



A Sociedade do Telejornalismo¹

Coordenação:

Prof. Dr. Flávio Antônio Camargo Porcello (UFRGS)²

Participantes:

Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior³, docente, Univ. Fed. de Pernambuco – UFPE

Aline Maria Grego Lins⁴, docente, Univ. Católica de Pernambuco – UNICAP

Yluska Coutinho⁵, docente, Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

RESUMO

Muito mais do que pautar assuntos entre as pessoas, as notícias dos telejornais têm influência determinante nos hábitos de consumo, nos comportamentos sociais, na linguagem e nas escolhas que os indivíduos farão em suas vidas. As narrativas que a TV adota, a linguagem verbal e não-verbal de suas mensagens, as cores, luzes, formas, sons e silêncios são alguns dos elementos que compõem o mosaico luminoso que brilha dia e noite nas telas de todos os tamanhos e modelos que estão ao alcance do olhar de milhões de telespectadores no mundo inteiro.

PALAVRAS-CHAVE

Telejornalismo; Identidade; Poder; Lugar de referência.

¹ Mesa apresentada no III Colóquio Multitemáticos em Comunicação - Multicom, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² **Flávio Antônio Camargo Porcello** é jornalista, mestre e doutor em Comunicação, professor nos cursos de graduação e pós-graduação da UFRGS.

³ **Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior** é jornalista, mestre e doutor em Comunicação, professor de telejornalismo e vice-coordenador do programa de pós-graduação em Comunicação da UFPE.

⁴ **Aline Maria Grego Lins** é jornalista, doutora em Comunicação e Semiótica, professora de telejornalismo na UNICAP.

⁵ **Iluska Coutinho** é jornalista, mestre e doutora em Comunicação, professora do Departamento de Jornalismo e Mestrado em Comunicação da UFJF.



PROPOSTA DA MESA

A mídia hoje é essencial para a vida em sociedade. Os telejornais cumprem uma função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade. Dessa forma contribuem para uma organização do mundo circundante. É o lugar em que os grandes temas nacionais e internacionais ganham visibilidade, convertendo o exercício de publicização dos fatos como a possibilidade prática da democracia. Todo esse processo se produz num campo complexo de construção, desconstrução, significação e ressignificação de sentidos.

O telejornal é hoje a grande praça pública do Brasil. Dando continuidade às pesquisas que estamos desenvolvendo há três anos, consideramos que a reflexão sobre o campo do telejornalismo como um lugar de construções simbólicas é de fundamental importância para a compreensão da produção, circulação e consumo de sentidos da sociedade. Consideramos ainda que a reflexão sobre o campo do telejornalismo – seus processos, métodos e estratégias – é de fundamental importância quanto à sua relevância, significado e eficácia para a compreensão da experiência nas sociedades democráticas. É dentro desse contexto que nos propomos a discutir o que denominamos A Sociedade do Telejornalismo.

Entendemos que é possível falar de telejornalismo como um lugar de referência. Diante do que a mídia denominou de ‘cultura do medo’, as cidades e a sociedade torna-se reféns de facções criminosas e a televisão funciona como uma espécie de lugar de referência para as pessoas buscarem informações para tentar entender o que acontece. O noticiário de TV funciona como laço social. Para Wolton, os laços primários que dizem respeito à família, à vizinhança, à solidariedade de classe, à pertinência religiosa tornam-se cada vez mais distantes, resultando numa fragilidade nas relações entre a massa e o indivíduo, entre a massa e as pessoas. É nessa ausência de um espaço sociocultural entre a experiência do indivíduo e o coletivo que se situa o interesse pela televisão. Ela funcionaria como um laço estruturante.

É o que de certa forma acontece no país nas transmissões de eventos como a Copa do Mundo ou as eleições. Milhões de brasileiros e brasileiras que acompanharam a cobertura pela televisão estabeleceram, de certa forma, uma relação de pertencimento a uma comunidade, a uma nação chamada Brasil. Eles sabiam que naquele instante, em outras cidades, e em outros estados, cidadãos que eles



provavelmente nunca encontrarão são brasileiros que nem ele. O telejornalismo funcionaria como um lugar de referência (VIZEU, 2006).

Mas, indiscutivelmente, há relação de Poder neste envolvimento. O Poder é exercido através da influência política da TV. A necessária isenção para a cobertura jornalística desaparece por completo dos noticiários e entrevistas, especialmente em períodos politicamente agudos, como o das eleições presidenciais. As emissoras escolhem um lado e um candidato e, cada uma a seu modo, fazem valer a influência do prestígio e da audiência para influir na decisão dos eleitores. A política, o jornalismo, e dentro deste, a Televisão em particular, parecem todos fazer parte de uma mesma unidade. A política se faz pela TV e a TV faz política, impondo suas afinidades e preferências (PORCELLO, 2006). O desafio aqui proposto será dimensionar essa influência, analisando as formas, cores, sons, palavras, gestos e interpretações, entre outros recursos de áudio e vídeo utilizados para transmissão de mensagens e conteúdos. A TV tem peculiaridades próprias mas com níveis discursivos diferenciados.

As cores, formas, palavras e sons que, através da TV, ajudam a compor e construir a cultura brasileira também são dispostas diante dos olhos de quem as vê de maneira subjetiva. E há ideosfera, nos níveis verbal e não-verbal, por trás do mosaico que brilha luminosamente nas telas da TV.

A relação entre mídia e Poder deve ser profundamente analisada pois o papel do jornalismo é exercer o espírito crítico e fiscalizar o Poder. A mídia brasileira e sua intrincada e nem sempre clara relação com o Poder constituem tema desafiador para a pesquisa em comunicação. Afinal, a concessão de serviços públicos de rádio e teledifusão não pode ser usada como moeda política.

Pelas características da TV aberta no Brasil e da distribuição de seu sinal, a maioria das emissoras poderia ser caracterizada como TV regional, uma vez que ainda que tendo sede em um município que costuma funcionar como cidade-pólo (econômico ou de serviços), sua área de abrangência compreende uma região sociocultural. A chamada regionalização da produção das emissoras de TV, com destaque para os telejornais locais, se configura como tendência a partir da década de 1980, quando também o modelo de redes se torna hegemônico. É, a partir dos contratos de afiliação, os chamados telejornais regionais se tornam realidade, quer por estratégia comercial, quer como espaço para afirmação política.

Além dos encontros entre emissora e população local, que ocorrem em edições de telejornais produzidos de acordo com o interesse público e a utilização de



critérios de noticiabilidade, há outras estratégias utilizadas para a constituição da relação de proximidade entre a TV e comunidade. É o caso das campanhas e apoios da emissora, especialmente a eventos de caráter esportivo, e que são sempre notícia nos telejornais locais, em um discurso auto-referencial que não é prerrogativa das afiliadas, mas recursos comumente usados mesmo pelas redes nacionais de TV (COUTINHO, 2003).

TÍTULOS E RESUMOS DOS PARTICIPANTES DA MESA (todas)

Resumo 1

Mídia e Poder: os dois lados de uma mesma moeda – A influência política da TV no Brasil

Flávio Antônio Camargo Porcello – docente, Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

A televisão dá prioridade ao componente visual, de maneira a causar fascinação ao público. Ela aumenta o peso da imagem em relação ao valor da palavra. E o telespectador decodifica, mais facilmente, os códigos visuais do que os verbais. Mas ela não é mera observadora dos fatos. Por trás de uma câmera está o olhar de um cinegrafista. A matéria jornalística é uma história contada pela ótica do repórter, com as imagens captadas pelo cinegrafista. Na edição, o jornalista faz escolhas, optando por uma e não por outra cena, por este e não por aquele trecho da resposta do entrevistado. TV é edição, é recorte, é fragmento. O desafio de quem trabalha nela é escolher certo, com responsabilidade, critério, ética, e, principalmente, honestidade. Existe imparcialidade jornalística? É claro que não. A ótica do jornalista, do cinegrafista, do fotógrafo, do diretor da empresa e dos interesses que ela representa, sempre estarão de algum lado.

Resumo 2

A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência

Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior – docente, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

João Carlos Correia – docente, Universidade da Beira Interior, Covilhã – Portugal



Os brasileiros acreditam mais na mídia do que no Governo. A informação, resultado de uma pesquisa da agência de notícias Reuters, da Rede Britânica BBC e dos Media Centre Poll da Globescan realizada em dez países mostra a centralidade e importância da televisão na sociedade brasileira. Dentro deste contexto, o campo do telejornalismo que ocupa um lugar de destaque como a principal fonte de informação para 56% dos entrevistados é a televisão. Ao conceito provisório do telejornalismo como um lugar de segurança nas sociedades complexas propomos o conceito de lugar de referência. A defesa de que os telejornais funcionam como uma espécie de lugar de segurança no mundo da vida, tendo por base que a televisão se constitui num lugar de familiaridade e tranquilidade no dia-a-dia acabou se mostrando insuficiente para dar conta da relevância dos noticiários como um lugar de mediação entre o mundo dos fatos, dos acontecimentos e a sociedade.

Resumo 3

Falibilismo: incertezas na construção do telejornalismo

Aline Maria Grego Lins – docente, Universidade Católica de Pernambuco – UNICAP

A possibilidade do erro presente num processo de semiose, o falibilismo, é condição inevitável para a oxigenação desse processo, mas, ao mesmo tempo, a capacidade para a autocorreção na semiose é a ‘maravilhosa propriedade autocorretiva da razão, que pertence a todas as ciências. O reconhecimento da falibilidade, sob a ótica de Peirce, não engessa uma mente, pelo contrário, ela promove (re)análises, comparações, idas e vindas capazes de redimir-se e construir um percurso em busca do signo ideal. O erro ou mesmo a dúvida não tem, assim, conotação negativa. Ao invés disso, eles tornam-se construtores de semioses, propulsores do pensamento. Esse saber é construído com momentos de avanços e recuos, quer em termos de pensamento, quer em termos de pesquisas (científicas ou artísticas); é um processo de maturação, em que idéias podem ser confirmadas, rechaçadas ou, apenas, redimensionadas.



Resumo 4

Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento

Iluska Coutinho – docente, Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Em 1969 entrava no ar o Jornal Nacional e com ele o modelo de transmissões de programas em rede e a perspectiva de ‘integração nacional’ via telinha, instaurando no campo das telecomunicações a ideologia de segurança nacional. O acesso à tecnologia de transmissão, inclusive, foi viabilizado com a utilização de orçamento público, opção dos militares para garantir a difusão do sinal de televisão e da ideologia de segurança nacional por todo o território brasileiro: “(...)a TV realizou o sonho de integração nacional, agindo como ‘ponta-de-lança’ na implantação de uma mentalidade modernizadora do Brasil” (GLEISER, 1983:19). A proposta do presente artigo é refletir sobre as possibilidades de veiculação e/ou construção de uma identidade de caráter regional em uma emissora de TV local, com destaque para seus telejornais.

REFERÊNCIAS

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo brasileiro: a estrutura narrativa das notícias em TV**. São Bernardo do Campo: Univ. Metodista de S.Paulo, 2003. (Tese de Doutorado)

GLEISER, Luiz. **Além da notícia: o Jornal Nacional e a televisão brasileira**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1983, 84 p. (Dissertação de Mestrado)

PORCELLO, Flávio; MOTA, Célia e VIZEU, Alfredo. **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis: Insular, 2006.

VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1996