao uso de estratégias perniciosas para alcançar determinadas metas, valendo-se dos mais variados artifícios. Deve ser feita ainda a ressalva de que o ilícito, para o campo jurídico, é aquilo que a lei assim nomeia e para o qual apresenta penalidades.

Os infiltrados e suas máscaras

A atuação da imprensa como agente de investigação de crimes vem ocorrendo não só no Brasil, mas também em outras partes do mundo, como na França, onde há um programa de televisão chamando *Os infiltrados*,⁴ transmitido pela France2. A proposta principal do programa, apresentado por David Pujadas, é ser o olho do cidadão, permitindo que se veja de perto tudo aquilo que a sociedade esconde, como proposto na autodefinição “O conceito”

Escolher mostrar aquilo que se imagina velado. Segredo, pois interdito, desonesto ou moralmente discutível. Sem tomada de partido, o programa *Os infiltrados* tem a ambição de, por meio

de um filme seguido de debate, tratar de certas disfunções de nossa sociedade.

Destrato em casa de repouso, trabalho ilegal [...] durante vários meses *Os infiltrados* entrevistaram lá onde nossa sociedade derrapa/escorrega.

Jornalista ‘na pele de...’, equipes com microcâmeras, *Os infiltrados* tentam saber mais a cada dia [...]. (OS INFILTRADOS..., 2011, grifos do autor)

Como exemplo, um programa sobre imigração clandestina, temporada 2009. O que se vê ao longo da reportagem é uma série de imagens distorcidas, o que impossibilita ao telespectador reconhecer qualquer pessoa e até mesmo lugares. Tal programa, *Os infiltrados*, foi definido pelo sindicato dos jornalistas franceses como “condenável”, pois estaria desenvolvendo um “jornalismo de máscara.”

No questionamento de Jérôme Bouvier, presidente da Associação Jornalismo e Cidadania, da França, “a câmera escondida pode ser um bom álibi para fazer rápido, prevenir riscos [no caso de exposição direta]. É um meio que pode ser muito prático quando inserido no contexto produtivista liberal: fazer em dois dias o que demandaria bem mais tempo se investigássemos sem trapacear os métodos”⁵ (apud Félix, 2011).

É interessante perceber o desconforto que tal programa causou naquela sociedade, como se nota no *podcast*⁶ que discute um programa de *Os infiltrados* sobre ciberpedofilia, como se vê:

Para as necessidades da sua investigação sobre a pedofilia, que foi ao ar em *Os infiltrados* em 06 de abril, o jornalista Richard Lawrence entrevistou uma vintena de pedófilos que, logo depois, ele denunciou. A justificativa, segundo ele, é que iriam voltar a cometer os mesmos crimes. Mas o repórter deveria substituir a polícia? *Questions médias* [*Questões midiáticas*] lança o debate [...] ⁷ (JABOT, 2010, tradução nossa)

O foco da discussão gira em torno de uma possível inversão de papéis, ou o jornalista estar assumindo atribuições que não são suas, como a investigação “especializada”, bem como o tipo de relação com as fontes que, depois de usadas para a elaboração do conteúdo, são entregues à polícia, como réus confessos.

O termo “máscara” é uma boa metáfora, pois é um artifício com várias funções. Dentre as principais, a máscara cria uma ilusão, que se oferece ao olhar e, com isso, dissimula aquilo que está por trás. Como resultado, aquilo que revela, por meio da aparência, da plasticidade, pode ocultar, desviar, camuflar. Dessa feita, o que está por trás da máscara pode ser tanto o real de que se fala quanto uma ficção, que se faz passar pelo real.

Com base na carta de ética profissional dos jornalistas franceses, de 1918, atualizada em 1938 e 2011, que orienta, de maneira clara e objetiva, o jornalista a “não confundir seu papel com o do policial ou do juiz”,⁸ percebe-se haver naquele país um nível de orientação deontológica marcado pela preocupação de distinguir os limites à atuação da imprensa em relação aos grupos sociais autorizados a proceder com a investigação.

No Brasil, a competência para a investigação de crimes é de legitimidade das polícias Civil e Federal e do Ministério Público. É a lei quem determina como, quando e de que forma essas instituições, que fazem parte do corpo do Estado, poderão e deverão atuar. O chamado ‘jornalismo investigativo’ é um termo que, a meu ver, se trata de uma redundância, pois jornalismo sem investigação é o quê? Assessoria de imprensa, talvez! O tal “jornalismo investigativo” vem a lume atribuindo a si a prerrogativa da investigação, não importando os métodos empregados: câmera e gravador escondidos, repórter com identidade falsa etc. Tudo isso em nome da investigação em profundidade.

Contudo, há que se notar que tais ações não estão em consonância com as leis vigentes em regimes democráticos. Dessa forma, determi-

nados empreendimentos, como o uso de estratégias ilícitas, incorre em crime, previsto em lei, como é o caso do Direito Penal brasileiro. Ao tipificar determinadas condutas como criminosas, o Código Penal (1940/1984) restringe a liberdade dos indivíduos em nome do bom ordenamento social, e a toda transgressão cabe imputação de culpa, por meio até mesmo de reclusão.

Por isso mesmo, toda conduta do jornalista, bem como de qualquer outro cidadão, deve respeitar o princípio da estrita legalidade e qualquer excesso pode ser tratado como crime. No geral, quando se usa de artifícios ilícitos para invadir a privacidade de alguém, em nome de um suposto interesse público, são cometidas algumas transgressões, que têm como resultado imediato a atribuição de culpa a indivíduos com base nos “achados” de uma “caça às bruxas”. Por meio de artimanhas e artifícios, não se quer apenas desvelar o oculto, mas, sobretudo, revelar os culpados, segundo os parâmetros desse jornalismo que se outorga direitos que não lhe são próprios, repita-se mais uma vez.

Olhando-se para tais ações, com base na legislação vigente, nota-se que imputar falso crime a alguém também é considerado fato criminoso, conforme previsto pelo Código Penal, Artigo 138: “Caluniar alguém, imputando-lhe falsamente fato definido como crime. Pena – detenção, de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa–; da mesma forma, a difamação: – Art. 139 – Difamar alguém, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação. Pena – detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, e multa.”

Há que se ressaltar, e isso também é mencionado no artigo *os infiltrados: limites legais e éticos da atuação da “imprensa investigativa no brasil”* ainda, que a entrada em locais sem o consentimento pode ser tipificada como invasão à privacidade, objeto da Constituição da República Federativa do Brasil (1988) em seu Artigo 5º:

X – são **invioláveis a intimidade**, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

XI – **a casa é asilo inviolável** do indivíduo, ninguém nela podendo penetrar sem consentimento do morador, salvo em caso de flagrante delito ou desastre, ou para prestar socorro, ou, durante o dia, **por determinação judicial**.

A sequência de ações criminosas pode ir mais longe, quando se vê que no geral o repórter atribui a si uma falsa identidade, apresentando-se, por exemplo, como candidato a uma vaga, como paciente interessada em fazer aborto numa clínica ilegal etc. A criminalidade por falsa identidade está prevista pelo Artigo 307 do Código Penal: “Atribuir-se ou atribuir a terceiro falsa identidade para obter vantagem, em proveito próprio ou alheio, ou para causar dano a outrem: Pena – detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa, se o fato não constitui elemento de crime mais grave.”

Qual o limite dessa prática de jornalismo investigativo? Esse é um ponto crucial, pois, seguindo a lógica, não há limites. A ética seria o limite? Parece que não, uma vez que as determinações do Código Civil e da Constituição, nossa Carta Magna, são postas de lado sem o menor escrúpulo. Uma vez admitido que o jornalismo não pode se colocar acima do ordenamento jurídico, mas deve a ele estar submetido, toda estratégia contrária pode ter como resultado a quebra da confiança por parte da sociedade. Se o jornalista mentiu para conseguir informações, declarações etc, qual o limite da capacidade de mentir?

Exemplo do uso dos artifícios do “jornalismo de máscara” é aquilo que se chamou “Caso Gugu”, numa referência ao programa *Domingo Legal*, apresentado por Gugu Liberato, no SBT.⁹ Em 7 de setembro de 2003 o programa foi palco daquilo que viria a ser um escândalo dias depois. Em meio a muito estardalhaço, foi exibida uma entrevista com dois supostos integrantes do Primeiro Comando da Capital

(PCC),¹⁰ dentro de um ônibus, e totalmente encapuzados. A entrevista foi concedida a um repórter do *Programa do Ratinho*.

O teor da suposta entrevista era uma série de ameaças ao então vice-prefeito de São Paulo, Hélio Bicudo, e a três apresentadores de programas policiais: José Luiz Datena, da Rede Bandeirantes, Marcelo Rezende, que ancorava o antigo *Repórter Cidadão*, da RedeTV!, e Oscar Roberto Godói, comentarista de futebol, que à época estava no *Cidade Alerta*, da Rede Record. Os supostos integrantes do PCC também assumiram a tentativa de sequestro do padre Marcelo Rossi, fato ocorrido uma semana antes.

Logo após a exibição da entrevista, foi aberta uma investigação e se descobriu que toda a história havia sido forjada pela produção do programa. O próprio PCC divulgou um comunicado negando a concessão da suposta entrevista e desmentindo ter ameaçado os apresentadores e o vice-prefeito. A pedido do Ministério Público, o *Domingo Legal* foi tirado do ar por uma semana, no domingo, 21 de setembro. Ao final, o processo foi encerrado e não houve condenação.

O tal “jornalismo de máscara” pode evidenciar um problema bem mais complexo, pois não se trata de alguns casos isolados de uso intencional de recursos condenáveis. É necessário ressaltar que o uso de estratégias ilícitas vem se banalizando a tal ponto que já faz parte da narrativa diária dos telejornais, mesmo os mais sisudos. A qualquer momento, para a realização de reportagens pouco ou nada “perigosas” o repórter diz: “entramos com uma câmera escondida e registramos várias pessoas deitadas sendo atendidas nos corredores do hospital”¹¹. Já não há sequer o controverso princípio de exceção. As imagens captadas por câmeras escondidas, trêmulas, granuladas, distorcidas, contribuem com o efeito de real (DALMONTE, 2008), configurando-se como recurso estilístico dos telejornais. Podemos estar vendo surgir um novo tipo de jornalismo que, em meio a um paradoxo, comete ações ilícitas em nome do interesse público. Tal paradoxo pode ser

destrinchado da seguinte forma: em nome do pretense interesse público, **usa-se de atos ilícitos para revelar atos ilícitos**.

O tópico “interesse público”, como pontua Gomes (2009, p. 69), faz parte do discurso de autolegitimação do campo jornalístico. A questão a ser observada, segundo o autor, é que tal discurso não apenas evidencia os supostos aspectos morais da empreitada, mas educa a sociedade para a manutenção de tais pressupostos. Da mesma forma, tal discurso “provê a adesão social para os valores que são a condição para a justificação da sua existência”. Basta que alguém questione a relevância da invasão de privacidade e uso de métodos ilícitos que, orquestradamente, a mídia faz ecoar que se trata de censura, controle da informação e que tudo é feito em nome do sacrossanto interesse público.

Contudo, como argumenta Gomes (2009), a definição “interesse público” não é a melhor justificativa para a existência e relevância social do jornalismo, pois nem tudo que interessa ao jornalismo e por ele é retratado, na lógica do mercado editorial, pode ser abrigado sob o guarda-chuva do “interesse público”. Fosse assim, o jornalismo apenas trataria de assuntos relativos à cidadania, por exemplo, e jamais falaria de moda, beleza, alimentos saudáveis, tampouco falaria das tendências na criação de caprinos.

De maneira preocupante, o uso de métodos ilícitos está presente inclusive no *Profissão Repórter*,¹² da Rede Globo, que é um programa de cunho investigativo que visa à formação complementar de jovens recém-saídos das faculdades de jornalismo. Como exemplo, o programa sobre o resgate dos mineiros chilenos, ocorrido em 13 de outubro de 2010.¹³ Ao longo do programa, além da narrativa acerca do resgate, os repórteres narram também as peripécias empregadas para a realização da reportagem, deixando evidente não haver o reconhecimento de limites, como se vê na abertura do programa, quando o jornalista e apresentador Caco Barcellos anuncia: “O desafio de chegar aonde nossa câmera não é bem-vinda”.

THIAGO JOCK¹⁴ (10:20): *Oscar acabou virando um parceiro desta reportagem. Com a ajuda dele, conseguimos ir a lugares aonde a imprensa não chegou. Aqui onde eu tô caminhando, já não podem entrar os jornalistas.*

THIAGO JOCK (13:03): *O engenheiro Oscar me ajuda mais uma vez. Com uma pequena câmera, entra na área proibida aos jornalistas. [...] Oscar mostra o cabo de aço que puxa a cápsula, chega perto da boca do túnel.*

OSCAR (13:17): *Estamos a poucos minutos da subida do primeiro mineiro.15*

THIAGO JOCK (11:55): *Hoje é domingo, 17 de outubro [...] Nosso último desafio é tentar entrar na Mina San José. Mais uma vez, o engenheiro Oscar abre caminho. Nos aventuramos pelo corredor escuro. [...] Aqui o acesso foi fechado [...] avançamos 700 metros pelo que parece ser a entrada principal da mina [...].*

O embate moral: relação deontologia x utilitarismo

A prática do uso de câmeras escondidas está tão disseminada na imprensa que, mesmo quando está nomeada a proibição do registro de imagens, alguns jornalistas tentam driblar o sistema. É o caso do julgamento de Hildebrando Pascoal, no qual o repórter da TV Globo, Jeffeson Dourado, foi preso acusado de tentativa de gravação, por meio de câmera escondida, no recinto do julgamento, em 22 de setembro de 2009.¹⁶

Para uma breve avaliação das ações morais, podemos retomar a distinção quanto ao julgamento proposto pelos modelos *deontológico* e *teleológico*, cujos princípios apontam para o estabelecimento de parâmetros que funcionam como balizas quanto ao teor de um empreendimento. Como pontua Vázquez, (2008, p. 189, grifos do autor),

Uma teoria da obrigação moral recebe o nome de *deontológica* (do grego *déon*, dever) quando não se faz depender a obrigatoriedade de uma ação exclusivamente das conseqüências da própria ação ou da norma com a qual se confronta. E chama-se *teleológica* (de *télos*, em grego, fim), quando a obrigatoriedade de uma ação deriva unicamente de suas conseqüências.

O modelo deontológico propõe como parâmetro para a avaliação moral de uma ação o princípio do dever (*déon*), que deve ser posto *a priori*, como argumenta Kant (2008). Sob esse prisma, a moral não deve ser baseada nos costumes ordinários, mas deve resultar de um processo racional, despido de paixões. Qualquer dado empírico pode desqualificar a moralidade de uma ação, pois, para Kant (2008), o móvel para tal ação não seria um princípio universalmente válido, capaz de incluir a todos, indistintamente, com base no dever. Ao contrário, a avaliação tomaria como parâmetro dados *a posteriori*, vindos da experiência, fazendo com que as decisões sejam tomadas com base em afecções, ou inclinação. Tal precisão pode ser vista na passagem a seguir:

Uma acção praticada por dever tem o seu valor moral, *não no propósito* que com ela se quer atingir, mas na máxima que a determina; não depende portanto da realidade do objecto da acção, mas somente do *princípio do querer* segundo o qual a acção, abstraindo de todos os objectos da faculdade de desejar, foi praticada. (KANT, 2008, p. 30, grifos do autor)

A perspectiva kantiana coloca no centro da questão a universalização, que vem a ser a justificativa basilar para uma ação moralmente válida. Apenas a ação praticada por dever pode atingir a todos, pois seu oposto, uma ação praticada por inclinação, incorre numa ação egoísta, praticada por interesse do agente. Decorre desse pensamento iluminista a ideia de homem como ser com *fim em si mesmo*, contrária a todo abuso arbitrário de vontades.

O homem, e, duma maneira geral, todo o ser racional, *existe* como **fim em si mesmo**, *não só como meio* para o uso arbitrário desta ou daquela vontade. Pelo contrário, em todas as suas acções, tanto nas que se dirigem a ele mesmo como nas que se dirigem a outros seres racionais, ele tem sempre de ser considerado *simultaneamente como fim* [...] Os seres cuja existência depende, não em verdade da nossa vontade, mas da natureza, têm contudo, se são seres irracionais, apenas um valor relativo como meios e por isso se chamam *coisas*, **ao passo que os seres racionais se chamam pessoas**, porque a sua natureza os distingue já como fins em si mesmos, quer dizer, como algo que não pode ser empregado como simples meio e que, por conseguinte, **limita nessa medida todo o arbítrio** (e é um **objecto do respeito**). (KANT, 2008, p. 71-2, grifos nossos)

Importante dado da universalização é a *dignidade humana* (objeto de respeito), que funciona como um duplo parâmetro: por um lado, é a meta que orienta *aprioristicamente* e, por isso mesmo, não pode ser a expressão do desejo de um sujeito isolado; por outro, impõe limites a toda arbitrariedade que se possa exercer contra o gênero humano. É com esse intuito que o pensamento deontológico se propõe como modelo para avaliação de ações no seio da sociedade, e vira parâmetro no tocante aos deveres decorrentes daquilo que se espera do exercício de uma profissão.

O estabelecimento de deveres esperados de uma classe profissional, o *dever ser* de uma prática, diz respeito a uma série de valores partilhados, que funcionam como expectativa *a priori* da prática em questão, tomando por referência a própria dignidade humana, que coloca o homem como *fim* de toda ação, nunca como meio. A perspectiva deontológica, no campo profissional, decorre do descompasso do profissional, detentor de uma competência específica, que lhe confere um poder, e o coloca em situação de prevalência em relação ao usuário de seu serviço. (SIROUX, 2003, p. 405)

É dessa percepção quanto à possibilidade de arbitrariedades no campo profissional que se organizam os códigos de conduta a partir das representações de classe. Tais códigos deontológicos, ou códigos de ética, têm por objetivo orientar o comportamento dos profissionais e apresentar parâmetros no tocante àquilo que se compreende como bom exercício da profissão. Assumimos, dessa forma, que a concepção deontológica se propõe como um “lugar” desde onde se pensa sobre as práticas profissionais, segundo o caso em questão. Dessa forma, toda proposição deriva de uma concepção ideológica acerca daquilo que se entende por uma “boa prática”.

Como pontua Bobbio (2006, p.138), dentre as diversas definições de Direito, podem ser qualificadas duas correntes principais que convergem formando duas frentes, a científica e a filosófica. As definições científicas são as factuais, ou avalorativas, ou, ainda, ontológicas, pois definem o Direito da forma como ele é. As definições ideológicas, ou valorativas, ou deontológicas, definem o Direito com base naquilo que deve ser para satisfazer um certo valor.

Uma vez estabelecida tal percepção acerca da proposição deontológica, que nos coloca diante de expectativas quanto àquilo que se estabelece como sendo justo e necessário, deparamo-nos com um questionamento acerca da validade prática das orientações deontológicas. Embora *deontologia* e *moral* partam de uma mesma premissa – a coerção sobre o comportamento dos indivíduos –, tem-se aí uma importante distinção, pois a natureza da coerção é bastante peculiar em cada caso. A coerção exercida pela moral aflora nos modos de perturbação da consciência do sujeito, podendo ser reforçada pela desaprovação social. Por outro lado, os atos que divergem das regras deontológicas recebem sanções aplicadas por instâncias reconhecidas no interior de grupos profissionais. (SIROUX, 2003, p. 405)

Acerca da sanção oriunda da regra deontológica, diz Kelsen (2009) que se trata de um ato de coerção socialmente organizado. Tal organização diz respeito a uma forma precisa de determinação, que resulta

de uma instância à qual se atribuiu a função de estabelecer os princípios norteadores quanto ao bom exercício profissional. Todo ato considerado infrator poderá ser avaliado com base em tais princípios e sofrer a coerção instituída. É no interior do campo profissional que devem estar organizados os critérios deontológicos, como os Conselhos Regionais e Federais (DALMONTE, 2011), instâncias reconhecidas com poder de coerção.

Por seu turno, a concepção *teleológica*, ou teoria consequencialista, ou finalista, preconiza que uma ação apenas poderá ser considerada moralmente boa em relação às suas consequências. Tal modelo é conhecido como *utilitarismo*, pois parte do princípio que uma ação será moralmente boa se trazer vantagens ou benefícios para o indivíduo (egoísmo ético), ou para o maior número de indivíduos (utilitarismo). Embora essa via possa parecer a menos controversa e *útil* nas tomadas de decisões práticas, ela representa uma contradição social, pois já parte de uma crença na desigualdade e na impossibilidade de incluir a todos, indistintamente, nos processos. (RAWLS, 2000)

Para o cálculo utilitarista, entra em jogo de forma decisiva a relevância do número final, ou do bem estar assegurado ao maior número de indivíduos. É mantido, dessa forma, o perigoso princípio da desigualdade que, já como ponto de partida, prega a impossibilidade de incluir a todos, de acordo com o princípio da universalização. Em decorrência de tal calculismo, fica perceptível não haver uma preocupação com a justiça de um ato, mas sim com o resultado final, o *télos*. É esse cálculo acerca da utilidade presumivelmente atingível por um determinado ato o único definidor de sua validade moral.

Aparentemente sem a cautela preconizada pelo nosso ordenamento jurídico, a mídia vem atribuindo condutas criminosas após um procedimento duvidoso de apuração de atividade criminal, tendo por base a câmera escondida e gravação de áudio sem autorização. Tais empreitadas são justificadas por um enquadramento moral de natureza utilitarista, que define a moralidade de um ato com base, por

exemplo, em resultados positivos para o maior número de indivíduos. (SIROUX, 2003; MILL, 2005; VÁZQUEZ, 2008)

A essa altura, vale ressaltar que ao colocar a questão sob o prisma do bem estar social, no caso do grupo que recebe as informações, a coletividade pode ir abrindo mão do princípio da totalidade e, dessa forma, sendo conivente com o afrouxamento de padrões éticos. Aquilo que era condenado, a invasão da privacidade de todo cidadão, indistintamente, passa a ser permitido em nome do suposto “interesse público” – conhecer as mazelas feitas privadamente. Sob o ponto de vista moral, a questão fundamental que se observa é que, aos poucos, deliberadamente, vamos cruzando a linha da moralidade, rumo à possibilidade ampla e irrestrita no tocante às ações da imprensa.

Mas se o uso de recursos ilícitos é contrário ao que se imagina ser o bom exercício do jornalismo, de onde vem o argumento que torna pretensamente aceitável o uso de tais ações? A justificativa vem do próprio campo jornalístico, quando os profissionais responsáveis pela elaboração dos produtos que desrespeitam as convenções estabelecidas argumentam que tudo é feito em nome do interesse público: não fosse a câmera escondida, não fosse a identidade falsa, não fosse a captação de áudio sem autorização a sociedade não tomaria conhecimento das irregularidades apresentadas diariamente pela “imprensa justiceira”.

É a ideia de uma “imprensa justiceira” a base do argumento ordinário em defesa da imprensa investigativa que se serve de recursos ilícitos. Mas a imprensa investigativa “aciona” princípios de um fazer oriundo de outro campo, a Justiça, que, bem entendida, diz respeito à ritualização de procedimentos investigativos e punitivos. Porém, até mesmo o fim da Justiça não é a punição, mas a prevenção, para que novos delitos não aconteçam, ao passo que a “justiça midiática” está interessada apenas no sensacionalismo.

A relevância do aparato jurídico e as orientações daí decorrentes, como os princípios deontológicos, não está na punição de ações con-

sideradas desviantes. Espera-se, segundo proposição de Schopenhauer (2005), que todo construto de orientação jurídica tenha por meta principal a prevenção, e não apenas a punição da criminalidade e outros desvios. Segundo essa lógica, a punição é diferente de vingança, pois esta olha apenas em relação ao passado, e não cria uma base para ações melhores, num sentido propositivo quanto ao devir. Para Schopenhauer (2005, p. 444-5, grifos do autor),

O imediato OBJETIVO DA PUNIÇÃO num caso particular é CUMPRIR A LEI COMO UM CONTRATO. Por sua vez, o único objetivo da LEI é IMPEDIR o menosprezo dos direitos alheios, pois, para que cada um seja protegido do sofrimento da injustiça, unem-se todos em Estado, renunciando à prática da injustiça e assumindo o fardo da manutenção dele. Nesse sentido, a lei e o cumprimento dela, ou seja, a punição, são dirigidos essencialmente ao FUTURO, não ao PASSADO.

Em detrimento de uma visão utilitarista, a proposição e observação de uma orientação deontológica pode contribuir para o desenvolvimento de uma prática jornalística verdadeiramente comprometida com o interesse público, ou seja, assuntos relativos à cidadania e questões de Estado, nos moldes de uma sociedade democrática. Ademais, a adoção de padrões deontológicos pode colocar o telejornalismo num cenário de compartilhamento de responsabilidades, pois além da perspectiva das leis oferecida pelo Estado, o próprio campo jornalístico, por meio de suas organizações, deve contribuir para com o gerenciamento da ação de seus profissionais.

O foco de tal empreendimento não deve estar na punição, como enfatiza Schopenhauer (2005), mas na capacidade de antecipar questões e propor sugestões, com base naquilo que se julga ser o ideal do fazer jornalístico. Apesar do inerente poder de selecionar, enquadrar e omitir, devemos esperar que o jornalismo avance para além do mero sensacionalismo, sendo capaz de reconhecer os limites legais e éticos do escopo de suas ações.

NOTAS

- ¹ <<http://www.youtube.com/watch?v=oTWtOSS5zeQ>>. Quando este estudo foi realizado, os programas Jornal Nacional, Profissão Repórter e Programa do Ratinho estavam disponibilizados no youtube. No entanto, em outubro de 2012 foram retiradas por questões de descumprimento à Lei de Direito Autoral.
- ² *Escalada*: são frases de impacto no início de um telejornal com o objetivo de chamar a atenção do telespectador. Fonte: Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo <<http://www.telejornalismo.facom.ufba.br>>.
- ³ Basta observar a quantidade de oferta de mecanismos de “espionagem” na internet: Caneta espião, capta áudio e vídeo: <<http://www.canetaespia.com.br>>. Uma pesquisa simples no site de buscas *Google* com as palavras “Caneta +Espia” indica 153 mil resultados.
- ⁴ *Les Infiltrés*.
- ⁵ “La caméra cachée peut être un bon alibi pour faire vite, met en garde. C’est un moyen qui peut être très pratique quand on le met à la sauce productiviste libérale: faire en deux jours ce qui demanderait bien plus de temps si on enquêtait sans tricher sur les méthodes.” Disponível em: <<http://www.telerama.fr/monde/de-l-infiltration-comme-methode-journalistique,54890.php>>.
- ⁶ Tipo de publicação de arquivos de mídia digital pela internet, podendo ser áudio, vídeo, foto, PPS, dentre outros.
- ⁷ Pour les besoins de son enquête sur la cyberpédophilie, diffusée dans le magazine ‘Les Infiltrés’, le 6 avril dernier, le journaliste Laurent Richard a interrogé une vingtaine de pédophiles. Qu’il a ensuite dénoncés. Ils s’apprêtaient selon lui à commettre de nouveaux crimes. Mais le journaliste doit-il se substituer à la police? Questions médias lance le débat alors que le magazine de France 2 ravive la polémique ce soir, en diffusant une enquête sur la jeunesse d’extrême droite. Avec Richard Sénéjoux, chef de service télévision à ‘Télérama’, Amaury de Rochegonde, chef du service médias de ‘Stratégies’, et Virginie Félix, journaliste à ‘Télérama’.
- ⁸ Ne confond pas son rôle avec celui du policier ou du juge. (Tradução nossa)
- ⁹ SBT – Sistema brasileiro de televisão: <<http://www.sbt.com.br/home/>>.
- ¹⁰ “Primeiro Comando da Capital (PCC) é uma organização criminosa paulistana, criada com o objetivo manifesto de ‘defender’ os direitos de ‘cidadãos’ encarcerados no país. Surgiu no início da década de 1990 no Centro de Reabilitação Penitenciária de Taubaté, local que acolhia prisioneiros transferidos por serem considerados de alta periculosidade pelas autoridades”. (Wikipédia). Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Primeiro_Comando_da_Capital>.

- ¹¹ Refere-se a uma matéria da afiliada da Rede Globo, TV Subaé, de Feira de Santana, Bahia, em que a repórter falava de problemas de atendimento num hospital da rede pública daquele município, em 2011.
- ¹² <<http://g1.globo.com/profissao-reporter/>>.
- ¹³ Para a realização da análise, a reportagem foi arquivada, conforme disponibilização no site *You Tube*, onde o material está dividido em duas partes.
- ¹⁴ Repórter.
- ¹⁵ Parte 1: <<http://www.youtube.com/watch?v=t8-MJZyWDzg>>.
- ¹⁶ Disponível em: <http://www.ac24horas.com/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=6004:repr-da-tv-acre-usa-cra-espim-julgamento-e-reso&catid=13:acre&Itemid=112>.

REFERÊNCIAS

BOBBIO, Norberto. *O positivismo jurídico: lições de Filosofia do Direito*. São Paulo: Ícone, 2006.

CARTA de Ética dos Jornalistas (SNJ, 1918/38/2011). França: [s.n], 9 mar. 2011. Disponível em: <<http://www.snj.fr/spip.php?article1032>>. Acesso em: 24 abr. 2013.

DALMONTE, Edson Fernando. É preciso ordenar a comunicação? Questionamentos acerca da necessidade de instâncias mediadoras entre a mídia e o público. *Estudos em Jornalismo e Mídia* (UFSC), Santa Catarina: [s.n], v. 8, p. 21-39, 2011. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v8n1p21>>. Acesso em: 24. abr. 2013.

_____. Efeito de real e jornalismo: imagem, técnica e processos de significação. *Sessões do Imaginário*, São Paulo: [s.n], v. 20, p. 41-47, 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/4832/3688>>. 24 abr. 2013.

DALMONTE, Edson; SILVA, Wanise Cabral. *Os infiltrados: limites legais e éticos da atuação da imprensa investigativa no brasil*. [S.l.: s.n], [20--?]. Disponível em: <http://www.uff.br/sihd/images/stories/arts_2011/ARTIGO_SIHID__Wanise_Cabral_e_Edson_Dalmonte.pdf>. Acesso em: 9 maio. 2013.

DOMÍNIO perfeito: o domínio ideal para seu site, [S.l.: s.n.]. Disponível em: <<http://www.canetaespia.com.br>>. Acesso em: 24 abr. 2013.

FÉLIX, Virginie. De l'“infiltration” comme méthode journalistique, 2010. *Télérama*. fr. França: [s.n],[2011?]. Disponível em: <<http://www.telerama.fr/monde/de-l-infiltration-comme-methode-journalistique,54890.php>>. Acesso em 24 abr. 2013.

GOMES, Wilson. *Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teoria do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2009.

JABOT, Pierre. Questões de Mídia # 12: Jornalistas podem se transformar em auxiliares da polícia? *Télérama.fr.França*: [s.n], 26 abr. 2010. Disponível em: <<http://television.telerama.fr/television/questions-medias-12-les-journalistes-peuvent-ils-se-transformer-en-auxiliaires-de-police,55214.php>>. Acesso em: 24 abr. 2013.

KANT, Immanuel. *Fundamentação da metafísica dos costumes*. Lisboa: Edições 70, 2008.

KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

KOVACH, Bill. *Os elementos do jornalismo*. São Paulo: Geração editorial, 2003.

MILL, J. S. *Utilitarismo*. Portugal: Porto Editorial, 2005.

OS INFILTRADOS, 2011. Disponível em: <<http://www.france2.fr/emissions/les-infiltrés>>. Acesso em: 24 abr. 2013.

RANDALL, David. *El periodista universal*. Madrid: Siglo XXI, 2008.

RAWLS, John. *Uma teoria da justiça*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

SCHOPENHAUER, Arthur. *O mundo como vontade e representação*. São Paulo: UNESP, 2005.

SIROUX, Danièle. Deontologia. In: CANTO-SPERBER, Monique. *Dicionário de Ética e Filosofia Moral*. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

THE DEPARTED: Imigração ilegal Calais, 2009. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=BHoe-11IM1U&feature=relmfu>>. Acesso em: 24 abr. 2013.

VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez. *Ética*. 30. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

Narrativas da mediação entre telejornais e seus públicos: os jornalistas como personagens

Iluska Coutinho e Jhonatan Mata

Em um cenário marcado pela aparente dissolução das fronteiras entre mídias e gêneros, interessa refletir sobre as posturas adotadas pelos jornalistas de televisão ao se reportarem ao(s) seu(s) públicos, nas narrativas atualmente veiculadas nas emissoras nacionais e locais. Toma-se como ponto de partida a atuação dos profissionais como personagens cada vez mais presentes nas tramas exibidas, seja na tela da TV ou nos espaços multimidiáticos, o que parece indicar uma tendência de tensionamento de características antes tomadas como pressupostos nos produtos jornalísticos, como a oferta de um relato objetivo. Por meio da utilização da dramaturgia do telejornalismo como conceito e modelo de análise, propõe-se compreender o papel dos jornalistas como mediadores da relação entre as emissoras e seus públicos. Seja em busca de legitimidade ou reconhecimento de seu trabalho, os repórteres televisivos estariam cada vez mais presentes na estruturação do jornalismo televisivo em torno de problemas, ações e disputas, em uma aparente busca por enunciar relações de identidade e proximidade com o público.

Desde os primeiros telejornais veiculados na televisão brasileira¹ – e lá se vão 60 anos –, significativas mudanças se apresentam e extrapolam, em muito, uma simples discussão sobre o avanço na

qualidade técnica das produções. O advento do videoteipe, a busca de uma linguagem própria que ofertasse algo mais que as narrativas e técnicas herdadas do rádio, e a “proliferação” dos aparelhos de televisão nas casas tupiniquins, mais do que demarcaram aspectos fundamentais do telejornalismo, parecem servir como pano de fundo ou mote para a discussão sobre as mudanças que afetam, desde “aqueles tempos”, o elemento fundamental da comunicação classificada como “social”: o homem.

E é justamente esse esforço de tentar tornar o telejornal algo mais “humano” ou “Humano, Demasiado Humano”,² para lembrarmos Nietzsche, o responsável por mudanças das mais diversas – inclusive nos “posicionamentos discursivos” das emissoras ao se reportarem ao(s) seu(s) público(s), conforme observaremos adiante.

Ainda na década de 1960 o crítico de TV Luís Lobo (1969, apud REZENDE, 2010, p. 57) questiona a eficiência³ de outrora dos telejornais, que ilustravam informações verbais com mapas e fotos. “Ler um papel em frente às câmeras não é informar. Mostrar uma foto que todo mundo já viu também não. Jornalismo de televisão tem de ser muito mais”, ressaltou. Neste sentido, quais seriam, então, os recursos disponíveis para desprender os telenoticiários das paternas amarras radiofônicas e oferecer esse “muito mais” que não nos parece ser exigência exclusiva de Lobo? Como acreditamos que, no telejornalismo, operamos a todo o momento com recortes, nossa pesquisa não foge à regra e elucida um ponto de análise e possível estratégia de fuga da então inadequação telejornalística: a questão da humanização, ancorada nas “representações de jornalistas” ofertadas pelos telejornais, tanto em nível nacional, primeiro ponto de análise deste trabalho, como de maneira localizada, privilegiada neste artigo em estudo da personificação da equipe do Jornal da Alterosa – Edição Regional.

A humanização do relato e representação do jornalista – breve passeio histórico

O *Jornal de Vanguarda*, na TV Excelsior, figura, na década de 1960, como exemplo de exceção criativa e aposta na “humanização do relato”. Esta ancora-se na participação de jornalistas como apresentadores, produtores e cronistas especializados: Newton Carlos, Millôr Fernandes, João Saldanha, Gilda Muller, Stanislaw Ponte Preta.

Voltando ao telejornalismo e sua narrativa do “humano”, perceberemos, na preocupação com a aparência requintada e objetiva dos locutores, apresentadores e repórteres – sobretudo pela Rede Globo, a partir da década de 80 – fazendo parte da tentativa de conquista e manutenção de um público acostumado com a beleza plástica das telenovelas brasileiras. Cid Moreira, Sérgio Chapelin, Celso Freitas e outros repórteres da época ilustram a iniciativa, que, segundo Rezen-de, “requeria uma aparência de ‘neutralidade’ e formalismo, essencial para uma imagem de isenção na abordagem dos fatos e credibilidade junto aos telespectadores”. (REZENDE, 2010, p. 64)

Da década de 1990, nos interessa a abundância de programas jornalísticos com forte apelo popular, como *O povo na TV* (SBT). Referência no período, o *TJ Brasil*, conduzido por Boris Casoy⁴ (SBT), teve na emissão de comentários pessoais do âncora seu ponto crucial de captação de audiência. O programa se transformou no segundo produto da emissora a atrair publicidade, superado apenas pelo programa de Sílvio Santos. Outra produção icônica é o *Aqui Agora*,⁵ que estreia em maio de 1991, com uma narrativa que sugeria a transposição do jornalismo popular praticado no rádio para a televisão. A fatura dos planos-sequência marcava a assinatura discursiva do noticiário, dando realismo e suspense às histórias narradas, nas quais a população clamava por justiça, saúde, dentre outros pedidos. Tática emblemática da década de 1990 consiste na substituição progressiva

de um “jornalismo de estúdio” para um “jornalismo de rua”, onde o povo está. As imagens de Pedro Bial ao vivo, em diversas capitais do oriente cobrindo a Guerra do Golfo em 1991 são icônicas deste momento. Rezende observa o recurso com um olhar mais voltado para a “briga de narrativas e representações” do que uma vontade de aproximação efetiva com o público.

A performance desses jornalistas satisfazia ao que Souza Cruz julgava próprio do trabalho de um novo modelo de âncora, que abandonava a ‘caverna que é o estúdio’ para ir ‘ao local onde acontece a notícia’. A observação parecia ter, no entanto, como objetivo principal, desqualificar o modelo de ancoragem que Boris Casoy havia criado, com grande sucesso, no SBT. (REZENDE, 2010, p. 70)

“Voltando aos estúdios”, na Rede Globo, o *Jornal Nacional* passa a inserir comentaristas especializados (Paulo Henrique Amorim, Alexandre Garcia e Lillian Witte Fibe) para “explicar” aos telespectadores as notícias do dia, sobretudo aquelas de pautas econômicas e políticas. A propósito, Witte Fibe é apontada por Fernando Barros da Silva (SILVA apud REZENDE, 2010, p. 71) como responsável pelo processo de “wittebezação” das apresentadoras à frente dos telejornais naquela época: Mônica Waldvogel (no *Jornal Hoje*), Sandra Annenberg (*Jornal da Globo*) e Fátima Bernardes (*Fantástico*) emprestam, em seus cabelos, maquiagem, figurino e “colocação em estúdio”, a imagem “antipática, sofisticada e discreta” de Lillian, sua personificação.

Curiosamente, se temos em Vizeu a utilização, por parte dos jornalistas, de uma “audiência presumida”, não nos parece forçoso anunciar uma espécie de “aparência presumida”, adotada pelos mesmos, inclusive na atualidade. Pouca coisa, em termos de mensagem icônica acerca do “parecer jornalista”, mudou da década de 1990 para hoje. Atentemo-nos apenas para o fato de troca de posições entre Witte Fibe e Fátima Bernardes enquanto paradigmas de aparência de apresentadoras. Sem nos esquecermos do “pioneirismo estético” da pri-

meira que, ao que tudo indica, perdeu seu posto para Bernardes pela própria diferença de projeção midiática atual entre as duas.⁶

A postura midiática de Lillian sofre, ainda, com a força de um incidente negativo em sua imagem, símbolo de “discrição e finesse”. A jornalista protagonizou uma cena no mínimo inusitada na história do jornalismo brasileiro ao sofrer, em 2006, uma crise de riso no *Jornal da Lillian*,⁷ enquanto noticiava o caso de uma senhora de 81 anos que havia sido presa, acompanhada do namorado de 56, com cápsulas de ecstasy. Seu parceiro alegava ser Viagra. O vídeo é, ainda hoje, um sucesso na internet e encabeça, com inúmeras versões e paródias, as páginas de busca quando o nome da apresentadora é digitado.

Em caminho semelhante de supervalorização da “estética telejornalística”, Willian Bonner, editor chefe do *Jornal Nacional*, tenta, conforme análise anterior (COUTINHO, 2010, p. 261), “aderir às redes sociais, como o twitter, como forma de seduzir os telespectadores pretendidos, ainda que em um espaço estendido em relação à TV”.

Com quase um milhão de seguidores até o momento, a criação de um perfil⁸ pode ser interpretada, segundo Coutinho, como uma tentativa de estabelecer um diálogo com o público, especialmente com os jovens. A escolha da gravata a ser usada na apresentação do JN, feita por seus seguidores, lidera os comentários feitos na rede e lhe rendeu, em março de 2010, o prêmio The Shorty Awards, conhecido como o “Oscar do twitter”. Mudanças como as apresentadas até o momento levam-nos a repensar a relação tecida entre o jornalismo de TV e seu público.

As estratégias de aproximação entre profissionais do telejornalismo e os espectadores descortinam um cenário onde os últimos são cada vez mais “convidados” a tomar parte da trama veiculada. Para além da inserção do público no telejornalismo, via depoimentos (povo fala), que tem importância essencial para nossas pesquisas,⁹ as marcas e os fazeres do jornalismo são cada vez mais narrados, seja com uma perspectiva normativa/educativa ou de paródia/crítica. O (tele)jornalista

passa, com frequência, a tomar parte da proposta de humanização do relato, fazendo com que o encontro – ou simulação do mesmo – entre emissora e público seja mediado também pelos dramas do próprio repórter.

O estabelecimento de vínculos e laços identitários nesses moldes pode ser observado em quadros como Medida Certa, Planeta Extremo e Expedição Xingu, ambos da “revista semanal eletrônica”, o *Fantástico*, da Rede Globo. A título de rápida exemplificação, podemos citar a “história de vida” narrada pela repórter do *Fantástico* Renata Ceribelli, que, juntamente com Zeca Camargo, sofreu com as privações estabelecidas por “seu” processo de reeducação alimentar e exercícios físicos propostos no quadro Medida certa, do dominical. No quadro, Renata se coloca não apenas como exemplo a ser seguido pelos telespectadores como tenta se alçar à condição de cidadã comum, que, no decorrer do quadro – como no decorrer da vida “comum” – tem suas vitórias imprevistas, como a perda significativa de peso, e também recaídas diante dos obstáculos – no caso, quebra da dieta ou preguiça de se exercitar. Curioso notar ainda como a vida pessoal e a vida profissional da “jornalista-personagem” acabam se confundindo e repercutindo em outras mídias e veículos de comunicação. Neste caso, Ceribelli figura, por exemplo, na revista Contigo!, ao lado do marido, no sofá de sua casa, relatando em manchete, que “o casamento melhorou após a dieta”, já que “juntos” perderam 28 quilos.

A intimidade do casal é explicitada com a declaração do marido da jornalista, ao declarar que, “depois de tudo, estamos mais felizes, mais seguros e até mais bonitos”. Entendendo o (tele)jornalismo a partir de suas balizas (Ana Carolina Temmer), e no caso do telejornalismo da perspectiva da estabilidade em fluxo proposta por Itania Gomes,¹⁰ que em sua análise evidencia que “os telejornais podem ser fluidos ao longo do tempo, ainda que razoavelmente coerentes num dado momento” (GOMES, 2011, p. 14), há que se reconhecer o alargamento das noções de valor notícia. Como refletir sobre as novas

posturas do jornalista em TV? Estruturadas ou tecidas como narrativas dramáticas, as notícias são ofertadas por meio da representação das ações e personagens dados a conhecer nas reportagens de TV e nos levam a admitir um novo “lugar do jornalista”: antes narrador ou personagem periférico, agora sujeito de – e sujeito a – uma narração de protagonismo. O repórter passaria, nesse sentido, a também falar de si, estratégia de aproximação e construção da credibilidade.

O “movimento de rotação discursiva do jornalista” é nítido em Expedição Xingu. Neste quadro, que é descrito por seus idealizadores como sendo “uma homenagem aos 50 anos do Parque Nacional do Xingu e à saga dos irmãos Orlando, Claudio e Leonardo Villas Bôas, responsáveis pela Expedição Roncador – Xingu”, temos na figura do repórter Rodrigo Alvarez uma centralidade da narrativa ofertada. Especialmente se levarmos em conta que, a todo o momento, o jornalista descreve suas atividades na expedição como “fielmente baseadas” no diário de Orlando Villas Bôas, *A Marcha para o Oeste*.

A tática aqui extrapola a narração de protagonismo do repórter: ao tentar se colocar como uma espécie de “reencarnação” do personagem que representa, no caso, o defensor dos índios, Orlando Villas Bôas, Alvarez busca a identificação com o público explicitamente por meio de uma representação “teatral”, com direito a vestimentas idênticas àquelas usadas pelo sertanista. O processo de reprodução é inclusive descrito no site do *Fantástico*, da seguinte maneira:

E para dar ainda mais realidade nesta aventura, Rodrigo e os universitários usaram roupas como as utilizadas na época da expedição, carregaram mochilas e alimentos como arroz, paçoca salgada (carne seca com farinha de milho), abóbora, feijão e peixe, quando estavam próximos de rios. Tudo para reproduzir ao máximo o que estava disponível na época dos irmãos Villas Bôas. (www.fantastico.globo.com/jornalismo atualizado em 29/08/2011 15h 42)

Embora questionáveis em relação ao seu caráter “telejornalístico”, propostas diferenciadas de divulgação da informação também são apresentadas atualmente pelos programas *CQC* (Bandeirantes) e *Profissão Repórter* (Rede Globo). O primeiro, sob a ótica de Caco Barcellos e de jornalistas recém-graduados, resgata o apuro investigativo, “os bastidores da notícia”. (PROFISSÃO REPÓRTER, 2010) O programa privilegia as reações dos repórteres (choro, medo, alegria) e tenta se aproximar do público – especialmente o jovem – por meio de uma formalidade reduzida, na qual o repórter também é notícia. Já o *CQC* retoma o *remake* de produções argentinas¹¹ já lançado pelo *Aqui Agora*. Veiculado semanalmente desde 2008, há opção pelo humor como forma de tratamento da informação, ainda que a promessa do programa seja de atuar como um resumo semanal de notícias. O vínculo com o público, neste caso, pode se solidificar na maneira irônica com que seus “repórteres” interpelam as fontes de informação, geralmente tratadas com cerimônia, como políticos, empresários e celebridades.

Seja pela escolha das pautas, no cuidado com a linguagem utilizada, ou ainda por meio da inserção direta de personagens populares em cena, o fato é que os telejornais buscam construir uma relação de identificação, um vínculo com o público que representa na tela. Esse tipo de vínculo foi conceituado por Itania Maria Mota Gomes (2006) como “modo de endereçamento”, e pode ser entendido como tudo aquilo que é característico das formas e práticas comunicativas específicas de um programa. Diz respeito ao “modo como um programa específico tenta estabelecer uma forma particular de relação com sua audiência”. (GOMES, 2006, p. 108) Independentemente se os limites de projeção e representação na telinha são globais, nacionais ou locais, sendo esta última via destacada neste trabalho e no próximo tópico, em que analisamos o telejornal da *Alterosa Edição Regional*, sob a ótica discursiva de sua equipe.

Jornal da Alterosa: um telejornal que ouve o “clamor do povo”

Flávio Porcello, ao observar o papel da televisão na vida do brasileiro, toma este veículo enquanto elemento que tenta converter códigos verbais e visuais em fatos reais, por meio da famosa expressão “apareceu na TV”. O pesquisador alerta, entretanto, que a televisão, com ênfase na matéria telejornalística, não deve ser vislumbrada como mera observadora dos fatos, pois

Por trás de uma câmera, está o olhar de um cinegrafista. A matéria jornalística é uma história contada pela ótica do repórter, com as imagens captadas pelo cinegrafista. Na edição, o jornalista faz escolhas, optando por uma e não por outra cena, por este e não por aquele trecho da resposta do entrevistado. TV é edição, recorte, fragmento. O desafio de quem trabalha nela é escolher certo, com responsabilidade, critério, ética e, principalmente, honestidade. Existe imparcialidade jornalística? É claro que não. A ótica do jornalista, do cinegrafista, do fotógrafo, do diretor da empresa e dos interesses que ela representa sempre estarão de algum lado. (PORCELLO, 2008, p. 51)

Cientes destes preceitos repassados desde os tempos da faculdade – mas que sempre merecem reatualização pela presença constante de discursos perigosos e cristalizadores da “imparcialidade jornalística” –, tomamos como cenário de nossa observação na pesquisa de campo a redação, estúdios, salas de espera e de reuniões do nosso telejornal-recorte. Editora, produtor, cinegrafista, apresentadora e repórteres – os “contadores de histórias” televisuais, na concepção de Porcello – foram questionados, interrogados, ouvidos. Particularmente sobre as relações tecidas com a “audiência presumida” (VIZEU, 2006), as impressões de/com o público, as estratégias de elaboração das narrativas e inserção da população nas mesmas.

Os depoimentos, colhidos por meio de entrevistas, descortinam muito do que entende por “público” e por “telejornalismo” a equipe deste telejornal produzido e veiculado em Juiz de Fora. Ao nos contarem suas histórias, nossos entrevistados acabaram oferecendo, em mais de 80 minutos de “causos” – sendo a própria questão dessa “mineiridade juizforana” um deles –, histórias e dramaturgia particulares. Foi possível, assim, confrontar a emissora-personagem percebida em nossos VT’s em pesquisas anteriores¹² com aqueles que agora entravam em cena diante de nosso gravador, saindo de reuniões de pauta, de gravações de *off* e salas de corte, ou vindo do calor das ruas, com fitas na mão. De certa forma, invertíamos a situação por eles vivenciada diariamente com a população.

Queríamos saber quem, o quê, quando, como, onde e por que as coisas eram como eram. Mas como saber se as informações que nos repassavam tão subjetivamente – e que não perdem seu valor em função disso – eram, conforme proposto por Porcello, “honestas”? Como provar ou comprovar que os discursos e argumentos ofertados e gravados não haviam sido criteriosamente ensaiados, “cena a cena”, no dia anterior ao da entrevista? E se o fossem, isso seria bom, ruim ou indiferente para o andamento de nossa pesquisa, já que a todo o momento mencionamos o atravessamento de um discurso por outros múltiplos?

Ancorados na proposta de “dramaturgia do telejornalismo” (COUTINHO, 2003) buscamos, então, um caminho alternativo e, a nosso ver, satisfatório: encarar, literalmente, nossos entrevistados como personagens. Passíveis de belas atuações, erros de gravação, talentos natos e inatos para o drama, mas sempre em cena, como perceberemos adiante. A “dramaturgia do telejornalismo”, proposta pela pesquisadora em sua tese de doutorado, muito enriquece, de modo convenientemente pontual, a discussão estabelecida entre telejornalismo e representação. De acordo com as pesquisas de Coutinho, há estruturação de notícias e reportagens alicerçadas numa narrativa dra-

mática, tanto em nível local quanto nacional. As ações se desenrolam na medida em que nos são dados a conhecer os personagens e ainda outros elementos daquela estória, tais como cenário, contextos, referências temporais. Em um primeiro momento a dramaturgia do telejornais, no modelo veiculado em rede, foi evidenciada pela existência de conflito narrativo como característica central em todas as matérias veiculadas. Seria através desses conflitos, quase sempre ressaltados no texto dos apresentadores de cada programa, na chamada cabeça de locutor, que a(s) narrativa(s) do telejornal se organizaria(m). A estruturação do noticiário televisivo em torno de problemas, ações e disputas guardaria semelhanças com o que classificamos como um drama cotidiano.

A forma de contar uma história em nossos telejornais, especialmente o padrão ou roteiro para construção de uma matéria com texto, som e imagem, seria o segundo aspecto dessa dramaturgia, constatado por meio da análise de edições do *Jornal Nacional* e *Jornal da Cultura*. A identificação da existência de personagens no texto noticioso, de maneira latente ou manifesta, e ainda o papel representado por cada um deles na representação dos fatos foram investigados durante a pesquisa de doutorado, tomando sempre como matriz os modelos e estereótipos comumente presentes em obras dramáticas, ficcionais. Assim,

[...] o que os telespectadores acompanham nos telejornais é uma soma de pequenas tentativas de repetição de alguns fatos, amarrados pelos textos de repórteres e apresentadores, uma “imitação da ação” ou das ações humanas, tal como a definição de Aristóteles para a palavra drama. O sentido de “imitação” tal como proposto pelo filósofo abrange o de representação, no caso, de um conflito que se desenvolveria, sempre com a busca de sua resolução, através das ações dos personagens da estória, da narrativa. (COUTINHO, 2003, p. 167)

Neste trabalho, nossa atenção se volta para a equipe local de jornalistas presentes nesta escalação – e, por que não dizer, no *cast* – de personagens que produzem as notícias televisivas. Aliás, é interessante a observação de Coutinho de que, essa nomenclatura – a do personagem – se tornou comum mesmo no jargão profissional. Por isso, ressaltamos que nossa análise, mais do que fornecer objetos de comprovação das posturas editoriais por nós avaliadas, dão-nos, condensadamente, a dimensão discursiva imaginada pelas equipes ao se direcionarem aos seus públicos – e ao falarem deles.

A “história” da TV Alterosa em Juiz de Fora se inicia em 1999, quando a TV Tiradentes, retransmissora integral da extinta TV Manchete na cidade desde 1990, é vendida para a filiada ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). A programação local é inicialmente limitada ao telejornal *Jornal da Alterosa – Edição Regional*, veiculado de segunda a sábado, ao meio dia. Desde a implantação, a TV Alterosa JF se encarrega de imprimir em suas produções características populares, ao estilo da emissora de Sílvio Santos, com matérias de segurança pública e de prestação de serviço, em VT’s ágeis e em plano-sequência.¹³ O *Jornal da Alterosa – Edição Regional* foi veiculado, até 2009, de segunda a sábado no horário do almoço (11h 50), com duração média de 25 minutos. Em 8 de março de 2010, passa a ser veiculado, seguindo ordens da matriz de Belo Horizonte, das 19h 20 às 19h 45, inserindo-se no recorte desta pesquisa.

A declaração abaixo, da atual editora chefe do *Telejornal da Alterosa Edição Regional*, pontua a postura fiscalizadora e, de certa forma, heroica adotada discursivamente pela equipe deste telejornal.

Dentro da linha da Alterosa, não cabem determinadas futilidades ou situações mornas ou comerciais demais. Quando eu tenho um fato forte, onde uma pessoa está caída ali, morta, com todo mundo passando em frente dela. Poderia ser eu, poderia ser você, familiares nossos. A Alterosa não vai se calar à frente disso. Até

porque, enquanto a gente não chega lá, nada se resolve e isso é impressionante. (BAPTISTA, 2010)

Percebe-se a demarcação de um lugar onde, nas palavras de Baptista, não cabem “futilidades”, “situações mornas”. Cumpre observar de antemão que a mudança ocorrida no cargo de editor chefe, em 2009, figura como um marco na linha editorial adotada e confere ao tom ou promessa discursiva atuais um caráter policial, factual, “quente” à narrativa. Esta está atrelada com frequência aos problemas de bairro, povoado de vítimas, fiscais e vilões em cena. Iluska Coutinho (2003) considera primordial o papel dos editores chefes. Eles poderiam ser considerados uma espécie de autores das narrativas veiculadas pela telinha diariamente, em horário nobre. Afinal,

[...] ainda que a questão da autoria em televisão envolva uma construção, o editor chefe de cada programa é que estabeleceria, em última análise, o ritmo de encadeamento das cenas, narrativas construídas a cada VT, ao montar a ordem de apresentação das matérias, a chamada paginação do programa, e ainda definiria em que casos haveria mudança ou subversão na maneira de contar as histórias jornalísticas, na medida em que a busca por novidades é outra marca da indústria cultural. (COUTINHO, 2003, p. 168)

Ao acumular as funções de editora chefe e apresentadora do *Jornal da Alterosa*, Elisângela Baptista reconhece o poder de sua “assinatura discursiva audiovisual” no noticiário. E em entrevista, posiciona a si mesma e a emissora do mesmo modo em que se projeta nos VT’s analisados: um enquadramento que mescla atitudes do personagem fiscalizador com o papel do herói. Como alguém que, ao mesmo tempo em que denuncia as mazelas cotidianas, tenta buscar soluções para as mesmas e apontar culpados pelos conflitos do “povo”, como no trecho abaixo de nossa conversa:

O apelo popular é mola principal. É problema de saúde, a gente vai atrás, é problema de bairro, a gente vai atrás, é educação, é professor que está com dificuldade pra dar aula. A TV Alterosa ainda carrega essa voz, esse clamor do povo, uma força que talvez a população se identifique por conta disso. (BAPTISTA, 2010)

Interessante presenciar certa recorrência no discurso da jornalista, manifesta em entrevista, em perceber o público como uma categoria que merece e precisa se expressar. Mas que, ao mesmo tempo, carece de ser controlada, prestar atenção naquilo que “pediu” para ver no telejornal. Em resumo, há um anseio de que o público “respeite” o conteúdo produzido, já que foi confeccionado baseando-se nos anseios da audiência. Se em certos momentos temos a editora fiscalizadora-heroína confirmando que “A população tem um peso muito grande no *Jornal da Alterosa*”, “O que eles pedem é fundamental” ou “é fundamental que eles se expressem”, temos uma visão do telejornalista como alguém que oferta “permissão de fala” ao outro, que “o deixa falar”, como na frase: “‘o povo fala’ é a hora em que você dá voz àquele povo”. Ou na declaração seguinte:

Há pouco tempo tivemos uma reunião em Belo Horizonte, onde uma das ideias era isso, deixar o povo falar, vamos colocar o povo pra falar. Mas com alguma restrição, pois na TV você não pode deixar a pessoa ficar falando, o tempo todo, até por questão de imagem, tempo, ritmo de matéria. É fogo, porque você acaba entrando em contradição: deixa o povo falar, mas por 10 segundos? É uma orientação geral e a gente segue dentro do perfil que a gente tem. (BAPTISTA, 2010)

Outros trechos da conversa também confirmam nossa hipótese de multiplicidade de interpretações da audiência por parte da equipe. Ao ser indagada sobre a constância na interpelação direta que faz o telespectador no momento da apresentação, a editora oferece um discurso de amplificadora da “voz do povo”:

A gente entende que a Alterosa busca isso, proximidade com a população. Na verdade esse diálogo vem fechar tudo isso que a gente falou até aqui. Não adianta eu ter o clamor popular, ir lá e na hora do estúdio me posicionar completamente imparcial ou completamente objetiva, sendo que a gente sabe que isso não existe. Na verdade tento aproximar o telespectador não de mim, mas da TV Alterosa com esse discurso, sim. (BAPTISTA, 2010)

Em contraponto, mais uma vez há a observação da necessidade de controle discursivo no momento de “dialogar” com o público via interpelação. A editora e apresentadora surge como uma heroína com ares de mãe – que dá carinho e pune a cria se necessário for. A ideia é de que um público que se deseja representado deve, em troca, oferecer sua atenção àquele que se faz portador e anunciador de seus anseios:

Em 2009, com minha volta, a gente retomou essa linguagem, esse clamor, meus comentários mesmo, no final de matérias. Às vezes saímos de uma sonora e o telespectador falou aquilo que eu acho também. E eu digo: ‘É isso mesmo. É isso aí’. É você tentar se aproximar ao máximo e tentar falar: ‘Olha, estou fazendo isso aqui porque você pediu, então preste atenção na matéria’. (BAPTISTA, 2010)

A postura fiscalizadora da emissora e, principalmente de sua editora chefe, é reconhecida pela equipe como estratégia de aproximação com o público e também como tendência editorial constantemente “cobrada”, a ser seguida em todas as etapas de produção das notícias. É o que verificamos, por exemplo, no depoimento da produtora Flávia Crizanto, ao ser indagada sobre a predominância das matérias de denúncia no noticiário:

Aqui dentro a gente trabalha o tempo todo isso, a editora cobra isso o tempo todo e acho bacana. Não dar isso somente como factual. Ela cobra o tempo todo que a gente esteja, de alguma maneira, colocando um olhar crítico. Não é dizer apenas que não temos médicos. Por que não temos médicos? Ir lá, cobrar. A editora está sempre pedindo pra gente uma solução para o

telespectador correr atrás. Por exemplo: estrada. Se a gente vai dar que estão morrendo tantas pessoas nas estradas, a gente quer saber por que. É uma linha do jornal e da editora. (CRIZANTO, 2010)

A estrutura narrativa das notícias, os ângulos preferenciais, a abordagem “popular” dos assuntos – assumida sem receios e com orgulho pela equipe – parece forjar sua “identidade” num viés relacional, alicerçada na força da diferença. A utilização do plano-sequência e a conversa informal com o telespectador são recursos narrativos que tentam se firmar como marcas registradas do JA. Isso quer dizer que, ao se dirigir ao seu público, o *Jornal da Alterosa*, mais do que declarar discursivamente “aquilo que é”, tenta deixar explícita a exclusão, “aquilo que não é”, tendo por base, prioritariamente, a comparação com a concorrência do *MGTV2*, telejornal local produzido pela afiliada da Rede Globo e com o “padrão Globo de jornalismo” de maneira geral, como observa o repórter Evandro Medeiros:

Temos uma noção muito vaga desse público do Jornal da Alterosa, bem diferente da TV Panorama, que tem um processo de pesquisa mais amíuê [...]. E aí precisa muito desse domínio técnico do cinegrafista e dessa interação entre cinegrafista e repórter, pra criar uma linguagem diferente da linguagem Globo, que é o padrão de telejornalismo no Brasil [...]. Se você pega matérias da TV Panorama e nossas, você perceberá que nossas passagens têm mais movimento [...]. A gente recebe, com frequência, comentários desse tipo na rua: ‘Olha, na TV Alterosa mostra a gente, o povo, a gente se vê. A concorrente mostra tudo por alto, não falam as coisas como são realmente. Vocês não. Vêm aqui, mostram as pessoas, a gente tem vez, fala na matéria de vocês.’ (MEDEIROS, 2010)

A tentativa de demarcação identitária com base na diferença se reflete também nas falas da editora:

O público precisa do Jornal da Alterosa. O Jornal da Alterosa precisa do público. Em contrapartida, estou falando para ele. Não estou falando pro meu colega de imprensa, que de repente falará assim 'que linguajar é esse?'; vai fazer uma crítica. É diferente do que estamos acostumados a ver no Jornal Nacional, por exemplo. (BAPTISTA, 2010)

Há ainda um tom didático de linguagem, assumido, na visão da equipe, como tentativa de aclimatar os outros discursos a um discurso popular, compatível com a audiência imaginada.

Tentamos falar de maneira muito clara. As palavras seguem aquela lição de jornalismo da faculdade: falar da maneira mais clara possível, de maneira direta sempre, usando palavras mais fáceis de entender e pronunciar, tentando quebrar as frases, os períodos. (MEDEIROS, 2010)

Ou ainda nas observações do cinegrafista Robson Rocha. Ele tenta fortalecer o caráter pedagógico da linguagem textual e visual adotada, incluindo neste arsenal didático-discursivo o plano-sequência, cuja câmera subjetiva faria com que o telespectador se sentisse “dentro da matéria”:

A linguagem é mais simples, você pega uma história com início, meio e fim. A gente brinca muito que o telespectador não é nosso amigo. Mas é um conhecido, a gente entra todo dia na casa dele. Não devemos ter uma fala distante, mas contar o que aconteceu numa linguagem que todo mundo entenda. (ROCHA, 2010)

Também estabelecida com base na diferença, a questão da mineiridade surge nos apontamentos da equipe como algo mal resolvido, ambíguo, complicado. Reflexo da própria constituição da indetidade juiz-forana extra-telejornal, firmada a partir de contrastes com a “mineiridade clássica”. Ser mineiro não parece ser algo facilmente explicável por parte do grupo. O que não significa que não surjam “lampejos” de mineiridade nas atitudes, mais do que nas definições,

conforme presenciemos nas falas do cinegrafista Robson Rocha e sua relação com o público no momento das gravações:

Se aconteceu a apreensão de um ponto de venda de drogas na Vila Olavo Costa, não quer dizer que o bairro seja inteiro de traficantes. E nem por isso você vai chegar lá e não tratar bem as pessoas, cumprimentar, tomar um cafezinho, que é uma coisa de mineiro. Você vai fazer uma matéria e não tomou o cafezinho, você está destrutando. (ROCHA, 2010)

A cidade de Belo Horizonte, sede da matriz da Alterosa, figura, nos discursos da equipe, como um “lugar” de confrontamentos com a produção realizada em Juiz de Fora e voltada, ao menos em tese, para outras 131 cidades da Zona da Mata. Há, por parte da produção juiz-forana, uma tentativa de fazer valer o slogan atual da emissora, que é “a TV que o mineiro vê”, mesmo que a mineiridade vislumbrada fuja do padrão “belorizontino” e ganhe ares nada convencionais.

Na avaliação da produtora Flávia Crizanto, há um grande desafio em tentar estabelecer uma linguagem tipicamente mineira no noticiário, acreditando que “a gente tenta ao máximo mostrar a região, mas não dá pra ser como deveria. E a TV Alterosa tem essa característica de ser ‘A TV que o mineiro vê’. Inclusive BH está passando isso pra gente”. (CRIZANTO, 2010) O cenário de se apostar em BH tanto para buscar essa mineiridade quanto para fugir dela é referenciado pelo repórter Evandro Medeiros, ao confessar que:

Sem dúvida essa indefinição de mineiridade juiz-forana é transposta pro telejornal [...]. É até uma briga minha aqui, pois acho que às vezes as cabeças das matérias ficam muito ‘lá’. Às vezes nas matérias também têm muita coisa que interessa a Belo Horizonte, à cultura lá de cima. Costumo dizer que Minas Gerais é de Barbacena pra cima. Aqui a gente é muito diferente. Fazer matéria em Barbacena já é muito diferente. As matérias do esporte lá de BH a gente nunca usa no nosso telejornal, pois são matérias do Cruzeiro e Atlético, times dos quais nosso público não quer saber nada. Querem saber dos times do Rio. Acho que

até a maneira de conduzir as matérias, nossa abordagem mais solta que a de BH, refletem isso. Percebo uma soltura maior na condução de nossas matérias aqui. A juiz-foraneidade não é uma não mineiridade, mas é uma mineiridade particular que se reflete em nosso telejornal. (MEDEIROS, 2010)

Para o cinegrafista Robson Rocha, as escolhas de posicionamento de câmera são fundamentais no assentamento discursivo pretendido, focado na “demonstração das ações e emoções” dos personagens “em cena”. Os objetivos aqui se baseiam num sensibilizar para promover a solidariedade para com aquela vítima que sofre:

Você não sensibiliza ninguém com uma imagem aberta. Se a Xuxa chorar num programa dela e deixarem num long shot, ninguém vai se emocionar. Isso você usa como artifício pra prender a atenção de seu telespectador [...] as pessoas se emocionam também porque o jornalismo, mesmo numa tragédia, é uma prestação de serviço. Quando você se emociona numa matéria, você tem pelo menos a vontade de querer ajudar aquele cidadão que sofreu com um incêndio, uma enchente, seja lá o que for. Se não tiver essa emoção na matéria, você não vai ajudar a ninguém. (ROCHA, 2010)

A escolha de ângulos, o poder dispensado às imagens, os cuidados com o texto verbal e a comparação com as “narrativas de ficção” como as telenovelas ilustram nossas constatações, como a que se segue:

A dramaturgia se apropria de fatos da vida real e o jornalismo vai se apropriar da linguagem da telenovela, sobretudo no apresentador. No personagem, vejo essa tentativa de chamar atenção da audiência pela dramatização [...]. Da mesma maneira que a telenovela faz sucesso, que o cara lá faz o público chorar, nosso telespectador vai ver no telejornal essa mesma linguagem. É uma estratégia mesmo. E tem sido usada com frequência e acaba todo mundo fazendo. (MEDEIROS, 2010)

O valor espetacular das imagens é visto pela apresentadora como algo atrativo, que confere retorno da audiência. Elisângela aponta que as matérias de problemas de bairro são o foco das sugestões de pauta, “mas o pessoal gosta também de matéria bonita, bem produzida, matéria de natureza, animais, coisinhas diferentes”. (BAPTISTA, 2010) “Coisas diferentes” aparecem, nas conversas com Evandro Medeiros,¹⁴ como “valores-notícia” priorizados pelo público e pela equipe, ao se depararem com uma boa história a ser contada:

Uma vez fiz uma passagem num barco que foi super comentada. Uma vez também, na queda da barragem em Mirai, há quatro anos, gravei uma passagem dentro do helicóptero. Claro que foi uma estratégia minha pra valorizar o material. Afinal de contas, nossa visão era privilegiada em relação ao que a concorrência tinha gravado. (MEDEIROS, 2010)

A dramaturgia do telejornalismo pode ser percebida de maneira sistemática pelos profissionais, desde o momento da pauta até a exibição da matéria. A “história contada”, bem como o perfil de seus personagens e os cenários escolhidos, representam elementos norteadores para a confecção do produto. São valores compartilhados pelo grupo e que se apresentaram nas entrevistas em frequência semelhante aos discursos de valorização da participação popular e exercício da cidadania que ancoram a postura editorial do noticiário. Ao que tudo indica, o nirvana narrativo se estabelece quando ocorre a junção entre notícias factuais com imagens privilegiadas, angulações emblematicamente cinematográficas. Como nos fatos acima, “vivenciados” pelo repórter Evandro Medeiros. E que, segundo ele, ainda ecoam pela audiência e resistem ao distanciamento tempo-espacial, tão cruel com a busca por sabor discursivo perseguido no telejornal da Alterosa.

NOTAS

- ¹ O paradigma de telejornalismo da década de 1950, o Repórter Esso, veiculado inicialmente na TV Tupi do Rio (1952), espelhava as características mais evidentes da primeira fase da TV brasileira: a herança radiofônica e a subordinação total dos programas aos interesses dos patrocinadores. Para maior detalhamento sobre a trajetória do telejornalismo no país, consultar Vizeu; Porcello; Coutinho(2010).
- ² “Desde que acabou a crença de que um Deus dirigiria os destinos do mundo em seu conjunto e, apesar de todas as curvas do caminho seguido pela humanidade, os conduziria como senhor a bom termo, são os próprios homens que devem propor-se a fins ecumênicos que abrangem toda a terra.” (NIETZSCHE, 1878, p. 47) *Humano, demasiado humano, um livro para espíritos livres (Menschliches, Allzumenschliches)*, foi a primeira obra de Friedrich Nietzsche após o rompimento com o romantismo de Richard Wagner e o pessimismo de Arthur Schopenhauer. Na obra o autor mergulha na Filosofia e na Epistemologia, implodindo as realidades eternas e as verdades absolutas e nos alerta para a inocuidade da metafísica no futuro. Busca registrar o conceito de espírito livre, isto é, aquele que pensa de forma diferente do que se espera dele: o homem do futuro.
- ³ Guilherme Jorge de Rezende (2010, p. 58) explica que, embora haja significativos avanços técnicos na televisão da década de 1960 – como a chegada do videotape, encomendado para a cobertura da inauguração de Brasília, câmeras de estúdio mais ágeis, a lente de *zoom* no lugar da torre de lentes, as mudanças na linguagem televisiva –, estes só eram visíveis em novelas e shows. Ao telejornal, cabia a alcinha de “audiovisual da notícia”, pela semelhança com os noticiários radiofônicos.
- ⁴ Merece menção o contraponto atual à emissão de comentários, corriqueira em Casoy. O jornalista, âncora do *Jornal da Band*, pediu desculpas no ar durante a exibição do telejornal de 01/01/2010 depois que o áudio dele, ofendendo dois gar- ris na véspera (31), vazou e foi parar na internet. No áudio, o jornalista diz: “Que merda! Dois lixeiros desejando felicidades do alto das suas vassouras. O mais baixo na escala do trabalho”.
- ⁵ Versão brasileira do original argentino Nuevediarío.
- ⁶ Fátima Bernardes desempenha, desde 1998, a função de apresentadora e editora do *Jornal Nacional*, ao passo que Lillian Witte Fibe deixou a emissora em 2000, quando apresentava o *Jornal da Globo*.
- ⁷ A partir de 2000, Lillian deixou a televisão e passou a ancorar noticiários na internet. Apresentou o *Jornal da Lillian* no portal *Terra*, de 2000 a 2005.

- ⁸ Bonner se anuncia em seu perfil no twitter @realwbonner como um “tio”.
- ⁹ Para maior detalhamento sobre a participação popular na televisão, consultar Mata (2008).
- ¹⁰ A partir da adoção do conceito de gênero televisivo como uma categoria de análise cultural, a autora, no artigo *Estabilidade em Fluxo: uma análise cultural do Jornal Nacional, da Rede Globo*, afirma que este telejornal constitui-se como “estabilidade em fluxo”: ou seja, representa o conjunto mais bem acabado de marcas que caracterizam um telejornal no Brasil, o que faz com que características que são do JN acabem por se confundir com elementos do subgênero telejornal, e configura-se como um produto da cultura e, como tal, contingente e transitório, um produto que se transforma ao longo do tempo e assume novos e diferentes sentidos em distintos momentos históricos.
- ¹¹ O humorístico *CQC (Caia Quem Caia* na versão original argentina) é um projeto da produtora argentina Cuatro Cabezas. Foi rebatizado de *Custe o que Custar* no Brasil. Exibido nas noites de segunda-feira, elevou a audiência da Band de 2,4 para 5 pontos no horário (comparativo das médias anuais entre 2007 e 2009).
- ¹² Para detalhamento destas pesquisas de análise de VT’S e representação do povo no telejornalismo, tem-se a contribuição dos trabalhos *A voz do povo é a voz de Deus? Participação popular no telejornalismo local*. MATA, Jhonatan, UFJF: 2008 e *Um telejornal pra chamar de seu: identidade, representação e inserção popular no telejornalismo local*. MATA, Jhonatan. 2001 – Dissertação de Mestrado apresentada ao PPGCOM-UFJF.
- ¹³ VT ou *Videotape*: palavra em inglês, é a popular fita de vídeo. Apesar de ser um aparelho o VT (sua sigla), tinha o nome do resultado de seu trabalho. As fitas de vídeo editadas e arquivadas passavam antes pelo VT. Até hoje são utilizados, sendo responsáveis pelas edições de imagens televisivas. O videoteipe se escreve de diversas formas: da americana *videotape* ou *video-tape*, ou da “abrasileirada” videoteipe. No meio televisivo, VT é o nome que mais se usa.
- Plano-sequência: Tipo de plano onde a câmera se move o tempo todo, criando uma tomada com diferentes ações dos personagens. No cinema o plano-sequência pode ser visto no filme de Orson Welles, *Cidadão Kane*. No telejornal, ocorre em matérias montadas em sequência, tomadas sem cortes, na tentativa de conferir verossimilhança aos fatos mostrados.
- ¹⁴ Cumpre lembrar que o repórter é também ator, tendo participado durante muitos anos do Grupo Divulgação. Em 2009, Evandro Medeiros lançou o livro *O delírio de Apolo: sobre teatro e cinema*, com apoio da Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage (Funalfa), e tem a dramaturgia como foco de suas pesquisas no Mestrado em Comunicação da UFJF, em que ingressou em 2010.

REFERÊNCIAS

- BAPTISTA, Elizângela. Entrevista concedida aos autores. Juiz de Fora: 2010. Gravação em áudio.
- BAUMAN, Zygmunt. *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi*. Florianópolis: IISBPJOR, 2005.
- BERGER, Peter; LUCKMAN, Thomas. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Editora Vozes, 1985.
- COUTINHO, Iluska. *Dramaturgia do telejornalismo brasileiro: a estrutura narrativa das notícias em TV*. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2003.
- _____. Telejornalismo e identidade em Emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. In: VIZEU, Alfredo Eurico (Org.). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 91-107.
- _____. Telejornal e narrativa dramática: um olhar sobre a estrutura da informação em TV. In: EURICO, Alfredo, ANTÔNIO, Flávio, LADEIRA, Célia (Org.). *Telejornalismo: a nova praça pública*. Florianópolis: Insular. 2006. p. 99-124.
- _____. FERNANDES, Livia; MATA, Jhonatan. Dramaturgia do Telejornalismo e Identidade local: os personagens como referências do Jornal da Alterosa e MGTV 1ª Edição. In: COUTINHO, Iluska; LEAL, Paulo Roberto (Org.). *Identidades mediáticas*. Rio de Janeiro: E-papers. 2009. p. 93-108.
- _____.; MATA, Jhonatan. Telejornalismo, juventude e representação: quais formatos e narrativas dialogam os novos telespectadores? In: Barbosa Marialva; MORAIS, Osvando J. de (Org.). *Comunicação, cultura e juventude*. São Paulo: INTERCOM, 2010.
- CRIZANTO, Flávia. Entrevista concedida aos autores. Juiz de Fora: 2010. Gravação em áudio.
- GOMES, Itania Maria Mota. Das utilidades do conceito de endereçamento para análise do telejornalismo. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. *Televisão: entre o mercado e a academia*. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 107-123.

- GOMES, Itania Maria Mota. Estabilidade em Fluxo: uma análise cultural do Jornal Nacional, da Rede Globo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34. 2011 Recife. *Anais...*, 2011.
- MATA, Jhonatan Alves Pereira et al. Telejornalismo e identidade local: uma reflexão sobre a produção jornalística nas emissoras de TV de Juiz de Fora. In: FADUL, Anamaria; GOBBI, Maria Cristina (Org.). *Mídia e Região na Era Digital: diversidade cultural e convergência midiática*. São Paulo: Arte & Ciência, 2007. p. 193-205.
- MATA, Jhonatan Alves Pereira. *A voz do povo é a voz de Deus?* Participação popular no telejornalismo local. 2008. Monografia (Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, 2008.
- MEDEIROS, Evandro. Entrevista concedida aos autores. Juiz de Fora: 2010. Gravação em áudio.
- REZENDE, Guilherme Jorge de. 60 anos de jornalismo na TV Brasileira: percalços e conquistas. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska. *60 anos de telejornalismo no Brasil*. (Org.). Florianópolis: Insular, 2010. p. 57-82.
- ROBSON, Rocha. Entrevista concedida aos autores. Juiz de Fora: 2010. Gravação em áudio.
- VIZEU, Alfredo Eurico. Telejornalismo: das rotinas produtivas à audiência presumida. In: EURICO, Alfredo, ANTÔNIO, Flávio, LADEIRA, Célia (Org.). *Telejornalismo: A nova praça pública*. Florianópolis: Insular. 2006. p. 19-40.
- _____. *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2005.
- _____. (Org.). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- _____; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo (Org.). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- _____. PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska. (Org.). *60 anos de telejornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2010. p. 57-82.
- WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e diferença*. Editora Vozes: Petrópolis. 2002. p. 07-72.

Analizando o documentário televisivo

José Francisco Serafim

A televisão surgiu nos anos 1930, mas será, sobretudo, a partir dos anos 50 do século passado que ela começará a se tornar um dos meios de maior impacto na vida da grande maioria das populações. Em pouco tempo, então, a televisão entrará de forma permanente nos lares de praticamente todos os habitantes do planeta para nunca mais sair (pelo menos até o momento) e será a forma mais prática, rápida e barata de se entreter, aprender, conhecer. Aposta-se em grades adequadas a cada horário do dia para atingir os diversos segmentos de público ávidos por notícias, entretenimento etc.

Mas fica a pergunta, o que será veiculado por essa mídia? De que tipo serão esses programas? Quem é o destinatário dos programas?

Sabe-se que a mídia televisiva deve muito às outras formas de arte existentes, sobretudo ao rádio, ao cinema e ao teatro, mas certamente há uma grande diferença entre ouvir um programa radiofônico, assistir a um filme, a uma peça de teatro e a um programa televisivo, quer seja o produto uma peça teatral filmada ou um filme exibido anteriormente nas salas de cinema. No teatro e no cinema o público-alvo já será buscado desde o tipo de peça teatral a ser encenada ou a partir do roteiro do filme, do local onde essa será apresentado, do diretor e dos atores escolhidos para atuar, sem esquecer que o espectador deverá proceder a uma série de decisões antes de se sentar na sala de teatro e/ou cinema: escolher o filme, o horário, sair de casa, comprar ingresso e ficar todo o tempo da apresentação sentado ao lado de desconhe-

cidos compartilhando por aproximadamente duas horas a fruição do espetáculo. Ou seja, temos aqui um espectador atento e que sabe o que quer e o que vai ver. Na televisão acontece o oposto, frequentemente é uma presença constante nas casas, estando muitas vezes funcionando ininterruptamente, ocupando e mobiliando o espaço com os sons e as imagens. Os produtos televisivos, sejam eles quais forem, são obrigados a levar em consideração essas especificidades do meio difusor. Para Itania Gomes (2007, p. 22) “a televisão difere do cinema em termos de possibilidades técnicas, de seus recursos de linguagem, dos gêneros adotados, da relação estabelecida com o público numa perspectiva histórica, das convenções que regulam as expectativas para cada um dos meios”.

A grade televisiva é composta de uma grande variedade de programas que serão veiculados de acordo com o horário de exibição, público-alvo a ser atingido e, claro, níveis de audiência que se espera da exibição, pois aí teremos outro elemento fundamental para a mídia televisiva (inexistente no teatro e no cinema): a publicidade e, em muitos casos, o *merchandising*. Os programas são muitas vezes fragmentados pensando-se no corte publicitário. Essas pausas na fruição do programa são muitas vezes pensadas no momento da realização fílmica pelo próprio realizador.

Ao abordar a televisão, François Jost (2011, p. 240) nos informa que

tratando-se de um *media* que tem a particularidade de mostrar imagens que pertencem a todos os gêneros e que se compraz hoje de misturá-los, é preciso, então, construir um sistema estruturante que permita explicar tanto a concepção, a estruturação, como a recepção dos programas.

Dessa grande diversidade dos programas de televisão podemos classificar aqueles que têm uma vinculação com o real (documentário, reportagens, telejornal etc.), aqueles de ficção (novela, série, ficção

televisiva etc.), os programas de auditório (frequentemente realizados com o recurso do direto) e a exibição em direto de eventos esportivos e marcantes (por exemplo, a guerra no Iraque, o ataque às Torres Gêmeas em Nova York, o resgate dos mineiros no Chile).

Desses diversos tipos de programas, vamos nos ater àquele que diz respeito ao real e, mais precisamente, ao documentário. Esse gênero surge no cinema praticamente com o início do cinematógrafo, quando os irmãos Lumière, na França, começam a filmar o que está em torno deles, inicialmente os familiares, amigos, para logo depois filmar o exótico em locais longínquos, como uma rua na China ou na Rússia etc.

Se os irmãos franceses são fundamentais para a existência do cinema, será, sobretudo, um norte-americano, Robert Flaherty, o responsável por aquele que é considerado o primeiro documentário da história do cinema: *Nanook of the North*, em 1922. Mas será sobretudo o escocês John Grierson quem contribuirá substancialmente para o que consideramos na atualidade como os programas do real na TV, como a reportagem, a grande reportagem, e mesmo em alguns aspectos, o telejornal. Em 1929, Grierson realiza seu primeiro e único filme, *Drifters*, no qual apresenta a narrativa de uma pesca industrial em alto mar, observando-se a presença do narrador, através das cartelas inseridas em diversas partes do filme. Encontramo-nos aqui no advento do cinema sonoro, pois todos os outros filmes realizados pelo grupo de documentaristas comandado por Grierson utilizarão a voz de um narrador (*over*), ou, em poucos casos, a voz *in* dos próprios personagens que contam suas histórias, muitas vezes utilizando-se de recursos como o *insert* na imagem para exemplificar e ilustrar o comentário de um personagem. Temos aqui uma estrutura narrativa que será apropriada pela televisão, que surge praticamente em simultaneidade com o advento do cinema documentário enquanto gênero completo e com suas *lettres de noblesse*. Thierry Garrel, que foi responsável pelo núcleo de documentários do canal televisivo franco-alemão Arte desde seu

surgimento, em 1992, e até 2008, em um artigo publicado na revista *Cahiers Du Cinéma*, esclarece que:

[...] há atualmente uma reabsorção do gênero [documentário] pela televisão, e uma confusão deste com outras formas de realismo que tem uma vinculação com a pulsão escópica social, e que não tem nada a ver com a ideia de documentário enquanto arte. O documentário é submetido, como sempre, às pressões extremas da pedagogia de um lado e do jornalismo do outro. Ora, as obras se parecem sempre fortemente com a forma como elas foram produzidas. Na televisão, mais que em outros lugares, o modo de produção deixa sua marca sobre elas, até nas propostas estéticas e formais. (CHAUVIN; JOYARD, 2000, p. 60)

O real na televisão, e isso desde os primórdios da mídia televisiva, utilizará e abusará desses recursos para mostrar e contar suas histórias vinculadas ao real. A programação televisiva sofrerá modificações ao longo de sua história, como muitos textos sobre a história da televisão já nos vêm mostrando, mas observa-se que certos programas nunca deixarão a grade das emissoras de televisão: telejornal, ficção (novela, série etc.), programas de auditório, documentários etc.

Se a mídia televisiva tem pontos em comum com as televisões existentes no mundo, ela também tem particularidades que merecem ser (re)conhecidas: pública ou privada; generalista ou específica; aberta ou paga etc. Rapidamente com o sucesso dos programas de televisão, teremos o incremento de outro gênero que entrará de forma permanente na grade televisiva: a publicidade, que vem praticamente fragmentar os programas da grade, visando vender os mais diversos tipos de produtos ou mesmo passar mensagens informativas (campanhas governamentais, por exemplo).

É então nesse contexto de pluralidade e diversidade que devemos pensar a análise dos produtos veiculados por essa mídia. Para Francesco Casetti e Federico di Chio (1998, p. 197), “a escolha do método

de análise não é na verdade ‘neutro’: aproximações diversas restituem imagens diferentes do objeto que se está estudando”.

A primeira pergunta, então, que nós colocamos é de como analisar os programas exibidos na televisão? O que devemos levar em consideração no momento da análise? O programa de televisão é um produto audiovisual como outro qualquer? Que tipo de análise será mais apropriada para se pensar esses produtos? Certamente esses questionamentos são mais amplos do que as possibilidades de respondê-las nesse texto, sendo que o objetivo aqui será somente o de trazer uma possível contribuição para prováveis grades de análise dos documentários na televisão.

Se o produto cinematográfico é uno e unitário, logo o filme tem uma determinada duração, não é fragmentado ao longo de sua exibição na sala de cinema e foi realizado com objetivos específicos de público e audiência, ou seja, o diretor (o estúdio, o produtor etc.) já conhece praticamente desde o início do projeto o destinatário principal do produto. Por exemplo, uma proposta e/ou roteiro de Steven Spielberg, Guel Arraes, David Lynch ou Lars Von Trier já tem um público pré-definido a partir da simples presença do nome dos diretores no roteiro e nos créditos. Já o produto televisivo sofre de algo mais difuso no que concerne ao seu público. A priori este é composto de todas as pessoas que possuem um televisor em suas casas, esse é o público potencial de qualquer programa exibido na TV (claro que temos que levar em consideração a grade, o horário de exibição etc.). Sendo assim, os programas de TV são obrigados a estar atentos ao tipo de linguagem adotada no programa, ao tipo de informação veiculada, ou seja, essa difusão do público será também um dos fatores que determinarão a concepção dos produtos do real na TV. E aqui nos colocamos uma pergunta: será que o analista de TV não deve conhecer esses procedimentos vinculados à produção do produto para poder analisá-lo de forma mais pertinente?

É assaz difícil abordar a mídia televisiva e seus produtos de forma genérica, estaremos sempre falando de um tipo de televisão, de um determinado país, ou mesmo de uma região específica que tem particularidades que merecem que nos detenhamos sobre elas para que a análise possa ser mais completa e densa possível. Devemos também estar atentos ao tipo de demanda que nos colocamos inicialmente, sobre quais aspectos queremos analisar: o programa em sua totalidade, ou elementos deste. Mas, como foi observado anteriormente, esse programa, diferentemente do cinema, não é uno e estará frequentemente vinculado a outros programas da emissora. Ele será fragmentado por cortes publicitários e será exibido em um horário específico da grade televisiva, questões essas que deverão estar presentes ao longo da análise do produto.

Devemos também levar em consideração, no momento de nos debruçarmos sobre o produto que desejamos analisar, alguns elementos como, por exemplo, compreender sua relação no interior da emissora. Nesse sentido é importante sublinhar que as televisões no mundo não funcionam de forma homogênea. Aqui também podemos fazer uma digressão relacionando os produtos televisivos e aqueles realizados para o cinema. No caso do cinema, existem algumas possibilidades de realização de um filme (ficção ou documentário). Precisa-se de um produtor, de uma determinada quantia de dinheiro que pode vir de empresas públicas ou privadas, ou, no caso do Brasil, através de editais governamentais, mas o importante aqui é que o diretor terá uma liberdade de realização que será relativa ao modo de produção. Por exemplo, um grande estúdio e/ou produtora poderá ter uma ingerência maior na realização do filme, um pequeno produtor poderá apostar na criatividade do realizador e deixá-lo mais livre na realização, e claro que dependerá igualmente da quantidade de dinheiro alocada na realização do produto fílmico e da chancela do nome do diretor. O contato aqui se faz diretamente com o produtor que tenta aparar algumas arestas ou arroubos do diretor. No caso da televisão

não há essa homogeneidade na realização de um produto, devemos estar atentos ao tipo de televisão que estamos falando. No caso brasileiro, os profissionais de televisão são profissionais da televisão, ou seja, estão vinculados por contrato de trabalho a determinada emissora, e isso não somente para a equipe técnica ou para os atores, mas também é a situação presente dos realizadores, que devem de alguma forma seguir os princípios da emissora em que trabalham tendo em vista o constante risco de demissão. Dessa forma, como realizar um produto que seja próximo daquilo que determinado realizador idealizou no momento da concepção (roteiro) do produto? Quais implicações terão essas ingerências da emissora produtora na realização do documentário televisivo? Esses elementos exteriores ao produto televisivo deverão igualmente ser levados em consideração no momento da análise.

No Brasil, uma das únicas possibilidades de conseguir maior liberdade na realização do produto documental será através da obtenção de uma premiação no programa *DOCTV*.¹ O candidato a realizador concorre através de um projeto que é avaliado de forma anônima por uma equipe de profissionais do audiovisual, e caso o projeto seja premiado, o realizador recebe um prêmio em dinheiro e inicia a realização do produto. A ideia é realmente tentadora, já que qualquer cidadão (mesmo sem nenhum conhecimento dos modos de realização de um produto audiovisual) com uma ideia na cabeça terá uma câmera para colocar seu projeto em prática. Podemos nos questionar se

essa é a melhor forma de incentivar a produção e a realização de documentário para a televisão. O problema aqui é que muitas vezes o tema do documentário se sobrepõe à forma, não trazendo nada de novo em termos estéticos. Em outros casos, sim, há uma ruptura com padrões clássicos e se aposta na criatividade, trazendo outro problema: a fuga dos telespectadores que buscam outros canais.

Como contraponto a essa situação que se assemelha a uma camisa de força na realização audiovisual, temos o caso de outros países em

que é possível realizar um produto de forma mais independente e com menor ingerência do canal produtor. Nesse sentido, o caso do canal televisivo Arte, emissora binacional franco-alemã que iniciou suas transmissões na Europa em 1992, é exemplar. Arte, desde seu início, apostou em programas criativos e originais que trouxessem um aporte sobre questões vinculadas à Europa e ao mundo de forma geral. Desde seu início foi criado um núcleo voltado para o documentário, que incentiva a realização de produtos do real na televisão. Esses produtos serão exibidos ao longo da programação da emissora, seja dentro de programas já formatados (questões financeiras no mundo, os europeus, paisagens, arte etc.) ou em programas que possibilitavam maior liberdade de realização, como era o caso de *Grand Format* ou de *La Lucarne*, que apostavam em produtos originais e criativos. Temos aqui outra forma de realizador, frequentemente este propõe seu projeto ao núcleo de documentário que após análise poderá produzir integralmente ou parcialmente o produto. Essa situação, que era excelente no início da emissora, tem sofrido uma constante reformulação no projeto original, tendo em vista os baixos índices de audiência de certos produtos documentais realizados pela emissora. Mas mesmo com os problemas inerentes à atual situação do canal televisivo, esse mantém alguns de seus programas vinculados ao real na grade televisiva. Devemos, no entanto, observar que apesar da produção de documentários e programas do real serem mantidos pelo canal televisivo, algumas mudanças já são perceptíveis como, por exemplo, o programa *Grand Format*, que esteve presente na grade da emissora desde seu surgimento e cessou de ser produzido em 2010.

Em termos de análise do documentário televisivo ou exibido na televisão, o analista deverá necessariamente levar em consideração as condições de produção, de realização e, claro, de exibição, pois um documentário exibido no *Grand Format* pode ser um produto realizado por um documentarista independente e não estará restrito à formatação do produto televisivo, pois frequentemente um docu-

mentário televisivo deve respeitar a duração padrão: 26 ou 52 minutos. Dessa forma, um produto do *Grand Format* pode ser um documentário realizado inicialmente para outros meios, como o cinema, e posteriormente exibido na grade de Arte.

Como observamos anteriormente, no Brasil a situação é bastante diferente, pois o produto veiculado na televisão terá sido formatado para sua exibição no canal produtor seguindo à risca as limitações impostas pelos diretores do canal televisivo. Desse modo, como falar, nesse caso, em liberdade de realização? Qual a postura do realizador em face dessas limitações? Observa-se que frequentemente os documentários veiculados na televisão têm uma mesma formatação no que tange sua duração e mesmo sua estrutura. Comumente esses produtos utilizam-se de diferentes vozes, mas, sobretudo, apostam na voz *over* que esclarece e interpreta o que é visto na imagem, sendo que essa, na maioria das vezes, assume um papel meramente ilustrativo, tendo em vista que os produtores televisivos têm frequentemente o receio de “perder” o espectador, e dessa forma visam tornar o produto o mais palatável e agradável possível.

Sendo assim, como podemos falar de uma única metodologia de análise para produtos tão diversificados, sendo que um dos únicos elementos que os une é o de terem sido exibidos na televisão? E assim, esse simples fato certamente já cauciona analisá-los sob o prisma da televisão. Devemos inicialmente estar atentos ao tipo de produto que temos diante de nós para a partir desse momento buscar estratégias metodológicas satisfatórias no que tange à análise dos mesmos. Nesse sentido, Machado e Veléz (2007, p. 9) observam que:

O método de abordagem de cada programa não pode ser tomado como algo predeterminado por um modelo ou teoria, mas deve derivar do próprio trabalho examinado. Há sempre um (ou vários) método(s) de abordagem implícito(s) em cada programa. É preciso deixar que o produto audiovisual se revele para o analista com a força de seus próprios enunciados.

A análise de um produto como o *Globo Repórter*, exibido desde 1973 na Rede Globo de Televisão (sendo esse um dos programas mais longevos da TV brasileira), não pode ser feita sem levarmos em consideração as estratégias de produção do mesmo e as diferentes fases pelas quais o programa passou ao longo desses anos. Inicialmente, nos anos 1970 e isso até 1982, os documentários exibidos no programa eram realizados por jovens cineastas, vinculados ao campo cinematográfico brasileiro (João Baptista de Andrade, Eduardo Coutinho, Maurice Capovilla, Walter Lima Junior, Vladimir Carvalho, entre outros). Muitos dos produtos dessa fase inicial podem, em algum sentido, ser vistos e analisados independente de terem sido realizados para o *Globo Repórter*, mas há elementos mesmo nessa primeira fase do programa que terão continuidade ao longo dos anos, por exemplo: a exibição no programa de mais de um documentário, muitas vezes com um eixo temático, a presença de um apresentador etc.

De forma geral, para analisar o produto televisivo, F. Jost (2011, p. 250), no artigo *Analisar a televisão*, esclarece que a

[...] análise de um programa de televisão é um trabalho em três etapas:

- a determinação da promessa a partir do exame de todo o material de comunicação emitido pela cadeia (entrevistas, publicidade, anúncios, etc.);
- o exame do próprio programa e a comparação de seu dispositivo e do seu posicionamento relativamente a essas promessas;
- o estudo da recepção, que deve pôr em evidência a maior ou menor permeabilidade dos telespectadores às promessas da cadeia e ao próprio dispositivo do programa.

Jost (2011, p. 260) conclui o artigo mostrando que:

[...] a análise de um programa necessita de mais atenção ao contexto do que qualquer outra imagem: para compreender um programa, é preciso estudar as promessas feitas através de

todas as outras mídias, aplicar métodos semiológicos ou análises de discursos para penetrar nos dispositivos e compreender o lugar que esse programa ocupa na grade. Só então é que se pode perceber as razões das falhas e dos sucessos da recepção.

Itania Gomes, em seu texto sobre métodos de análise do telejornalismo, converge em vários pontos com as ideias lançadas por Jost no quesito da análise televisiva e vai além, ao propor conceitos teórico-metodológicos que busquem dar conta da análise de um dos produtos do real na televisão: o telejornal. Gomes (2007, p. 13) considera que:

[...] a análise de todo e qualquer produto telejornalístico demanda uma forte contextualização: contextualização do programa na grade de programação de emissora, contextualização do programa em relação à emissora, entendida enquanto marca e enquanto organização jornalística, contextualização em relação à concorrência, contextualização em relação à televisão e em relação ao jornalismo, contextualização em relação à sociedade e à cultura.

E complementa que:

[...] analisar o contexto em que um programa se insere deve significar, no esforço mesmo de análise, verificar como um programa específico apela, faz referência a, convoca seu contexto.

Podemos nos indagar agora sobre os métodos de análise do documentário televisivo, e aqui acreditamos que haja convergência nas propostas tanto de Jost quanto de Gomes, pois o documentário televisivo tem sua vinculação com o meio que o produz e exhibe, sendo assim, compreender de que tipo de produto estamos falando, ou seja, a que gênero pertence, é o primeiro passo para buscarmos grades de análise que sejam pertinentes ao estudo de determinado produto, num sentido amplo do “audiovisual”.

É importante sublinhar que ainda estamos abordando produtos que têm narrativas consideradas mais clássicas, e sequer sabemos, em virtude da convergência de meios, como será esse produto no futuro. Atualmente, ao falar de produto televisivo, estamos falando de múltiplas formas de apreensão, realização e difusão desses produtos, pois podemos nos indagar de como analisaremos um subgênero do documentário, denominado webdocumentário, e que já está se consolidando no campo do audiovisual, com festivais específicos, mas que em sua maioria são produzidos por canais televisivos. Ou seja, teremos em breve que pensar, inclusive, na análise em termos da convergência, pois esses produtos propõem narrativas fragmentadas, percursos pessoais etc.

No mais das vezes, esses produtos produzidos pela televisão terão igualmente sua veiculação em forma de produto tradicional (documentário, reportagem) exibido na grade televisiva. O que analisar, então? Qual dos produtos será mais pertinente para a análise? Podemos nos indagar se os resultados serão os mesmos quando analisamos, por exemplo, o webdocumentário *Prison Valley* (2010) no seu formato mais clássico, exibido no canal televisivo e em vários festivais pelo mundo, e quando o analisamos com todas as possibilidades tecnológicas, como interatividade, *hiperlinks*, criação de avatar, acesso às redes sociais etc., que propiciam a fruição do mesmo quando no ambiente virtual.

Fica a pergunta – ou melhor, as várias interrogações – quanto às possibilidades de análise dos produtos do real e, mais particularmente, do gênero documentário na TV, e isso em um momento ainda inicial na questão da análise do documentário televisivo. A representação da realidade na contemporaneidade já está nos atropelando com essas novas possibilidades de contar e mostrar histórias e que certamente trazem um elemento importante na sedução que exercem sobre a população mais jovem, habituada ao ambiente virtual e suas possibilidades lúdicas e de jogo. Nesse sentido é que ainda temos, cer-

tamente, um longo caminho pela frente para compreendermos esses novos produtos e tentar buscar possibilidades de análise que sejam satisfatórias e pertinentes.

NOTA

- ¹ Programa de fomento à produção e teledifusão do documentário brasileiro criado em 2003 como política da Secretaria do Audiovisual, voltada à produção de documentários e à TV Pública. O programa *DOCTV* conta com 3000 projetos inscritos em 100 concursos estaduais e coproduziu 170 documentários, originando mais de 3000 horas de programação para a rede pública de TV.

REFERÊNCIAS

CASETTI, Francesco; DI CHIO, Francesco. *Analisi della televisione*. Strumenti, metodi e pratiche di ricerca. Milano: Bompiani, 1998.

CHAUVIN, Jean-Sébastien; JOYARD, Olivier. Le documentaire est-il soluble dans la télévision. Enquête sur un genre tirailé entre industrie et artisanat. *Cahiers du Cinéma*, Paris, n. 545, p. 55-61, 2000.

GOMES, Itania. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. *E-Compós*, Brasília, v. 8, p. 1-31, 2007.

JOST, François. Analisar a televisão. In: GARDIES, René (Org.), *Compreender o cinema e as imagens*. Lisboa: Edições Texto&Grafia, 2011, p. 239-260.

MACHADO, Arlindo; VELÉZ, Maria Lucía. Questões de metodológicas relacionadas com a análise de televisão. *E-Compós*, Brasília, p. 1-15, 2007.

Sobre os autores

Ana Carolina D. Escosteguy

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9828116606137239>

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e pesquisadora do CNPq. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (2000), realizou pós-doutorado na University of Westminster em 2011. É autora do livro *Cartografias dos Estudos Culturais – uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. Atualmente, em versão ampliada e *on-line*, acesso aberto, em <http://www.autenticaeditora.com.br/autentica/cartografias_dos_estudos_culturais_-_uma-versao_latino-americana/41>

Ana Luiza Coiro Moraes

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2128947342307031>

Professora visitante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2008). Organizou o livro *Estudos das mídias: tecnologias, reconfigurações e convergências*. Santa Maria (RS): UNIFRA/Palotti, 2011. 345 p. (com BRIGNOL, L. D.; ROCHA, S.; GHISLENI, T. S.).

Ana Paula Goulart Ribeiro

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2408262120718131>

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e pesquisadora do CNPq. Dou-

ra em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2000). É autora dos livros *Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 50* (E-papers, 2006) e *Jornal Nacional, a notícia faz história* (Jorge Zahar, 2004).

Andréa França

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5480574822219430>

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. Pesquisadora do CNPq e parecerista do setor de audiovisual do MinC. Doutora pela UFRJ. É organizadora, junto com Denilson Lopes, do livro *Cinema, interculturalidade e globalização* (Argos, 2010) e autora de *Terras e fronteiras no cinema político contemporâneo* (Faperj, 7 Letras, 2003).

Bruno Souza Leal

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9215602441698629>

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UFMG, na linha de pesquisa “Meios e produtos da comunicação”, onde coordena o Núcleo de Estudos Tramas Comunicacionais: Narrativa e Experiência. É pesquisador do CNPq e da Fapemig (PPM). Doutor em Estudos Literários pela Universidade Federal de Minas Gerais (2000). Organizou os livros *Jornalismo e homofobia no Brasil: mapeamento e reflexões* (com CARVALHO, Carlos. A., Intermeios, 2012); *Jornalismo e Acontecimento: percursos metodológicos* (com ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo, Insular, 2011).

Edson Dalmonte

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4318635559274431>

Professor de Comunicação e Ética e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia. Coordenador do ANALÍTICA: Grupo de pesquisa em Análise Crítica da mídia e produtos midiáticos <www.analitica.ufba.br>. Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA (2008). É au-

tor dos livros *Pensar o discurso no webjornalismo: temporalidade, paratexto e comunidades de experiência* (EDUFBA, 2009) e *Mídia: fonte & palanque do pensamento culturalista de Gilberto Freyre* (EDUFBA, 2009).

Evelyne Cohen

Professora de História e Antropologia Culturais da École Nationale Supérieure des Sciences de L'information et des Bibliothèques (ENS-SIB-Université de Lyon). É Doutora em História pela Université Paris I e pesquisadora em História da Université Paris I-Panthéon-Sorbonne. Atualmente, é codiretora do Centro de Pesquisa de História do Livro Gabriel Naudé (ENSSIB) e pesquisadora associada do Institut National de l'Audiovisuel. É pesquisadora associada do grupo de pesquisa em Images, Sociétés et Représentations (ISOR), Université Paris I-Panthéon-Sorbonne. Suas principais publicações são: *Paris dans l'imaginaire national de l'entre-deux-guerres*, Paris, Publications de la Sorbonne, 1999; *La Télévision sur la scène du politique – Un service public pendant les Trente Glorieuses*, Université Paris I-Panthéon Sorbonne, 2006; *Histoires culturelles en pratiques*, Université Paris I-Panthéon Sorbonne, 2006.

Fernanda Mauricio da Silva

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7512426170492329>.

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia e bolsista do Programa Nacional de Pós-Doutorado/CNPq (2011-2012). Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (2010).

Igor Sacramento

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1758813567228605>

Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro/UFRJ (2012). Atualmente, realiza pós-doutorado na ECO/UFRJ com a pesquisa intitulada *Imagens da modernização: a cidade, os artistas comunistas e a televisão brasileira nos anos*

1970. É autor do livro *Depois da revolução, a televisão: cineastas de esquerda no jornalismo televisivo dos anos 1970* (Pedro & João Editores, 2011).

Iluska Coutinho

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7068648540073233>

Jornalista, Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp) (2003). Professora do Departamento de Jornalismo e do Mestrado da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora. É autora do livro *Dramaturgia do telejornalismo: A narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG* (Mauad-X, 2012)

Itania Maria Mota Gomes

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1249313747086140>

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia e Pesquisadora do CNPq (Bolsa Produtividade em Pesquisa 1C). Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (2000), realizou pós-doutorado na Université Sorbonne-Nouvelle/Paris III (2006/2007). Coordena o grupo de pesquisa em Análise de Telejornalismo (www.telejornalismo.facom.ufba.br). É autora de *Efeito e Recepção* (E-Papers, 2004). Organizou os livros *Comunicação e Estudos Culturais* (com Jeder Janotti Jr., EDUFBA, 2011), *Gêneros Televisivos e Modos de Endereçamento no Telejornalismo* (EDUFBA, 2011) e *Televisão e Realidade* (EDUFBA, 2009).

Jeder Janotti Junior

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6366551742319233>

Pesquisador do CNPq, Professor da Universidade Federal de Pernambuco e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2002). Autor de *Heavy Metal com Dendê: rock pesado e mídia em tempos de globalização* (2004) e *Aumenta Que Isso Aí É Rock and*

Roll (2003). Organizou os livros *Comunicação e Estudos Culturais* (com Itania Maria Mota Gomes, EDUFBA, 2011), *Mediação & Midiatização* (com Nilda Jacks e Maria Ângela Mattos, COMPÓS/Edufba, 2012).

Jhonatan Mata

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4615632494533159>

Jornalista e Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (2011) é funcionário da Faculdade de Comunicação da UFJF e realiza pesquisas sobre telejornalismo. Integrante do grupo de pesquisa Telejornalismo UFJF-Intercom e do grupo Comunicação, Identidade e Cidadania.

João Freire Filho

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6936704860361247>

Doutor em Literatura Brasileira pela PUC-Rio. Realizou o pós-doutorado na UFMG, com bolsa do CNPq. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRJ. Pesquisador do CNPq. Autor e editor de diversos livros, dentre eles: *Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano* (Mauad, 2007); *Culturas juvenis no século XXI* (EDUC, 2008 – com Silvia Borelli); *A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo* (Sulina, 2009); *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade* (FGV, 2010); *A promoção do capital humano: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo* (Sulina, 2011 – com Maria das Graças Pinto Coelho); *Estudos de televisão: diálogos Brasil-Portugal* (Sulina, 2011 – com Gabriela Borges).

José Francisco Serafim

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3865920667222556>

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia. Doutor em Cinema Documentário (antropológico) pela Universidade Paris X-Nanterre

(2000). Organizou as coletâneas Godard, imagens e memórias. Reflexões sobre História(s) do Cinema (EDUFBA, 2011) e Autor e autoria no cinema e na televisão (EDUFBA, 2009).

Kléber Mendonça

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4214232692385373>

Professor do Departamento de Estudos Culturais e Mídia e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, onde coordena o Núcleo de Estudos em Violência e Comunicação (NevCom/UFF). Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (2007) e autor do livro *A Punição Pela Audiência: um estudo do Linha Direta* (Faperj/Quartet, 2002).

Marie-France Chambat-Houillon

Professora da Université Sorbonne Nouvelle-Paris III e pesquisadora do CEISME – Centre d’Etude sur les Images et les Sons médiatiques. Doutora pela Université Sorbonne Nouvelle-Paris III. Publicações principais: *Droit de citer*, com Anthony Wall, éditions Bréal, collection Langages & Co, Paris, 2004; *Une télévision ou des chaînes? L’identité de la troisième chaîne couleur*, chapitre 3 de *Années 70, la télévision en jeu*, sous le direction de F.Jost, CNRS éditions, Paris, 2005, p. 69-94. *Citation contre témoignage médiatique: la construction de l’Autre dans le journal télévisé*, in *Citer l’autre*, P.S.N, Paris 2005, p. 125-135; *Quand y a t il format à la télévision?*, in *La création en cinéma et en audiovisuel*, l’Harmattan, juin 2008; *Rire de la réalité à la télévision*, Humoresques, n° 28, juin 2008. *Histoire et théorie de la télévision des années 70*, co-auteur avec F. Jost, présenté dans le cadre des Assises de la recherche scientifique de l’Université Paris III.

Sean Hagen

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3395523114767615>

Professor Adjunto da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Doutor pelo Programa de

Comunicação e Informação da UFRGS (2009). Pesquisador do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo, grupo de pesquisa UFRGS/CNPq.

Vera Regina França

CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9362500927938573>

Pesquisadora do CNPq (Bolsa Produtividade em Pesquisa 1B), professora titular da Universidade Federal de Minas Gerais, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, e coordenadora do Gris-UFMG. Doutora em Ciências Sociais pela Université Paris V/René Descartes (1993), realizou pós-doutorado em Sociologia junto ao CEMS (Centre d'Etudes des Mouvements Sociaux) da École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), na França (2005-2006). Organizou os livros *Mídia, instituições e valores* (com CORRÊA, Laura Guimarães, Autêntica, 2012) e *Acontecimento: reverberações* (com OLIVEIRA, Luciana, Autêntica, 2012).

	COLOFÃO
Formato	<i>17 x 24 cm</i>
Tipografia	<i>Adobe Garamond 13/17,75 Swiss721 BT</i>
Papel	<i>Alcalino 75 g/m² (miolo) Cartão Supremo 300 g/m² (capa)</i>
Impressão	<i>Edufba</i>
Capa e Acabamento	<i>Cartograf</i>
Tiragem	<i>500</i>

Este livro reúne os artigos apresentados pelos conferencistas convidados e reproduz, em boa medida, a estrutura de organização do Seminário Internacional Análise do Telejornalismo: desafios teórico-metodológicos, realizado entre os dias 23 e 26 de agosto de 2011, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, através do Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo (GPAT).

O objetivo do evento foi comemorar o aniversário de dez anos do GPAT através da interlocução entre pesquisadores das áreas de televisão e jornalismo do país e do exterior, com ênfase na pluralidade dos aspectos conceituais e procedimentos metodológicos que permitam o avanço do campo da comunicação, em especial, a pesquisa sobre o telejornalismo.

ISBN 978-85-232-1038-0



9 788523 210380