



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo
Projeto Experimental em Jornalismo

Telejornalismo e Intervenção Democrática: um Estudo de Caso do Quadro *Outro Olhar*

Tajla Caroline Castelar Vale Medeiros

Orientador: Luiz C. Martino

Brasília – DF, fevereiro de 2013



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo
Projeto Experimental em Jornalismo

Telejornalismo e Intervenção Democrática: um Estudo de Caso do Quadro *Outro Olhar*

Tajla Caroline Castelar Vale Medeiros

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social,
da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília,
como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel
em Jornalismo, sob orientação do professor Luiz C. Martino.

Brasília – DF, fevereiro de 2013



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Faculdade de Comunicação
Departamento de Jornalismo
Projeto Experimental em Jornalismo

Banca Examinadora

Prof. Orientador: Luiz C. Martino

Prof. Janara Sousa

Prof. Tiago Quiroga

AGRADECIMENTOS

À Universidade de Brasília – UnB, pelas palestras e cursos de extensão oferecidos, fundamental para o desenvolvimento das ideias deste trabalho.

Ao professor Luiz C. Martino, que tão pacientemente me orientou e me ajudou com a revisão do trabalho. Agradeço, ainda, a todos os professores da Faculdade de Comunicação – UnB que nos instigam à reflexão e ao debate.

Ao Rogério e ao Edson, prestativos funcionários da UnB que tornam o caminho burocrático para a formatura tão mais fácil, aliviando o coração aflito dos formandos.

Aos familiares e amigos, pelo apoio e incentivo.

RESUMO

As implicações da produção de notícias pelo público dos meios de comunicação tradicionais são desconhecidas. O aumento da participação do cidadão-receptor deu novo ânimo aos debates sobre o papel do jornalismo no fortalecimento da democracia. Este trabalho tem como objetivo oferecer contribuições para esta discussão. Para tanto, discute-se a teoria crítica de Andrew Feenberg com sua abordagem de *intervenção democrática*, procurando aplicá-la ao problema da democratização do jornalismo. O conceito será discutido à luz do quadro *Outro Olhar* do telejornal *Repórter Brasil*, da TV Brasil. Busca-se, com isso, colaborar com a construção de novos caminhos para o jornalismo público.

PALAVRAS-CHAVE: telejornalismo, jornalismo público, participação.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
CAPÍTULO 1 – REFERENCIAL TEÓRICO	10
1.1. A Tecnologia e os Sistemas de Racionalidade Social	12
<i>Teoria da Ludificação e as Propriedades dos Jogos Digitais</i>	13
CAPÍTULO 2 – METODOLOGIA	16
CAPÍTULO 3 – O TELEJORNALISMO COMO UM SISTEMA DE RACIONALIDADE SOCIAL	17
3.1. A Reflexibilidade do Telejornalismo	19
3.2. Delimitação no Telejornalismo	23
3.3. Governabilidade por Regras	27
3.4. Precisão: as Estratégias do Telejornalismo	30
3.5. Interação: a Participação do Público	33
CAPÍTULO 4 – ANÁLISE DO QUADRO <i>OUTRO OLHAR</i>	35
<i>Repórter Brasil: Sistema de Racionalidade Social</i>	36
<i>Quadro Outro Olhar: Intervenção Democrática?</i>	38
CONSIDERAÇÕES FINAIS	44
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA	45

INTRODUÇÃO

As discussões sobre a influência dos meios de comunicação no processo democrático são antigas e enfatizam desde o papel dos meios como vigilantes dos atores políticos até sua função de bem informar para orientar a ação cidadã. As novas tecnologias e a emissão de conteúdo pelos tradicionais receptores deram novo ânimo a este debate.

Com a popularização das tecnologias, usuários comuns começaram a publicar seu próprio conteúdo na internet e a estabelecer redes de compartilhamento de informação. Com concorrência dentro e fora da TV, os programas televisivos ampliaram as formas de participação do público para recuperar a audiência.

Muitos autores argumentam que as participações do cidadão na televisão são um caminho para o fortalecimento da democracia, pois inserem mais vozes na principal fonte de informação e entretenimento dos brasileiros (BECKER e MATEUS, 2010). No telejornalismo, as participações possibilitariam maior pluralidade de interpretação dos acontecimentos ou, ainda, a inserção do cidadão naquele que é o lugar de referência e segurança da sociedade (VIZEU, 2010).

Um aspecto importante para esta nova fase dos meios de comunicação permanece pouco analisado. Será que podemos discutir e entender a democracia sem considerar o papel cada vez mais proeminente da tecnologia na definição das estruturas políticas, econômicas e sociais?

A TV digital brasileira e o *canal de retorno*¹, dispositivo técnico que permite o envio de dados para as emissoras pelo público, são comumente associados à democratização da comunicação. Este dispositivo é o que permitiria a participação do público, possibilitando a inclusão de novos interesses, visões e valores dos cidadãos e de suas comunidades na televisão (CROCOMO, 2008).

¹ A TV digital possui um terminal de acesso, o URD ou set-top box, que funciona como um computador. Nele é possível o acesso a informações adicionais a qualquer momento pelo uso do controle remoto, pois elas ficam armazenadas e não estão associadas ao fluxo contínuo de áudio e vídeo. Ainda, é possível por meio dele o envio de informações do espectador para o canal televisivo, constituindo o chamado canal de retorno.

É importante perceber, no entanto, como a própria escolha da tecnologia da TV digital tem implicações democráticas. A opção pelo modelo digital japonês foi uma decisão controversa, que contrariou alguns setores civis. Os que ficaram descontentes argumentaram que a escolha do modelo japonês em detrimento do europeu foi autoritária e ajudou os grandes conglomerados de comunicação a manter o monopólio e seus modelos de negócio². Mas por que a escolha de uma tecnologia e não de outra? De um lado, uma tecnologia europeia que privilegia a interatividade; de outro, a tecnologia japonesa conhecida pela alta qualidade da imagem. Qual seria a tecnologia mais avançada? O governo argumentou que o comprometimento da empresa japonesa em investir em tecnologia no Brasil foi o fator decisivo. No entanto, muitos críticos questionam a veracidade do argumento.

A relatividade do que seria *tecnologicamente mais evoluído* começa a se revelar. Se a escolha da tecnologia digital privilegiou os grandes conglomerados de TV, permitindo uma manutenção de seu modelo de negócio, os pesquisadores da Comunicação também devem refletir sobre como as escolhas tecnológicas determinadas por aspectos econômicos e políticos interferem nos planos de uma comunicação mais democrática. Embora os fatores político e econômico certamente marquem o quadro da questão tecnológica, a análise deste trabalho é centrada nas implicações da participação do público no telejornalismo considerando o uso da tecnologia pelos grandes conglomerados da mídia, que aumentam seu alcance e influência e geram ordens sociais. Avaliamos se as participações do público conseguiriam modificar este quadro de dominação, que não leva em consideração os interesses dos telespectadores. Mostramos, então, que estas participações fazem parte de estratégias das emissoras que visam ao aumento da identificação com o público, mas sem ceder espaço para participações livres e criativas, que poderiam alterar a lógica de produção do telejornalismo.

Ao escolher o quadro *Outro Olhar*, do Repórter Brasil (TV Brasil), como objeto de estudo, observamos que o telejornalismo público não tem permitido formas de participação que retratem a visão do cidadão sobre os fatos. As participações são permitidas na medida em que obedecem às regras do telejornalismo, semelhante ao que

² <http://alainet.org/active/12174&lang=es>

ocorre no telejornalismo comercial. Será que esta forma de interação engessada e condicionada pelas regras dos noticiários televisivos pode ser considerada intervenção democrática? Neste contexto, fazemos uma crítica às formas de participação no Repórter Brasil.

Este trabalho está estruturado em quatro capítulos. No primeiro capítulo, tratamos de estudos que abordam a participação do público no telejornalismo e explicamos a abordagem teórica do trabalho, que analisa o noticiário televisivo enquanto um dispositivo de controle típico da sociedade tecnológica e a participação do público como possível intervenção democrática. O segundo capítulo apresenta a metodologia utilizada, que consiste na adaptação e aplicação aos estudos de telejornalismo da Teoria dos jogos racionalizados de Feenberg e Grimes (2009). A teoria destes autores define as propriedades dos jogos digitais que refletem as características dos dispositivos de controle da sociedade contemporânea. Buscamos identificar se o telejornalismo possui, em certa medida, estas mesmas propriedades. No terceiro capítulo, aplicamos o modelo adaptado de Feenberg e Grimes (2009) na análise do telejornalismo e nas participações do público. No quarto capítulo, fazemos um estudo de caso da participação do público que ocorre no quadro *Outro Olhar* do telejornal Repórter Brasil, da TV Brasil, contextualizando esta participação com as características e os objetivos do jornalismo público.

CAPÍTULO 1

REFERENCIAL TEÓRICO

O aumento da participação do público no telejornalismo tem sido objeto de diversos estudos. Vizeu e Siqueira (2010) argumentam que o envio de imagens pelos telespectadores os coloca na posição de *coautores* no processo noticioso e insere o telejornalismo em uma posição estratégica na democracia. Os autores afirmam que o telejornalismo é um lugar de referência para sociedade, pois dá sentido a uma realidade que se apresenta cada vez mais caótica, em meio à velocidade dos fatos e dos acontecimentos. Neste cenário, a inclusão do cidadão no processo produtivo da notícia confere um novo sentido à democracia ao inserir o público neste lugar de referência. O público se vê nos vídeos, ainda que seu nome ou seu rosto não apareçam na tela. Vizeu e Siqueira (2010) acreditam que, neste novo contexto de *revolução das fontes*, o jornalista exerce um papel essencial na verificação e seleção dos vídeos.

A questão da participação do público no telejornalismo também é tema de estudo de Becker e Mateus (2010). Pela análise de oito telejornais provenientes dos cinco continentes, as autoras averiguam se os conteúdos enviados pelo público contribuem para um jornalismo de qualidade, entendido como aquele que possui diversidade de temas e de atores sociais, pluralidade de interpretações, inovações estéticas e contextualização dos acontecimentos. A conclusão de Becker e Mateus (2010) é de que os conteúdos gerados pelos telespectadores são mal aproveitados. A credibilidade dos telejornais não se sustenta pela pluralidade de fontes e de interpretações dos fatos, mas nas enunciações de âncoras e repórteres. Um dos dilemas da democracia persiste com o uso que é feito das novas tecnologias de comunicação. Não é claro se estas tecnologias são capazes de superar a falta de acesso do cidadão à pluralidade de interpretações dos acontecimentos do mundo.

A análise da participação do público no telejornalismo feita neste trabalho busca identificar se as interações do cidadão representam uma intervenção democrática, a partir do entendimento do telejornalismo como um dispositivo de controle social.

Em análise do Jornal Nacional, Luiz Martins da Silva e Elizena Rossy (2010)³ identificaram que o programa utiliza a produção noticiosa para exercer o controle sobre os fatos e as ações da vida da sociedade, sob uma perspectiva moralizante. A ideia dos meios de comunicação como sistema de controle social, aliás, não é nova e já foi desenvolvida por autores de diversas correntes.

Neste trabalho, a análise do telejornalismo enquanto dispositivo de controle e ordem social é feita com a aplicação de alguns conceitos de Andrew Feenberg em sua crítica à tecnologia. O autor argumenta que os dispositivos de controle social típicos da sociedade tecnológica se caracterizam pelo uso da mediação técnica por grandes corporações para aumentar alcance e influência, criando ordens sociais que envolvem um grande número de pessoas e são estruturadas de acordo com princípios racionais. Este tipo de instituição é denominado *sistemas de racionalidade social*.

A tentativa das pessoas de escapar da racionalidade social imposta consistiria, quando bem-sucedida, na possibilidade de incorporar valores e interesses distintos daqueles trazidos pelos sistemas racionais, o que configuraria uma intervenção democrática. Tal intervenção é denominada por Feenberg *racionalidade democrática* e consiste na incorporação de interesses e valores daqueles submetidos à ordem social.

Seria, então, o telejornalismo um sistema de racionalidade social? A participação do telespectador, com o envio e a transmissão de matérias, alteraria a racionalidade social imposta pelas grandes empresas de jornalismo? Isto consistiria, portanto, em uma forma de intervenção democrática? Esta análise é feita por uma analogia à crítica de Feenberg e Grimes (2009) aos jogos digitais e, então, aplicada à participação do público no telejornal Repórter Brasil, especificamente no quadro *Outro Olhar*.

Os conceitos de audiência e público são, para a análise deste trabalho, indissociáveis. As audiências não são entendidas como passivas, mas como participantes e ativas (interativa) dentro dos seus próprios contextos sociais e culturais. Trabalhamos, assim, alinhados com os conceitos de audiência ativa de Barker (2004) e audiência comunicativa (SAPERAS, 1993).

³Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/telejornalismo_e_controle_social

As interações do público com o telejornal são consideradas nas suas mais variadas formas, parte-se do princípio de que assistir um telejornal é interativo. Mesmo não havendo um diálogo entre produtores e público, é possível falar de interação. As formas de participação, como o envio de vídeos para o programa também podem ser consideradas formas de interação.

1.1. A Tecnologia e os Sistemas de Racionalidade Social

Como é possível a utilização de conceitos da área de filosofia da tecnologia para a análise de um produto da comunicação? Feenberg faz a transposição dos instrumentos teóricos de sua análise original da tecnologia para dispositivos de ordem e controle social ao perceber as semelhanças entre estes e a tecnologia na sociedade capitalista contemporânea.

O autor argumenta que a tecnologia é uma construção social e que a administração técnica atual é autoritária e deteriora a democracia. Neste cenário, alguns setores específicos da sociedade, tais como as universidades e os sindicatos profissionais, estabelecem uma hegemonia tecnológica, que é falsamente justificada pelo princípio da eficiência. Desta forma, cria-se uma ideia errônea de que os melhores caminhos para a tecnologia (senão únicos) estariam sendo escolhidos por especialistas de acordo com princípios racionais, quando, na verdade, há muito interesse político envolvido nas escolhas tecnológicas. Esta crença dá origem a “uma forma de dominação tão profundamente arraigada na vida social, que parece natural para aqueles a quem domina” (FEENBERG, 2010, p. 79).

A partir da crítica da tecnologia, percebem-se as semelhanças desta com os sistemas de racionalidade social. Em primeiro lugar, existe o aspecto autoritário da hegemonia: na tecnologia, exercida por empresários e especialistas; nos sistemas de racionalidade, por corporações que geram ordens sociais. Ambos se caracterizam pela aplicação em larga escala da racionalidade. A influência dos interesses políticos e

econômicos permanece camuflada, dando lugar a uma forma de dominação que parece natural e já está arraigada nas estruturas sociais. E, por fim: assim como a tecnologia, os sistemas de racionalidade social se expandem para variadas esferas da sociedade – desde a estrutura burocrática do Estado, até os jogos digitais.

Feenberg utiliza a Teoria da Instrumentalização para analisar este aspecto duplo da tecnologia e dos sistemas de racionalidade social: de um lado, como a técnica e as estruturas sociais são criadas de acordo com uma descontextualização tão intensa que Feenberg chama de *desmundialização* (2010, p. 101); e, de outro, as influências do ambiente cultural, político e social. É no segundo nível que a relação dialética entre tecnologia e sociedade se torna evidente. Intencionalmente camuflado para restringir as participações de determinadas organizações civis (2010, p. 90), o segundo nível revela a possibilidade da racionalização democrática da tecnologia e dos sistemas de racionalidade social.

Teoria da Ludificação e as Propriedades Racionalizantes dos Jogos Digitais

Ao fazer uma análise das mudanças que ocorreram nos jogos digitais com o aumento de sua popularidade e posterior transformação em uma indústria global multimilionária, Feenberg e Grimes (2009) argumentam que os jogos digitais passaram a reproduzir os processos de racionalização em curso nas sociedades modernas capitalistas, transformando-se em sistemas de racionalidade social. Os jogos digitais, tecnicamente mediados e controlados por corporações multimilionárias, passaram a envolver um grande número de pessoas em volta de uma aplicação em larga escala da racionalidade.

Os autores propõem, então, a *Teoria da Ludificação*, que classifica os jogos digitais como sistemas de racionalidade social e descreve suas propriedades principais: a *reflexibilidade*, a *delimitação*, a *governabilidade por regras*, a *precisão* e a *jogabilidade*. Estas propriedades são adaptadas, neste trabalho, para a análise do telejornalismo enquanto sistema de racionalidade social.

Reflexibilidade

A *reflexibilidade* diz respeito à auto-referenciação dos jogos, que os torna cada vez mais diferenciados do “mundo real” com a racionalização. À medida que o usuário interage com o jogo, ele percebe, por exemplo, que as montanhas são escaláveis e os prédios, não. Suas intenções (de agir) encontram obstáculos no jogo. O sistema de pontuações dos jogos também é uma característica da reflexibilidade, fornecendo ao jogador um modelo de jogar próprio, quase obrigatório. No telejornalismo, as intenções do telespectador também são frustradas pela reflexibilidade do programa. A reflexibilidade se evidencia pelo contraste entre o que o cidadão espera ao assistir ao telejornal, ou ao enviar conteúdos para serem divulgados, e o que ele obtém.

Delimitação

Como jogar é uma ação diferenciada, a *delimitação* é algo necessário, mas que se torna muito limitante às possibilidades de ação do jogador com a racionalização. A delimitação impossibilita realizar movimentos e fazer escolhas que não estão previstos no *design* dos jogos. No entanto, não impede que os jogadores se apropriem do jogo para ações imprevistas. Há também o crescente aspecto imersivo, em que as sofisticadas tecnologias de animação e gráfico se combinam para criar uma realidade física diferenciada, reforçada pela lógica interna do jogo. No telejornalismo, a delimitação também oferece obstáculos à interação com o espectador. O aumento da racionalização limita as possibilidades da produção noticiosa, do enquadramento da realidade.

Governabilidade por Regras

A *governabilidade por regras* é mais rígida em jogos racionalizados, não podendo ser negociadas ou questionadas pelo jogador. A desobediência aos termos de uso do jogo pode levar ao banimento do jogador. Existem também as normas sociais, que variam de acordo com as expectativas dos envolvidos nesta dinâmica social. No telejornalismo, as normas que racionalizam este gênero jornalístico podem ser observadas na lógica de produção, na linha editorial e até nas expectativas sociais.

Precisão

A precisão diz respeito ao aumento na otimização do jogo, em termos de esforços e resultados. A precisão diminui as possibilidades, diminuindo a liberdade imaginativa do jogo. A precisão transforma o jogo em uma série de atividades previsíveis e quantificáveis. No telejornalismo, as estratégias comerciais direcionam a produção noticiosa e limitam radicalmente as possibilidades de matérias, abordagens e a estrutura do telejornal.

Jogabilidade

A *jogabilidade* é o elemento mais importante para fins de análise da racionalização democrática. Por meio da estrutura do jogo, o usuário pode interagir de maneira reativa, interagindo de acordo com a estrutura, ou subversiva, reinterpretando as regras e leis do sistema técnico. É na interação subversiva que ocorre a racionalidade democrática. Feenberg explica que “o potencial subversivo da jogabilidade é óbvio nos casos de *hacking* e *modding*⁴, mas também perpassa as práticas de jogo cotidianas, desde o desenvolvimento colaborativos das normas sociais até as práticas de organizar a queda de um *server* como forma de protesto” (FEENBERG e GRIMES, 2009, p. 105). Para a análise do telejornalismo, chamamos esta jogabilidade de *interação*. Ela também pode ser reativa, quando obedece à estrutura do programa, ou subversiva, quando altera a tendência racionalizante que se observa neste gênero jornalístico.

⁴ De maneira geral, *hacking* e *modding* são colaborações feitas pelos próprios jogadores, que elaboram e modificam o jogo, desenvolvendo novas funcionalidades ou adaptando antigas.

CAPÍTULO 2

METODOLOGIA

A análise do telejornalismo enquanto sistema de racionalidade social é realizada por meio de uma analogia à Teoria da Ludificação. As cinco propriedades dos jogos racionalizados são adaptadas e utilizadas para revisão bibliográfica dos estudos sobre telejornalismo.

O modelo é, então, aplicado ao Telejornal Repórter Brasil para verificar se o espaço existente no programa para a transmissão de produções audiovisuais enviadas pelo público – quadro *Outro Olhar* – consiste em uma forma de intervenção democrática.

As Cinco Propriedades Racionalizantes⁵ do Telejornalismo

Reflexibilidade	Realidade própria do telejornalismo, que se diferencia cada vez mais do <i>mundo real</i> . Limita a inserção de outras atividades e fornece um modo de interagir próprio para o cidadão.
Delimitação	Reduz as possibilidades de interação do espectador e reforça a reflexibilidade do telejornalismo. Torna a produção noticiosa uma atividade quase previsível.
Governabilidade por Regras	As regras são observadas tanto no nível social (expectativas do telespectador), quanto no nível institucional – as regras que determinam quem pode noticiar, o que pode ser noticiado e como deve ser noticiado.
Precisão	Otimização de esforços por meio de estratégias que têm no íbopo sua principal referência. A precisão reduz consideravelmente as possibilidades de notícias que vão ser veiculadas.
Interação⁶	Interação da audiência com o telejornal. Ela pode ser reativa ou subversiva, e sempre depende do programa para fornecer direcionamento e temas.

⁵As propriedades são racionalizantes e não apenas racionais, pois consistem em propriedades que limitam e padronizam demais características do telejornalismo.

⁶ Chamamos de *interação* a propriedade *jogabilidade* dos jogos racionalizados. Apesar da mudança na nomenclatura, não existem diferenças significativas entre os dois, já que ambos tratam da relação do usuário com a racionalidade social do sistema, compreendendo as capacidades de reação, negociação e subversão do usuário.

CAPÍTULO 3

O TELEJORNALISMO COMO UM SISTEMA DE RACIONALIDADE SOCIAL

Os sistemas de racionalidade social teriam, então, quatro características fundamentais: o controle por grandes instituições, a mediação técnica, o envolvimento de um grande número de pessoas e a aplicação em larga escala de princípios racionais. Somente este último será objeto de nossa discussão. Contudo, antes de passar a sua análise, faremos algumas breves considerações sobre os outros aspectos dos sistemas de racionalidade social.

O controle do jornalismo por grandes corporações é, não só evidente, mas entendido como um obstáculo para a democratização dos meios de comunicação. As cinco principais emissoras nacionais de televisão detêm o controle, direta ou indiretamente, dos principais veículos de comunicação brasileiros⁷. Este monopólio evidencia que o telejornalismo no Brasil é controlado por empresas com grande poder econômico. Estas emissoras exercem, ainda, influência em larga escala, uma vez que a televisão é o meio de comunicação com maior abrangência no país, sendo assistida por em torno de 96,6% da população. De acordo com pesquisa realizada pela Secretaria de Comunicação da República (Secom)⁸ divulgada em junho de 2010, o telejornalismo é considerado por 64,6% dos telespectadores como o programa de maior relevância da televisão.

Observamos, assim, que as emissoras televisivas consistem em grandes corporações que envolvem um elevado número de pessoas na transmissão de seus noticiários televisivos. Resta-nos, então, estabelecer em que medida os telejornais possuem propriedades de racionalidade social. O estudo dos jogos digitais por Feenberg e Grimes nos dá pistas de como fazer esta análise. Para os autores, os jogos digitais são, em certa medida, uma continuidade dos esportes, que foram pioneiros em instituir jogos enquanto sistemas de racionalidade social. A comercialização dos esportes, com a profissionalização dos clubes e a mediação tecnológica (pelos meios de comunicação),

⁷Fonte: <http://donosdamidia.com.br/redes/tv>

⁸Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=6761

só foi possível após a padronização e a racionalização. Desse modo, esportes com espectadores de massa, a princípio, devem ser passíveis de avaliação por critérios fixos e formais, de forma a criar uma experiência homogênea passível de comercialização (2009, p. 107). A mediação tecnológica e comercialização em larga escala foi, então, o ponto crítico para a racionalização dos jogos. Será que a mediação tecnológica do jornalismo e sua maior comercialização também deram origem a estruturas mais racionais? É o que buscamos verificar com a adaptação da Teoria da Ludificação e aplicação no telejornalismo.

Outra característica dos sistemas de racionalidade social que merece destaque é a tensão entre os donos da corporação e aqueles submetidos à racionalidade social. Em relação aos jogos digitais, Feenberg explica que a excessiva racionalidade não impede que os jogadores tentem imprimir seus próprios valores ao jogo. Esta tensão entre a racionalidade imposta pelas grandes corporações e a liberdade dos jogadores é uma característica intrínseca do jogo enquanto ordem social. O mesmo ocorre com outras instituições de ordem e controle, como acontece com os consumidores que tentam alterar as regras de mercado ou com os cidadãos que tentam influenciar a máquina burocrática do Estado. Chegamos, então, a outra questão: existe tensão entre a racionalidade social imposta pela emissora e os interesses e intenções da audiência? Essas tensões já produziram interferências, tais como a queda de audiência como forma de protesto? Em outros termos, estas tensões poderiam levar a uma ruptura entre emissor e receptores? Estes aspectos serão abordados na análise do relacionamento do público com cada uma das propriedades de racionalidade social dos telejornais.

3.1. A Reflexibilidade do Telejornalismo

A reflexibilidade é a propriedade do telejornalismo que o torna uma atividade distinta das demais atividades do *mondo real*, visto que ele tem uma parte ativa na construção da realidade social. Ela está presente tanto no jornalismo, de uma maneira geral, como nas propriedades que tornam o telejornalismo distinto dos demais gêneros jornalísticos. Do ponto de vista do público, a reflexibilidade limita sua participação,

fornecendo um modo próprio e quase obrigatório para a interação.

O que um cidadão espera ao ligar a TV a fim de assistir um programa de notícias? De acordo com a pesquisa META (2010)⁹, 69,4% dos entrevistados consideram a televisão aberta o meio de comunicação mais confiável e também o mais importante meio de se buscar informações. Estas informações correspondem a um resumo dos acontecimentos cotidianos. “Diariamente, durante meia hora do horário nobre da TV, milhões de pessoas sentam em frente ao telejornal para assistir aos fatos mais importantes do dia” (VIZEU, 2001, p. 38). No entanto, os telejornais não transmitem os fatos e os acontecimentos cotidianos, mas uma realidade construída.

Em outras palavras, é preciso compreender que os noticiários televisivos apresentam a cada edição não uma janela que permita visualizar o mundo, mas constroem, por meio de textos, sons e imagens, o mundo por meio de sua janela particular, o que envolve desde as características intrínsecas ao meio, até diretrizes relativas à política editorial da emissora responsável pela produção/ veiculação do telejornal (COUTINHO, 2008, p. 63).

A flexibilidade do telejornalismo começa a se revelar nesta tensão entre a expectativa do público – que envolve não só a realidade, como também a compreensão dela – e o que é fornecido pelo noticiário televisivo (a notícia): um produto cultural, cuja magnitude vai além do ato de informar, que é determinado não só pela importância dos acontecimentos, mas por demais valores noticiosos e pela própria rotina de produção do jornalismo¹⁰. Não queremos dizer com isso que a expectativa do telespectador e o produto oferecido pelos telejornais estão irremediavelmente e radicalmente desconectados, uma vez que as notícias correspondem, em certa medida, a importantes acontecimentos do dia. Enfatizamos as diferenças entre um (expectativa) e outro (produto) para identificar as características próprias do telejornalismo, sua flexibilidade.

As pesquisas de comunicação sobre a *distorção involuntária* que o jornalismo faz da realidade social abordam as questões da flexibilidade de que falamos. Estes estudos tratam da *distorção inconsciente* dos fatos devido às práticas profissionais, às

⁹ Pesquisa disponível em: <http://www.fenapro.org.br/relatoriodepesquisa.pdf>

¹⁰ A definição que aqui usamos tem como referência a construção da notícia pelo uso de valores noticiosos, pontuados e explicados por Thaís Jorge (2008), a influência das rotinas produtivas do jornalismo na definição do que é notícia (VIZEU, 2001) e o entendimento de notícia enquanto produto cultural (MOTTA, 2002).

rotinas de produção e aos valores compartilhados entre os jornalistas sobre “as modalidades de desempenhar o ofício de informar” (WOLF, 2003, p. 189). Não se fala aqui em uma distorção consciente e manipuladora, mas da priorização de certas representações da realidade em função das exigências de organização e de estrutura, e das características próprias de cada meio de comunicação. Embora tenha começado a ser discutida ainda nas décadas de 50 e 60¹¹, a distorção involuntária da realidade social permanece uma preocupação contemporânea das pesquisas de comunicação. Em análise de um telejornal, Vizeu (2001) discute a influência das rotinas de produção na escolha do que vai ser veiculado como notícia. Além dos critérios de noticiabilidade¹², a produção do telejornal passa por uma negociação entre editores e jornalistas, e aí entram em jogo os argumentos dos profissionais para sustentar a noticiabilidade da matéria (p. 123). Thaís Jorge (2008) também fala da recriação dos acontecimentos pela notícia. Para a autora, toda matéria é uma criação, pois é fruto do processo de seleção dos fatos por uma pessoa, no caso, o repórter (2008, p. 93). Portanto, o espectador que pretende assistir ao resumo dos acontecimentos do mundo pela televisão se depara, na verdade, com uma construção da realidade que obedece às regras próprias da lógica de produção do jornalismo.

Falemos agora de uma propriedade típica dos noticiários televisivos, que os diferencia dos demais gêneros jornalísticos, quanto à capacidade de agendamento dos elementos específicos do cenário público:

A cobertura televisiva determina uma saliência particular em circunstâncias como a ruptura da programação ordinária para informar a respeito de eventos “extraordinários”, o uso de uma apresentação visual eficaz e atraente sobre os acontecimentos noticiados, a cobertura feita ao vivo, em linha direta, de um evento. Esses traços de comunicação e as condições técnicas atribuem uma relevância particular à informação televisiva e, portanto, uma potencialidade maior de sua parte para obter efeitos de *agenda-setting* (WOLF, 2003, p. 152)

¹¹Mauro Wolf (2003), em sua análise das teorias das comunicações de massa, fala do conjunto de pesquisas (BREED, 1955; GIEBER, 1956; STEMPEL, 1964) sobre a distorção involuntária da realidade social pelos meios de comunicação. Estes estudos marcam a transição das pesquisas sobre a manipulação explícita para o problema da distorção inconsciente, que é produto, entre outros, das rotinas de produção jornalística e faz parte tanto dos estudos de *newsmaking* quanto os estudos de *gatekeeping*.

¹² Os critérios de noticiabilidade são as características dos acontecimentos que os tornam noticiáveis, interessantes do ponto de vista do jornalismo. Thaís Jorge (2008) define três valores fundamentais: a atualidade, a proximidade e a notoriedade.

Grande parte dos estudos sobre as capacidades de agendamento dos diferentes meios conclui que a televisão fornece informações fragmentárias, impossibilitando o público de formar um quadro cognitivo adequado para suas escolhas cotidianas. Os telejornais apresentam “notícias breves, velozes, heterogêneas e *amarradas* num formato temporal limitado” (WOLF, 2008, p. 147). Ainda assim, os noticiários televisivos possuem um papel central na imagem que os cidadãos constroem da realidade, sendo responsáveis por contextualizar e *organizar* o mundo (VIZEU, 2001). Vizeu, em estudo sobre o telejornalismo local, fala da disposição das notícias¹³. Segundo ele, o primeiro bloco traz a notícia de impacto; o segundo e terceiro blocos trazem as demais matérias do dia ou as matérias que estão estocadas e não perderam a atualidade. Um dos dois blocos vai conter uma matéria que trata de problemas da comunidade. O último bloco é reservado para as matérias mais *lights*, que podem ser notícias de cultura, lazer ou esporte ou, ainda, uma mensagem de esperança (2001, p. 101). Esta organização das informações é determinada mais pela lógica de produção telejornalística, do que pela preocupação em fornecer um todo coerente. Nesta diferença pode se estabelecer mais uma tensão entre a expectativa do espectador (compreensão das principais informações do dia) e o produto telejornalístico (realidade fragmentária de difícil apreensão).

A reflexibilidade do telejornalismo também se revela quando analisamos as formas de interação mais elevadas¹⁴ do telespectador. As tentativas do espectador de participar, de alguma forma, na programação, seja pela sugestão de pautas ou pelo envio de críticas e elogios por cartas ou telefone, sempre estiveram presentes na história do telejornalismo. As novas tecnologias possibilitaram uma interação mais efetiva. Fala-se, agora, em um público que é não só receptor, mas também coprodutor da notícia (SIQUEIRA, VIZEU e ROCHA; 2010). Estes autores dão vários exemplos de vídeos

¹³A disposição de notícias aqui se refere ao estudo de Vizeu de um telejornal regional específico, o qual utilizamos para ilustrar a veiculação de notícias nos noticiários televisivos.

¹⁴ Alguns autores classificam as interações do público com a televisão em diferentes níveis. Ligar a televisão e mudar os canais seriam os níveis mais básicos. A interação cresce quando se pode gravar programas pelo videocassete ou responder a enquetes do programa (LEMOS, 1997). A interação atingiria seu nível máximo quanto mais próxima às características de um diálogo, com envio e recebimento de informações simultaneamente (THOMPSON, 1998).

enviados pelo público¹⁵ que são usados pelo telejornalismo: seja com a incorporação das imagens nas reportagens, ou com o uso do material como base para posterior apuração. Muitas das imagens enviadas pelo público não são aproveitada pelos telejornais. O restrito tempo de duração dos telejornais, a dificuldade de se checar as informações e os problemas relacionados ao direito de uso da imagem são fatores que, para os autores, contribuem para o baixo aproveitamento do conteúdo enviado pelos *cidadãos-repórteres*. O material enviado pelo público que será transmitido pelo programa é previamente selecionado por jornalistas, “que avaliam e decidem com base nos critérios de noticiabilidade, o que será exibido ou não aos telespectadores” (idem, p. 8). Percebe-se com isso que existe, no telejornalismo, uma maneira de interação própria. Esta limitação à interação do telespectador com o programa é também uma evidência da flexibilidade do telejornalismo. Ou seja, a interação do telespectador é autorizada desde que em conformidade com o universo próprio do programa. Lidiane Amorim (2009) utiliza o termo *autoridade negociada* para falar de tais interações, uma vez que o espectador ainda depende da emissora para decidir se o vídeo enviado vai ou não entrar no rol dos “acontecimentos mais importantes do Brasil e do mundo”¹⁶.

Como vimos, a flexibilidade se revela em vários aspectos do telejornalismo. Em primeira análise, na propriedade intrínseca do jornalismo, que é a criação de uma realidade social, na qual intervém a distorção involuntária dos fatos decorrente das rotinas de produção. Em seguida, na análise do telejornalismo, na qual se revela sua particularidade frente a outros veículos de comunicação, que consiste em uma melhor capacidade para agendar os elementos do cenário público devido à apresentação atraente das notícias. No entanto, esta capacidade de agendar não é acompanhada pela capacidade de promover a compreensão: informações fragmentárias, rápidas e fluidas podem impedir que o telespectador entenda as mensagens. Em última análise, a flexibilidade limita a interação do público, que depende da seleção e avaliação pela emissora do conteúdo enviado. Assim, apresentamos três formas em que o telespectador pode encontrar obstáculos na racionalidade do telejornalismo: na expectativa de assistir

¹⁵ Os autores utilizam como exemplo a exibição, em abril de 2010, de vídeos enviados pela audiência que mostravam cenas de uma das piores enchentes da história do Rio de Janeiro. Estes vídeos foram exibidos por diversos telejornais (como o RJTV).

¹⁶ A frase é de Willian Bonner e fala dos objetivos do telejornal de maior audiência da TV aberta. Em: *Jornal Nacional: modo de fazer*. São Paulo. Editora Globo, 2009.

à realidade, na expectativa de compreender o que é noticiado e na tentativa de interagir com o telejornal.

3.2. Delimitação no Telejornalismo

A delimitação reforça a reflexibilidade, tornando o telejornalismo uma atividade cada vez mais diferenciada do *mundo real*. Mais especificamente, ela separa o noticiário televisivo dos demais programas de TV. É responsável, também, por tornar a produção noticiosa uma atividade quase previsível e por oferecer grandes obstáculos para a participação do público em suas tentativas de interação com o telejornal.

Dentro do contexto televisivo, a *vinheta*¹⁷ exerce papel fundamental em demarcar a separação entre entretenimento e informação sobre os fatos sociais. Em sua análise da identidade construída pelas vinhetas de abertura dos telejornais, Schiavoni (2008) conclui que as vinhetas firmam a identidade jornalística, geralmente baseada nos critérios de credibilidade, seriedade e temporalidade. “A funcionalidade do telejornal é um valor básico a ser comunicado pelas vinhetas” (p. 124), seja esta funcionalidade de mediação, vigilância ou laço social. Considerando o fluxo intenso e descontínuo de informações na TV, que mistura, por vezes, ficção e realidade, a vinheta exerceria a função de delimitar o espaço de transmissão de notícias pelo telejornal.

O crescente uso de recursos gráficos pelos telejornais também reforça os limites deste gênero jornalístico. Projeções holográficas, imagens projetadas e uma complexidade de imagens tecnológicas que têm tido cada vez mais espaço nos noticiários televisivos¹⁸ distanciam a realidade construída dos telejornais das pretensões de enquadramento da realidade. Edna de Mello Silva (2012) argumenta que estas novas

¹⁷A vinheta nesta análise é entendida como os projetos de *design* que compreendem sons e imagens em movimento, e consiste no principal meio pelo qual as emissoras firmam suas identidades audiovisuais. Os programas também utilizam estes recursos para reforçar sua identidade particular, estando presente na abertura do programa, entre os intervalos comerciais e, às vezes, no encerramento (SCHIAVONI, 2008).

¹⁸As projeções de imagens de apresentadores no Globo Esporte e no Fantástico são exemplos dados pela autora. Além disso, ela menciona a apresentadora virtual do Fantástico Eva Byte, que já chegou a ser entrevistada no programa da Ana Maria Braga. Estes recursos também marcam a transmissão de telejornais internacionais, como os da CNN.

visualidades são um simulacro do real e preservam o contato com a realidade apenas por estarem inseridas no *mundo das possibilidades*. Ao mesclar ficção com realidade, os telejornais estabelecem um mundo próprio no qual o telespectador imerge, passando a acreditar na existência daqueles personagens (SILVA, 2012).

Ainda que o telejornalismo exerça funções semelhantes a outras atividades sociais, como argumentam vários autores sobre o papel do telejornalismo na formação do vínculo entre indivíduo e sociedade semelhante ao que faz (ou fazia) a família, a vizinhança e as instituições religiosas, trata-se de uma atividade com características únicas. Vizeu (2006) argumenta que o noticiário televisivo não só estabelece o laço entre o indivíduo e o contexto em que ele está inserido, mas confere ordem e sentido a este mundo caótico. No entanto, não se trata mais de conversas cotidianas, mas da produção e circulação de informação em sociedades complexas.

Um outro fator delimitador dos gêneros jornalísticos em geral decorre da crescente homogeneização das estruturas e dos padrões de produção do jornalismo nas diversas sociedades (BECKER e MATEUS, 2010). A padronização excessiva limita o campo dos fatos e enquadramentos possíveis dentro do jornalismo, marcado pelo baixo fluxo de notícias, em que se podem observar assuntos dominantes nos diversos meios de comunicação. Maluly e Venancio (2009) argumentam que os fatores comerciais não são os únicos determinantes para este fenômeno, mas o *fetichismo pela agenda* exerce um papel fundamental na padronização do jornalismo¹⁹. Para os autores, o medo de não noticiar um fato que estará presente nos demais meios de comunicação tem o efeito de limitar o jornalismo à simples reprodução de relatos previamente agendados que sufocam os jornalistas na ambição de informar o já transmitido, sem margem para outras interpretações, novas checagens ou coberturas, limitando as possibilidades criativas da profissão.

A delimitação no telejornalismo também é responsável por determinar os tipos de interações possíveis dos usuários e oferecer obstáculos para as formas de interação não antecipadas. As interações discutidas na reflexibilidade, por exemplo, são formas de interações previstas, uma vez que são selecionadas e permitidas pelos editores do telejornal. O aspecto limitante do telejornalismo para interação com usuário decorre

¹⁹ http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_urgencia_de_novas_linhas_editoriais

também das próprias limitações técnicas do aparelho televisivo, impossibilitando a discussão das reportagens pelos telespectadores, mediada pela TV²⁰. Primo e Träsel (2006) argumentam que o webjornalismo participativo²¹ tem como principal função cobrir as falhas das mídias tradicionais. A internet teria se tornado instrumento para que os insatisfeitos com os meios de comunicação tradicionais pudessem comentar, criticar, denunciar e até produzir informações por conta própria. Os autores utilizam o exemplo de um blog criado por uma dona de casa norte-americana que, insatisfeita com a cobertura superficial que os jornais faziam sobre sua comunidade, tomou a iniciativa de publicar eventos e acontecimentos da comunidade. No Brasil, essa reação à delimitação também se manifesta na internet. De acordo com pesquisa do Ibope (2012)²², 29% dos consumidores simultâneos de televisão e internet comentam online o programa que estão assistindo na TV, sendo os telejornais o segundo tema de interesse, perdendo apenas para as telenovelas. Embora o compartilhamento de informações na rede não tenha como principal função consertar os erros dos meios de comunicações tradicionais, estes exemplos nos mostram como os cidadãos podem usar a internet para realizar uma série de ações que não foram antecipadas pelos proprietários das emissoras de televisão e que aparecem como uma forma de reação à delimitação típica do meio televisivo.

Antes da popularização da internet, os telespectadores podiam utilizar cartas ou emails para comunicar à emissora seus elogios e insatisfações. Estas últimas também podem se manifestar através da oscilação ou queda de audiência, podendo ser consideradas como formas indiretas de o espectador manifestar sua participação na complexa dinâmica dos sistemas de racionalidade social. Por exemplo, o tão criticado e comentado partidarismo político da Rede Globo nas eleições presidenciais de 1989 e 1994 culminou em uma forte queda de audiência da emissora. Ela foi motivada não só pela proliferação de concorrentes, mas também pela perda de credibilidade na emissora e em seu telejornalismo. A reação negativa do público levou a uma reestruturação dos vários informativos da casa, com mudança não só dos apresentadores, mas também da

²⁰Há promessas de mudança com a TV Digital, mas é preciso esperar a consolidação da tecnologia da TV digital (Ginga).

²¹O conceito de webjornalismo participativo é definido pelos autores como: “práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na Web, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não pode ser claramente demarcada ou não existe” (PRIMO e TRÄSEL, 2006, PAG 10)

²²Pesquisa disponível em: <http://www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/imprensa/releases/Paginas/No-Brasil-43-dos-internautas-assistem-a-TV-enquanto-navegam.aspx>.

política editorial dos telejornais (BORELLI, PRIOLLI ET AL.; p. 70). As quedas de audiência articuladas por alguns internautas também são exemplos de cidadãos que tentam mandar avisos à emissora apesar da grande delimitação que impossibilita uma comunicação direta²³. No entanto, no Brasil, nenhuma foi tão bem sucedida quanto aquela reação natural do espectador que não aceitou facilmente a tentativa da emissora de perpetuar a mesma ordem autoritária que deu existência à própria emissora (BUCCI, 2000).

O que dizer das diversas apropriações do telejornalismo pelo público? Não seriam elas também formas não previstas pelo sistema de racionalidade social e, portanto, um desafio à delimitação do telejornal? São muitas as pesquisas contemporâneas sobre as diferentes sociabilidades produzidas pelo público em sua relação com o telejornal (JACKS, 2008). Neto e Sgorla (2012) analisam os discursos produzidos pelos meios de comunicação e a reação dos receptores em relação à saída da apresentadora Fátima Bernardes do Jornal Nacional, e concluem: “a despeito das expectativas criadas pelas racionalidades das estratégias em produção de sentido, nada se pode estimar sobre os horizontes dos efeitos que elas podem suscitar”. Para os autores, o público reagiu de formas diversas ao discurso produzido pela emissora e foram, alguma vezes, “na *contra mão* do discurso da organização televisiva” (2012, p. 11). No telejornalismo é difícil separar a intenção do proprietário da emissora da intenção dos anunciantes. Portanto, será que podemos considerar o descontentamento com a saída da Fátima Bernardes, dada a grande repercussão e o agendamento deste acontecimento por diferentes noticiários, um escape à racionalidade mais do que uma intenção dos produtores da racionalidade social? As diferentes apropriações do telejornalismo pelo público, como o uso das notícias para fins de entretenimento e sociabilidade, podem estar inseridas na lógica racional da emissora. Isto nos mostra como a divisão entre o que é participação reativa ou subversiva é tênue.

A delimitação está presente em vários aspectos do telejornalismo. A vinheta e o uso de recursos gráficos exercem um papel importante para separar telejornalismo dos demais programas televisivos. No contexto social, o telejornalismo exerce função

²³Em 2012, internautas não identificados organizaram “Um dia sem Globo”, previsto para acontecer no dia 25 de janeiro daquele ano. A campanha se espalhou pela internet e não parece ter sido motivada por um acontecimento específico. A campanha já ocorreu outras vezes, como no dia 25 de junho de 2010.

semelhante a outras atividades no que diz respeito ao estabelecimento do laço entre cidadão e sociedade, mas faz isto pela produção e circulação de informações, e não por experiências cotidianas. A delimitação é, também, uma propriedade do jornalismo contemporâneo de maneira geral, que é caracterizado pela transmissão homogênea e padronizada das notícias. Em relação à participação do telespectador, a delimitação impossibilita a discussão de reportagens pelos telespectadores, mediada pela televisão. Neste cenário, a produção de notícias na internet e até mesmo as quedas de audiência podem ser entendidas como reação a esta delimitação. E, por fim, ainda que a participação do público na complexa dinâmica dos sistemas de racionalidade social não possa ser desconsiderada, é difícil avaliar se estas interações subvertem a racionalidade social ou se são, apenas, formas reativas de participação.

3.3. Governabilidade por Regras

A governabilidade por regras é uma característica típica do telejornalismo. Ela separa o especialista, representado pela figura dos profissionais de comunicação (jornalistas, editores, etc.), do espectador. Como argumentam Primo e Träsel:

No jornalismo mediado por televisão, rádio ou jornal, a inata contradição entre produção e recepção é de difícil ultrapassagem. O sistema produtivo de características industriais, que se aperfeiçoa em torno desses canais, delimita papéis bem definidos, tanto na divisão do trabalho quanto na separação entre quem lê (escuta ou assiste) e quem escreve ou fala (PRIMO e TRÄSEL, 2006, p. 3).

Existe, então, um sistema de regras e normas dominado pelos profissionais de comunicação que os torna legitimados para produzir o telejornalismo e, como consequência, torna o público inapto para elaborar e divulgar notícias. Esta lógica de produção noticiosa tem sido desafiada pelo denominado jornalismo *open source*. Nesta forma de jornalismo que ganha destaque com as novas tecnologias de comunicação, o receptor é também emissor da notícia (BRAMBILLA, 2005). Mesmo com a crescente participação da audiência no telejornalismo, a governabilidade por regras ainda permanece forte. No *Projeto Parceiros*²⁴ da Rede Globo, por exemplo, a emissora

²⁴<http://g1.globo.com/sao-paulo/parceiro-sp/noticia/2012/11/inscreva-se-para-segunda-edicao-do-parceiro-do-sp.html>

seleciona pessoas para fazer reportagens sobre suas comunidades. A seleção é feita por meio de uma prova de conhecimentos e os aprovados são treinados em um curso de técnicas de jornalismo. Após esta etapa, os selecionados estão aptos a produzir matérias, que serão feitas sob a supervisão de profissionais da emissora.

A linha²⁵ editorial do noticiário também se caracteriza como um sistema de regras que limita os ângulos possíveis dos acontecimentos que serão abordados pelo telejornal. Venancio (2009) argumenta que a linha editorial é um valor-notícia relativo aos ângulos da construção da notícia, pois determina não quais acontecimentos vão virar notícia, mas como isto vai ocorrer. A escolha das fontes, o papel do jornalista e as inserções de comentaristas revelam uma parcialidade ordenada do jornal. Ou seja, uma tendência que não ocorre de maneira aleatória e está sintonizada com a linha editorial. Marques Melo (1994) explica que a política editorial sintoniza o jornal com as forças e interesses externos com os quais o jornal se relaciona e dos quais ele depende.

A institucionalização de normas no nível social também pode ser entendida pela compreensão do telejornalismo como dispositivo que favorece a coesão e o controle social, pela socialização de valores. Em análise do Jornal Nacional, Rossy (2011) conclui que o noticiário equilibra critérios tradicionais de noticiabilidade com valores morais, emitindo juízo de valor dos fatos noticiados. Assim, o Jornal Nacional “está, de certa forma, a partir das funções mediadora e socializadora, amplamente institucionalizadas, exercendo um papel regulador, um controle social” (ROSSY, 2011, p. 15).

A linha editorial e as normas de produção do jornalismo são regras estabelecidas pelos proprietários da emissora. No entanto, na dinâmica do sistema de racionalidade social, as normas também são institucionalizadas socialmente e derivam, por exemplo, das expectativas dos submetidos à organização de ordem e controle (telespectadores). O próprio aumento da participação dos telespectadores pode ser, em certa medida, entendido como uma pressão dos movimentos sociais por uma participação mais

²⁵Os conceitos de linha editorial e política editorial são aqui utilizados como sinônimos. Para alguns autores, consistem em conceitos distintos. Nestes casos, a política editorial seria entendida como a orientação ideológica do jornal e o público a quem o veículo se dirige. Já a linha editorial se refere a um posicionamento político amplo, e interfere na escolha dos fatos que vão ser valorizados pelo jornal e o tratamento que vai ser dado a eles. Por serem definições muito próximas e que envolvem o jornal, a notícia, seu público e posicionamentos (tratamento da notícia), alguns autores consideram os conceitos indissociáveis.

efetiva, que se intensificou com a apropriação pelo público das novas tecnologias (VIZEU, ROCHA e SIQUEIRA, 2010).

As normas que derivam de imposições e interesses das grandes corporações, no entanto, têm um maior peso que as exigências e expectativas do público. A ideia de que o telejornalismo é composto por informações que tratam da realidade colabora para a existência de uma maior tolerância da audiência quanto ao que é veiculado, fundamentada na confiança do público em relação às informações transmitidas.

Este *informar da realidade* que ocorre entre jornalista e audiência fundamenta-se efetivamente num *acordo* comunicativo e numa *confiança* de negociação socialmente definidos e resultantes do fato da construção das realidades publicamente relevantes serem atribuídas, mediante competência institucionalizada, precisamente aos profissionais da comunicação, os quais *devem*, por assim dizer, construir esta realidade coletiva, devem atribuir sentido aos acontecimentos, aos temas, aos processos de relevo público, com base nos *vínculos cognitivos* que regulam os próprios modelos de intercâmbio e de interação na vida quotidiana (GROSSI, 1985, p. 384).

Nicoli Glória de Tassis Guedes (2009) argumenta que existe uma crença que permeia o imaginário do público e dos jornalistas de que seria possível uma apreensão *pura* da realidade, desde que respeitados “os passos legitimados, tais como a busca de fontes confiáveis, a verificação dos dados e a concessão de oportunidades iguais para todos os lados envolvidos” (p. 14). A ideia de que o jornalismo reproduz fielmente os fatos sociais estaria arraigada na sociedade. No entanto, esta confiança na realidade produzida pelo telejornalismo tem sofrido transformações com as novas tecnologias. Vizeu, Rocha e Siqueira (2012) apontam para a necessidade de um telejornalismo mais ético e mais comprometido com a verdade dos fatos, pois agora os receptores têm mais meios para se informar e podem detectar falhas nas notícias mais facilmente. Dessa forma, podemos esperar que os receptores do telejornal atuem cada vez mais ativamente na construção colaborativa de normas.

A governabilidade por regras no telejornalismo é responsável por estabelecer uma divisão entre os legitimados para produzir a notícia e o público, que só poderia receber a informação. Esta separação ainda é evidente no telejornalismo, apesar do aumento da produção de notícias pelo público nos vários meios de comunicação. Exemplo disso é a produção de notícias pelo espectador que ocorre apenas após uma

capacitação prévia e sob a supervisão da emissora. A linha editorial também é uma das regras que governam o telejornalismo, determinando o que vai ser noticiado de acordo com os interesses dos envolvidos na produção e financiamento do noticiário televisivo. A existência de regras é, ainda, uma característica própria do telejornalismo enquanto instituição que atua na construção da realidade, favorecendo o controle e a coesão social. Por fim, falamos da construção de normas pelo público, já que este é parte integrante da complexa dinâmica do sistema de racionalidade social. O crescente descrédito na realidade fornecida pelo telejornalismo, decorrente de um maior acesso a informações por outros meios, pode tornar o receptor mais ativo na elaboração das regras do telejornalismo.

3.4. Precisão: as Estratégias do Telejornalismo

A precisão diz respeito à otimização de esforços e resultados por meio de ações estratégicas. No telejornalismo, ela é visível, por exemplo, na estruturação das práticas de produção de acordo com estratégias comerciais das emissoras, que têm na medição da audiência sua principal referência.

O telejornalismo é um programa estratégico na grade das emissoras abertas²⁶. A venda de credibilidade atrai elevados investimentos, “revelando um surpreendente valor comercial associado ao poder de suas mediações” (BECKER e MATEUS, 2010). Com o surgimento de uma expressiva classe média, que cresceu de 34% para 54% de 2005 a 2011²⁷, os telejornais se reestruturaram para atrair a audiência dessa classe econômica e, também, mais anunciante. Em análise do Jornal Nacional, Porcello (2012) identificou que o telejornal de maior audiência da TV aberta passou a adotar pautas mais populares, como repórteres fazendo matérias de dentro de ônibus e metrô lotados. As demais emissoras, que seguem o padrão global, também passaram a investir com mais

²⁶Segundo dados das Tabelas de Custos Vigentes do Mercado Nacional, os telejornais do horário nobre mantêm os valores de *break* mais caros de toda a programação da maioria das emissoras de tevê abertas no Brasil. O custo de veiculação de um comercial de 30” no Jornal Nacional, custa R\$ 402.900,00. O custo de uma inserção comercial de mesmo tempo de duração no intervalo do Jornal da Record, a segunda emissora brasileira de maior audiência é de R\$ 280.000,00. Fonte: <http://noticias.uol.com.br/ooops/ultnot/2008/10/27/ult2548u622.jhtm>

²⁷Fonte: <http://veja.abril.com.br/noticia/internacional/classe-media-cresce-e-ja-representa-54-da-populacao-brasileira>

intensidade na exibição de assuntos populares ou noticiários de polícia. A substituição de Fátima Bernardes, apresentadora que ficou à frente do Jornal Nacional por 14 anos ao lado de seu marido, pela jornalista Patrícia Poeta também foi entendida por alguns críticos e colunistas como estratégia de aproximação da classe C²⁸, entre outros motivos políticos da emissora. Mas quais os efeitos da estratégia comercial? Porcello (2012) argumenta que as mudanças operadas no telejornalismo para atrair esta importante classe econômica reforçam as características das notícias enquanto mercadoria.

É tudo tão rápido e fugaz que parece ser dito para não ser entendido. Seria um “FastFood” de informações, supérfluas, desnecessárias e inúteis. Mas estão ali, sendo ditas e mostradas à exaustão, dando aos “consumidores-mercadorias” a sensação de que agora sim estão bem informados sobre o que acontece no mundo (2012, p. 7).

Uma estratégia usada pelo telejornalismo que não está presente nos outros gêneros jornalísticos (ou pelo menos não com tanta força) são as estratégias de sedução do público.

O jornalista, submetido às pressões do mercado e da audiência, lança mão de mecanismos de “sedução” e do uso de estereótipos para “segurar” o telespectador. Um desses mecanismos é a chamada *hegemonia emotiva* (FERRÉS, 1996). No noticiário televisivo são potencializados, preferencialmente, os valores emotivos, espetaculares, com a intenção de aumentar indiscriminadamente a audiência, com base na convicção de que as emoções fáceis, elementares, exercem uma poderosa atração sobre as más.

A escolha das pautas, o cuidado com a linguagem utilizada nas notícias e a inserção direta de personagens populares no telejornalismo são maneiras de seduzir o público. Dessa forma, os telejornais buscam construir um vínculo com o público que representam na tela, uma relação de identificação (COUTINHO, 2012). Preocupados com a segmentação da audiência e o investimento das receitas publicitárias na internet, os donos da emissora de televisão têm investido cada vez mais na convergência midiática, permitindo que o telespectador participe mais efetivamente na programação, seja pelo envio de mensagens pelo twitter ou pelo envio de vídeos que vão ser

²⁸<http://colunistas.ig.com.br/natv/2011/11/30/fatima-bernardes-deve-deixar-jornal-nacional-ana-paula-araujo-e-patricia-poeta-sao-as-mais-cotadas-para-substitui-la/> e <http://www.rodrigovianna.com.br/radar-da-midia/bastidores-da-troca-no-jn.html>

transmitidos na programação. A estratégia de identificação com o público também passa por uma maior personalização dos apresentadores, com o intuito não só de passar uma ideia de familiaridade para o público, como também de incorporar no apresentador o papel de solucionador de conflitos. “Hoje, é cada vez mais fácil apontar apresentadores de telejornal que esbravejam contra os políticos ou criticam duramente as instituições cobrando *soluções* em nome do *povo*, evidenciando com clareza posturas ideológicas” (FECHINE, 2008).

As estratégias de aproximação com o telespectador ocorrem por diversas formas: pela figura do apresentador do telejornal, pelo aumento da participação do público, pelas matérias regionalistas e pela chamada *hegemonia emotiva*, que dá um tom dramático e espetacular para os acontecimentos com o objetivo de atrair mais audiência. Mas e quando as estratégias de identificação com o público dão errado? Rita Kehl (2007) argumenta que a dramatização da violência no telejornalismo tem o objetivo de fazer o telespectador se identificar com a vítima, o espectador se emociona por acreditar que aquilo também poderia estar acontecendo com ele. No entanto, também existe a parcela do público que vai se identificar com aquele que provoca a dor, agride, pratica a violência. Neste caso, a espetacularização da violência funcionaria como um estímulo. Assim, a estratégia da emissora de promover a identificação do público com o telejornalismo pode ter resultados diversos na recepção. Da mesma forma, na tentativa de retratar a comunidade nos processos de regionalização, pode haver “(auto)reconhecimento e/ou recusa de acordo com as construções identitárias explicitadas ou negadas por meio dos depoimentos veiculados” (COUTINHO, 2012).

3.5. Interação: a Participação do Público

A interação diz respeito a como o público se relaciona com a racionalidade social do telejornalismo, por meio da reação, negociação ou subversão. Discutimos diferentes formas de interação do público ao longo das seções anteriores (reflexibilidade, delimitação, governabilidade por regras e precisão).

Os estudos sobre participação do público no telejornalismo têm sido cada vez mais numerosos. Os autores argumentam que nesta nova realidade da comunicação, em que os receptores se apropriam das novas tecnologias para emissão de conteúdos, a lógica de construção da realidade operada pelo jornalismo sofre mudanças, uma vez que os tradicionais receptores passaram a ser coprodutores de notícias (VIZEU e SIQUEIRA, 2009). Neste trabalho, no entanto, consideramos como interação do público todas as formas nas quais o público lida com a racionalidade social do sistema: seja tentando vencer a delimitação do noticiário televisivo ao utilizar a internet para comentar notícias que ele viu na televisão, seja reagindo às formas de interação proposta pelos programas, como responder a enquetes, e até na construção de normas que regem o telejornalismo.

A interação enquanto intervenção democrática ocorre quando o espectador consegue escapar de alguma forma da racionalidade social do sistema, quando faz apropriações diferentes daquelas planejadas pelos produtores da racionalidade social. Portanto, não precisa ser radicalmente subversiva e já pode ser observada, em algum nível, em formas mais sutis de interação, como o uso da internet para vencer a delimitação do telejornalismo ou na construção colaborativa de normas que influenciam o telejornalismo.

CAPÍTULO 4

ANÁLISE DO QUADRO *OUTRO OLHAR*

Fazemos a análise de oito edições do telejornal Repórter Brasil para verificar se as participações do público no quadro *Outro Olhar* consistem em interferências democráticas. As edições analisadas foram exibidas no período de 31 de outubro a 30 de novembro de 2012.

O programa Repórter Brasil (RB) é transmitido de segunda a sábado, em dois horários: às 08h, com meia hora de duração, e às 21h, com uma hora de programa. O quadro *Outro Olhar* está presente apenas no telejornal da noite e, portanto, é o telejornal que analisamos neste trabalho. O RB noite possui três apresentadores: um de São Paulo, outro de Brasília e um do Rio de Janeiro (de segunda a sexta-feira). Aos sábados, o telejornal é conduzido por apenas um apresentador. Importante observar que o *Outro Olhar* possui frequência aleatória, o que sugere ou uma insuficiência na oferta ou um rigor criterioso na seleção das matérias produzidas pelos telespectadores. Por este motivo, as análises correspondem a dias não sequenciais, todos contendo este quadro de participação.

O programa possui, ainda, outro momento de participação popular. Antes de cada intervalo, é exibido um rápido *povo-fala*²⁹, com a opinião de pessoas de várias cidades sobre o tema de alguma matéria exibida no telejornal. Como exemplo, já foi perguntada a opinião de pessoas sobre a segurança de se comprar pela internet ou o que fazer para melhorar o frio – na ocasião em que estados do Sul e Sudeste do Brasil tiveram temperaturas baixas recordes, com a ocorrência de neve em alguns casos. Diferentemente do quadro *Outro Olhar*, o *povo-fala* está presente em todas as edições do telejornal da noite, mas foi desconsiderado por se tratar de resposta à enquete e, portanto, possuir uma grande limitação quanto à inserção de valores do público e subversão da racionalidade social.

²⁹Povo-fala ou fala-povo são entrevistas conduzidas, geralmente, nas ruas para detectar a opinião de um grande número de cidadãos comuns, que não possuem conhecimento específico sobre o assunto, acerca de um tema que, em geral, possui grande repercussão. Por vezes, o *povo-fala* é utilizado para dar credibilidade a uma matéria ou até para preencher espaços em dias que não há muitas matérias a serem exibidas. (COUTINHO, 2004)

Antes de continuarmos a analisar o quadro Outro Olhar enquanto uma possível intervenção democrática é necessário examinar as propriedades de racionalidade social presentes no telejornal Repórter Brasil. Afinal, a maioria dos estudos sobre jornalismo que utilizamos neste trabalho para a análise do noticiário televisivo enquanto um sistema de racionalidade social são referentes aos noticiários televisivos comerciais.

Repórter Brasil: Sistema de Racionalidade Social

O jornalismo público no Brasil ainda é recente. A TV Brasil, por exemplo, só foi criada em 2007 e no mesmo ano ocorreram as primeiras transmissões do Repórter Brasil. A definição do que é telejornalismo público no Brasil é algo ainda pouco estabilizado tanto entre as emissoras quanto na literatura acadêmica. Não por outro motivo, os modelos de jornalismo público são muito indefinidos. Enquanto ainda não possuem características próprias, seguem com muitas características do jornalismo comercial.

A reflexibilidade do telejornalismo enquanto uma instituição que cria, e não retrata uma realidade social não poderia estar de fora do telejornalismo público. Além disso, o Repórter Brasil também possui uma estrutura de notícias similar às do telejornalismo comercial. “Os primeiros blocos são dedicados, geralmente, a conteúdos de economia e política. Enquanto a última parte apresenta as informações de cultura e esporte”³⁰ (COUTINHO, 2011). Esta opção por começar com as matérias mais sérias e depois exibir as notícias mais leves também pode ser observada no telejornalismo comercial. Coutinho e Meirelles (2012) argumentam que a diferença na organização das notícias do Repórter Brasil é que nem sempre as matérias mais quentes³¹ entram logo no primeiro bloco e podem, inclusive, ser as últimas exibições do telejornal.

Em relação aos tipos de matérias, Coutinho e Meirelles argumentam que o RB apresenta matérias não comumente vistas em outros telejornais, mas em pouca quantidade. A questão da pluralidade de interpretações também não seria, ainda, um

³⁰ http://analisedetelejornalismo.files.wordpress.com/2011/08/vieira_coutinho.pdf

³¹ Matérias quentes são aquelas que possuem informações inéditas e que despertam grande interesse e são geralmente veiculadas logo no primeiro bloco do telejornal.

diferencial deste telejornal, que busca neutralidade “para que não seja denominado governista, mas, ao mesmo tempo, para que não se coloque contra este mesmo governo”. A noção do telejornalismo como um lugar de segurança (VIZEU, 2006) também não é abandonada no Repórter Brasil. As autoras argumentam que as tentativas de promover reflexões e debates são geralmente frustradas por estratégias de acalmar o telespectador, mostrar uma situação otimista. Uma vez colocado em pauta, os problemas são tratados de forma que pareçam algo natural e que irá ser resolvido.

O quadro *Repórter Brasil Explica* contextualiza e explica conceitos que podem ser de difícil compreensão pelo telespectador e complementam algumas notícias veiculadas. Esta função didática do telejornalismo (VIZEU, 2005) é observada nos telejornais comerciais na linguagem e narrativa das reportagens, e também na explicação de algumas reportagens por especialistas convidados.

Ainda que não possamos falar, no Repórter Brasil, de uma subordinação a estratégias comerciais que visam ao aumento da audiência e que limitariam, portanto, as possibilidades das notícias veiculadas, o RB possui propriedades de racionalidade semelhantes, em certa medida, às dos telejornais comerciais: limitações das interações do espectador devido às especificidades do meio, limitação do tempo das matérias e das formas de interação condicionadas aos temas e estruturas propostas pelo telejornal. Existe, também, a governabilidade por regras, na medida em que existe a expectativa social e o ordenamento pela política editorial do telejornal, ainda que ela seja substancialmente diferente dos telejornais comerciais, mas que determina a seleção dos vídeos que serão transmitidos pelo público e das matérias que serão exibidas. A precisão aparece em menor proporção como delimitador da participação do público, mas em que medida as enquetes sistemáticas (fala-povo) não poderiam ser consideradas uma estratégia de aproximação com o público mais que uma inserção de vozes e valores?

Quadro Outro Olhar: Intervenção Democrática?

Analisaremos nesta seção se as participações do público no quadro *Outro Olhar* consistem em incorporação de valores e interesses dos telespectadores e, ainda, se alteram ou subvertem de alguma forma as propriedades de racionalidade do telejornal. Tomamos como campo de observação os vídeos transmitidos no período de 31 de outubro a 30 de novembro de 2012. Neste período, foram exibidos oito vídeos dos telespectadores³².

O primeiro vídeo que analisamos foi exibido no dia 31 de outubro de 2012, dia do *Halloween* e do *Saci Pererê*, e foi deste último que o quadro *Outro Olhar* tratou. O vídeo é uma apresentação de teatros de sombra produzida pela *Companhia de Teatro Lumbra* e pelo *Clube da Sombra*. O vídeo possui apenas música e a apresentação de teatro, não existe uma única fala durante toda a exibição.



Teatro de sombras inspirado no livro de Monteiro Lobato, *O saci*.

Tal como nos demais telejornais, são empregados textos que alertam que se trata de vídeos enviados pelos telespectadores³³, deixando claro a origem não-profissional do vídeo. Durante todo o tempo da matéria, o nome do quadro, *Outro Olhar*, pode ser observado na parte superior esquerda do vídeo. Ou seja, a qualquer momento que o telespectador ligar o canal e assistir o telejornal vai ficar bem claro que aquele vídeo se trata de uma produção do público e não da emissora. Este recurso é usado em todos os vídeos do quadro.

³²Do total de oito vídeos analisados, descreveremos de maneira detalhada apenas quatro. Os outros possuem características semelhantes aos analisados aqui. Portanto, para não cair em repetição, não fazemos descrição detalhadas de todos eles, mas apontamos as características analisadas de cada um em quadro resumo.

³³Em alguns noticiários televisivos, o texto *gravação amadora* pode ser observado na tela durante a exibição de um vídeo enviado pelo telespectador.

Outro vídeo analisado foi exibido no dia 5 de novembro de 2012 e tem como tema um tipo de artesanato indígena da tribo *Kalapalo*, transmitido de geração a geração. Na apresentação da matéria, o jornalista deixa claro a relação do vídeo que será apresentado com o valor-notícia atualidade: “Hoje é o dia da cultura e o quadro *Outro Olhar* mostra um tipo de artesanato indígena”. Este vídeo tem cerca de um minuto e quinze segundos e não lembra a estrutura das reportagens de telejornalismo. Não estão presentes os elementos básicos da reportagem televisiva: cabeça, *offs*, passagens e sonoras³⁴. Além disso, a qualidade da imagem é mediana e todas as falas do vídeo estão em língua indígena, com legenda. Não existe, também, nenhum profissional do Repórter Brasil fazendo a intermediação entre o vídeo enviado pelo público e a audiência, ninguém narra ou explica as imagens. A produção é da *Associação Aulukuma do Alto Xingu* e do *Coletivo Kaiapalo de Cinema*.



Outro Olhar mostra o artesanato indígena da tribo *Kalapalo*.

O vídeo exibido no dia 14 de novembro de 2012 é sobre um projeto de São Francisco de Itabapoana que trabalha com alfabetização de jovens e adultos, o Programa Conviver. O material veiculado também possui clara relação com o valor-notícia atualidade. O repórter apresenta o quadro desta forma: “No dia Nacional da Alfabetização, o Repórter Brasil mostra uma experiência emocionante que atende jovens e adultos”. Além disso, o vídeo exibido possui quase todas características da reportagem televisiva: a figura do repórter que, embora não apareça (passagem), narra as imagens, apresenta os entrevistados e dá unidade a todos os elementos do vídeo. As

³⁴A *cabeça* no telejornalismo é o texto introdutório da matéria, geralmente constituído de uma frase afirmativa seguida por uma frase que explica o assunto. O *off* é um texto feito pelo repórter com base nas imagens oferecidas pela equipe de reportagem. A *passagem* é o momento que o repórter aparece na matéria, dando informações sobre o que está sendo veiculado. Geralmente a passagem tem a função de passar credibilidade, destacar informações ou entrevistados. As *sonoras* são as entrevistas gravadas que aparecem nas matérias e devem ter, geralmente, até 30 segundos. Fonte: <http://jornal.metodista.br/tele/manual/reportagem.htm>

aparições dos entrevistados são acompanhadas por legendas com nome e profissão. Recursos de música ambiente³⁵ também são utilizados, além de desenhos e ilustrações. A produção é de *Ferrous Resources do Brasil e Tutano Filmes*.



Vídeo sobre o Programa Conviver, que trabalha com a alfabetização de adultos.

No dia 23 de novembro de 2012 é exibido um vídeo sobre a história de uma família que buscou apoio em um grupo de apoio de pais de homossexuais. A direção é de Sérgio Massucati Júnior. No vídeo, também existem elementos que lembram a estrutura de uma reportagem de telejornalismo: o recurso do som ambiente, uma lógica de narrativa noticiosa e entrevistas. No entanto, a história é construída pela fala dos personagens do vídeo e não existe a figura do repórter que narra e dá sentido aos fatos.



Meu filho é gay, e daí? Exibição do dia 23 de novembro de 2012.

Além dos vídeos citados acima, analisamos outros quatro que foram transmitidos em novembro de 2012. Todas as análises levam em conta o tempo de duração, a linguagem e o formato do vídeo (para identificar se possuem propriedades da notícia televisiva), a presença de narrador-personagem (aquele que fala de si ou da sua realidade social) e a presença de justificativa pelo apresentador, ou seja, se os vídeos do

³⁵O *som ambiente* é composto por diversos sons compatíveis com o tema e cenas da reportagem e que ajudam na composição da reportagem. Fonte: <http://jornal.metodista.br/tele/manual/reportagem.htm>

quadro *Outro Olhar* estão inseridos naturalmente na programação ou se é preciso alguma razão (tal como valor-notícia) para tornar o vídeo noticiável. Os vídeos com formato de notícia televisiva possuem: um repórter que dá unidade e coesão aos fatos por meio de *offs*, entrevistas gravadas (sonoras) e som ambiente, que ajuda a construir a identidade do vídeo.

Quadro resumo com os principais aspectos dos vídeos analisados

Vídeo	Formato de notícia de TV?	Possui narrador-personagem?	Justificativa? ¹	Tempo de duração
<i>Saci Pererê</i> 31/10/2012	Não	Não se aplica	Sim	2''
<i>Deficientes</i> 01/11/2012	Sim	Não	Não	1''51'
<i>Tribo Kalapalo</i> 05/11/12	Não	Não	Sim	1''15'
<i>Jovens e drogas</i> 08/11/2012	Sim	Não	Não	2''
<i>Sagarana</i> 13/11/2012	Sim	Não	Não	1''44
<i>Alfabetização</i> 14/11/12	Sim	Não	Sim	2''20
<i>Dia do músico</i> 22/11/2012	Sim	Sim	Sim	3''
<i>Sou gay, e daí?</i> 23/11/2012	Sim	Não	Não	2''

¹Quando presentes, as justificativas foram: dia do Saci Pererê (31/10), dia da cultura (05/11), dia da alfabetização (14/11) e dia do músico (22/11).

Em apenas um dos oito vídeos exibidos no quadro *Outro Olhar* no período analisado existe o narrador-personagem, ou seja, aquele que conta a história sobre si mesmo ou sobre sua comunidade. Na matéria sobre o dia do músico, o narrador não aparece, mas revela sua afinidade com o tema retratado: “Nunca sabemos como será o mês seguinte. Se teremos shows, se teremos público, se o dinheiro vai alcançar para pagar as contas do mês”. Nos demais vídeos, é perceptível que o editor ou o responsável pelo vídeo não está inserido naquele contexto. Este distanciamento é típico das matérias jornalísticas, em que o repórter não deve estar envolvido com a história para passar a ideia de objetividade. Ora, se não são os personagens retratados que produzem o vídeo sob sua perspectiva, qual a diferença que se estabelece entre os vídeos mostrados no quadro *Outro Olhar* e as notícias de caráter regional que falam sobre pequenas

comunidades e se configuram como estratégia dos telejornais de aproximação com o público? Uma diferença é que a mediação da fala e dos pontos de vista do personagem não é feita pelo próprio telejornal, mas por um grupo de cinema ou comunicação ou, ainda, por um sujeito-produtor que entrevista os personagens para depois contextualizar e organizar as informações. A existência de *parceiros* do quadro Outro Olhar acentua as semelhanças destes vídeos com notícias de caráter regional. A Organização Não Governamental *VIVARIO* e algumas comunidades indígenas que foram ensinadas pelo programa a produzir vídeos de informação³⁶ são parceiros do quadro, utilizando o espaço para divulgação de suas produções. Entendemos que estes parceiros exercem função semelhante aos *parceiros* da Rede Globo³⁷. A presença de organizações parceiras no quadro Outro Olhar, ainda que a parceria não seja requisito explícito para participar do quadro, indicaria uma estratégia de regionalizar a programação, sem alterar as características da racionalidade social do telejornalismo e a estratégia da emissora, tal como ocorre na Globo.

Na intervenção democrática, os valores e interesses são inseridos no telejornalismo pelo usuário submetido à racionalidade social. A divulgação de textos e produtos audiovisuais na internet demonstra que o cidadão possui capacidade para produzir conhecimento e se tornar coautor da construção social da realidade. Mas então, por que quase todos os vídeos analisados do quadro Outro Olhar são mediados por terceiros? Uma resposta possível é que os vídeos produzidos sob o ponto de vista do espectador não possuem a linguagem própria do telejornalismo ou, ainda, qualidade técnica e por isto não são priorizados pela emissora. Embora o público que envia os vídeos não precisa se submeter a um curso de práticas de telejornalismo nem à supervisão de jornalistas da emissora durante a produção, certamente existe a seleção dos vídeos enviados de acordo com critérios noticiosos, ainda que não necessariamente pela semelhança à estrutura da reportagem telejornalística (como no vídeo do Saci Pererê), mas também por um valor notícia que justifique a presença daquele vídeo. Metade dos vídeos analisados possui um valor notícia de atualidade muito marcante

³⁶ Informação disponível em: <http://www.ebc.com.br/noticias/jornalismo-participativo/galeria/videos/2012/12/quadro-outro-olhar-completa-5-anos>

³⁷ Os *parceiros da Rede Globo* foram mencionados na seção *reflexibilidade*. Trata-se de cidadãos que são selecionados e treinados pela emissora para falar de suas comunidades sob a supervisão de profissionais do telejornal.

que, de certa forma, justifica a exibição daquele vídeo do telespectador³⁸. Mas para quem as justificas, se o objetivo do quadro Outro Olhar é tornar “o telespectador um ser ativo na construção do jornalismo público”³⁹? Desse modo, a transmissão de vídeos do público deveria ser uma justificativa em si mesma. A exibição em dias estratégicos sugere que o quadro Outro Olhar corresponde mais a uma estratégia de aproximação do público do que a inclusão de diferentes vozes. Portanto, podemos falar de um modo de interagir próprio, em que as regras do telejornal exercem papel fundamental na seleção dos vídeos.

Concluimos, portanto, que os vídeos exibidos no quadro Outro Olhar não representam uma intervenção democrática, na medida em que esta depende de uma inserção de valores e interesses pelo público e que escape de alguma forma à racionalidade do telejornal. Como falar em escape da racionalidade quando os vídeos exibidos possuem forte ligação com os critérios de noticiabilidade e com os formatos de reportagem? Embora seja alegado que o objetivo do quadro Outro Olhar é “mostrar ao país ângulos diferentes daquilo que geralmente não é considerado notícia pela grande parte dos meios de comunicação”, a emissora deixa claro que “uma equipe fará a análise e seleção do material recebido, que poderá ser utilizado, ou não, nos telejornais, conforme critérios jornalísticos da TV Brasil”.⁴⁰ Neste sentido, o quadro se insere na estratégia da emissora de promover identificação com o público, que deve obedecer a um modo próprio de interagir para poder aparecer no Repórter Brasil. Além disso, a maioria dos vídeos não trata da inserção de valores do cidadão individual, mas da mediação destes valores, um exemplo disso é que dos oito vídeos analisados, apenas três são produzidos por um particular, e não por uma organização. Dos três particulares, apenas um é, também, personagem.

Uma característica importante da intervenção democrática é que ela não desagrada obrigatoriamente os produtores da racionalidade social (no caso, a emissora), mas ela deve ser mais uma inserção genuína de valores do público, que uma estratégia

³⁸Dos oito vídeos exibidos do dia 31 de outubro ao dia 01 de novembro de 2012, quatro estão associados ao valor-notícia atualidade, pela comemoração dos dias da cultura, do músico, do Saci-Pererê e da alfabetização.

³⁹Descrição do quadro Outro Olhar no site da Empresa Brasileira de Comunicação (EBC). Disponível em: <http://www.ebc.com.br/noticias/colaborativo/2013/01/outro-olhar-e-o-espaco-de-jornalismo-colaborativo-na-tv-brasil>

⁴⁰Idem.

dos produtores do noticiário. Como já vimos em seções anteriores deste trabalho, a divisão entre participação subversiva e reativa (aquela que apenas reage à racionalidade social) é tênue. No entanto, observamos que as participações no quadro *Outro Olhar* ainda apresentam muitas características da racionalidade social do telejornalismo, caracterizando a participação reativa. É comum no telejornalismo, por exemplo, notícias que falem da realidade de jovens viciados em drogas, utilizando opinião de especialistas e depoimentos chocantes dos dependentes químicos. Mas quando estes jovens vão produzir estes vídeos, se retratando neste contexto? Talvez os dependentes químicos possam revelar aspectos perturbadores e não consigam estabelecer uma narrativa que termine a matéria com uma mensagem positiva, de que vai dar tudo certo (tal como ocorre nas matérias jornalísticas e, também, no vídeo do quadro *Outro Olhar* exibido no dia 08/11/12).⁴¹ A produção de informação pelos jovens viciados em drogas forneceria, portanto, um material com grande potencial democrático por se tratar da realidade pelo ponto de vista de quem vive e por poder romper com alguns paradigmas da notícia no telejornalismo⁴².

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A maior participação do público na produção de notícias tem sido constantemente associada ao debate de democratização dos meios da comunicação. Fala-se de uma nova maneira de fazer jornalismo que não pode mais ignorar as

⁴¹O vídeo exibido no quadro *Outro Olhar* no dia 08/11/2012 é sobre uma comunidade que atende jovens que possuem problemas com álcool e drogas e são tratados pela Comunidade de Atendimento Socioeducativo de Salvador. Um dos casos mencionados é um adolescente que não responde bem ao tratamento contra o vício das drogas e se suicida. No entanto, a matéria é encerrada com perspectivas de melhora, quando uma das coordenadoras da Comunidade anuncia: “este suicídio nos fez repensar nossa prática socioeducativa”.

⁴²A produção de material audiovisual não é tão fácil. Existem projetos que ensinam as comunidades a produzirem vídeos, como o *Vídeo nas Aldeias* e o próprio quadro *Outro Olhar*. Enquanto um mínimo de qualidade é necessário para exibição de vídeos na televisão, acreditamos que a alta qualidade da imagem e o acabamento apurado do vídeo não devam ser tidos como valores fundamentais. Como Machado et al. (1987) apontam, esta crença de que apenas os materiais com alto padrão técnico e que sejam produzidos por profissionais podem ter visibilidade na mídia dificulta o acesso direto das comunidades aos meios de comunicação, consistindo em obstáculo maior que a censura econômica.

demandas do público para participar ativamente na construção da realidade social. Este debate parte do pressuposto de que o domínio dos meios de comunicação tradicionais exercido por grandes corporações dificulta a existência de uma comunicação mais democrática. No caso do telejornalismo, estas empresas dominariam a maior fonte de referência e informação do público, produzindo representações e identidades sociais, promovendo o agendamento do debate público, dando visibilidade e invisibilidade a certos temas e grupos sociais de acordo com as regras da produção jornalística e com os interesses de proprietários e anunciantes. É neste cenário que a participação da sociedade na construção de realidade social pelo telejornalismo revelaria seu caráter democrático.

Buscamos mostrar neste trabalho que a participação do público no telejornalismo pode ser entendida como uma estratégia das emissoras, que incorporam cuidadosamente a interação com a audiência em sua programação, determinando quais participações possíveis, como e quando elas devem ocorrer. Desta maneira, os produtores do telejornalismo continuariam exercendo o controle do que é noticiável ou não, de acordo com suas regras racionais, mantendo a construção da realidade social típica do jornalismo tradicional. A diferença seria, então, a aparência democrática do telejornalismo, com uma suposta abertura ao público para a construção colaborativa de notícias. Procuramos analisar as propriedades do telejornalismo que engessam a maior participação do público, esgotam possibilidades de novas linguagens e padronizam as inserções no telejornalismo, provocando, por vezes, tensões entre os interesses do telespectador e os da emissora.

Como vimos, o telejornalismo público tende a copiar muitas das características dos noticiários televisivos comerciais e ainda não definiu um caráter próprio. Ao revelar as propriedades racionalizantes do telejornalismo, procuramos colaborar com o jornalismo público na busca por novos caminhos para estabelecer um espaço criativo com conteúdos culturais, informativos e que incentivem a cidadania. O objetivo é incentivar a promoção de um telejornalismo diferenciado, que promova o debate, a reflexão e contribua para um aumento da pluralidade de fontes e de interpretações do mundo. Embora sejam estes os objetivos do telejornal Repórter Brasil – mais especificamente, do quadro Outro Olhar – observamos que a exibição de vídeos com o ponto de vista do cidadão-espectador ainda é baixa. Seja pela seleção rigorosa do

telejornal ou por uma falta de oferta de vídeos pelo público, concluímos que o quadro Outro Olhar do Repórter Brasil ainda não conseguiu explorar ao máximo o seu potencial democrático.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

BECKER, Beatris; MATEUS, Lara. *O melhor telejornal do mundo: um exercício televisual*. In: VIZEU et al. (orgs). *60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica*. Florianópolis: Insular, 2010. p. 127-156.

BORELLI, S.H.S.; PRIOLLI, G. et al. A deusa ferida. Por que a rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência. São Paulo: Summus. 2000

BRAMBILLA, Ana M. A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source. Sessões do Imaginário, Porto Alegre - RS, n. 13, p. 87-94, 2005.

BUCCI, Eugênio. Brasil em tempo de TV. 3 ed. São Paulo: Boitempo, 2000.

COUTINHO, Iluska. Lógicas de uso do telejornal: o público como princípio e orientador e legitimador dos noticiários televisivos. ECO-PÓS. V. 11. 2008.

COUTINHO, Iluska; GARRIDO, Bárbara de Paiva. Telejornalismo e produção social do conhecimento: o diálogo com o público. Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0189-1.pdf>> Acesso em: 08/02/2013.

COUTINHO, Iluska; MEIRELLES, Allana. A edição do telejornalismo público – uma análise do Repórter Brasil. Trabalho apresentado no Seminário Internacional Análise de Telejornalismo: desafios teóricos- metodológicos, Salvador/BA, agosto de 2011. Disponível em: <http://analisedetelejornalismo.files.wordpress.com/2011/08/vieira_coutinho.pdf> Acesso em: 08/02/2013.

EURICO, Alfredo; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso. Telejornalismo: da audiência presumida aos co-produtores da notícia. Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3124-1.pdf>> Acesso em: 08/02/2013.

FECHINE, Yvana in FREIRE Fº, João. A TV em transição. Tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

FECHINE, Yvana. Performance dos apresentadores dos telejornais: a construção do *éthos*. Porto Alegre: Revista FAMECOS, agosto de 2008, nº 36.

FEENBERG, Andrew. *Critical Theory of Technology*. New York: Oxford Univ Press, 1991.

FEENBERG, Andrew. Rationalizing Play: A Critical Theory of Digital Gaming, with Sara M. Grimes (p.a.), *Information Society Journal*, vol. 25, no.2, March-April 2009, p. 105-118.

GUEDES, Nicoli. Jornalismo e Construção Social da Realidade: Uma reflexão sobre os desafios da produção jornalística contemporânea. Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1820-1.pdf>> Acesso em: 08/02/2013.

JORGE, Thaís Mendonça de. *Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas*. São Paulo: Contexto, 2008.

MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASAGÃO, Marcelo. *Rádios Livres: a reforma agrária no ar*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

MARQUES DE MELO, José. *A Opinião no Jornalismo Brasileiro*. Petrópolis: Editora Vozes, 1985 p.166, 1ª ed. 1985, 2ª. 1994.

MELLO SILVA, Edna de. “À Imagem e Semelhança do (Ir)real: Novas Visualidades no Telejornalismo”, trabalho apresentado no GP Telejornalismo do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, setembro de 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1565-1.pdf> Acesso em: 08/02/2013.

NETO, Antonio Fausto; SGORLA, Fabiane. *DESPEDINDO-SE DE FÁTIMA (do Jornal Nacional?)*: “...vamos ficar órfão (...) o JN fica sem sentido...”. Trabalho apresentado no XXI Encontro Anual da Compós, junho de 2012.

PEACE, Mark. *The Construction of Reality in Television News*. Disponível em: <<http://www.aber.ac.uk/media/Students/mbp9701.html>> Acesso em: 08/02/2013.

PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. *JORNALISMO E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: Perspectivas teóricas e metodológicas*

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. 2. ed. Porto Alegre: EdUPUCRS, 2001.

PORCELLO, Flávio AC. De Boni a Boninho: a mudança estética e conceitual da TV brasileira para atrair a nova classe média. Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-0450-1.pdf>> Acesso em: 08/02/2013.

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel . Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. *Contracampo* (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel . Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. *Contracampo* (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.

ROCHA, Heitor; SIQUEIRA, Fabiana; VIZEU, Alfredo. Telejornalismo e Comunicação Dialógica: A Possibilidade do Exercício da Cidadania em Grande Escala. Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-2192-1.pdf>> Acesso em: 08/02/2013.

ROCHA, Heitor; SIQUEIRA, Fabiana; VIZEU, Alfredo. Telejornalismo: da audiência presumida aos coprodutores da notícia. Trabalho apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, setembro de 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3124-1.pdf>> Acesso em: 08/02/2013.

Rossy, Elizena de Jesus Barbosa. Controle social e a narrativa moralizante do telejornalismo. 2011. 230 f. Tese (Doutorado em Comunicação)-Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

SAPERAS, Enric. Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas. Lisboa: Edições Asa, 2000.

VENANCIO, Rafael Duarte Oliveira. Jornalismo e Linha Editorial: Construção das notícias na imprensa partidária e comercial. Rio de Janeiro: Editora E-papers, 2009.

VIZEU et al. (orgs). *60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica*. Florianópolis: Insular, 2010.

VIZEU, Alfredo; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. O telejornalismo: o lugar de referência e a revolução das fontes. In: VIZEU, Alfredo et al. (orgs.). *60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica*. Florianópolis: Insular, 2010.

WOLF, Mauro. Teorias das comunicações de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2003.