



Identidade do país sob outro olhar televisivo: análise do telejornal Repórter Brasil¹

Juliana de Sousa Matos ²

Adriana Tigre Lacerda Nilo ³

Universidade Federal do Tocantins - UFT

Resumo

Este artigo tem por objetivo analisar os instrumentos que contribuem para a construção de vínculos entre a audiência e o Repórter Brasil, telejornal da TV Brasil, segundo os princípios do jornalismo público. A abordagem resulta da elaboração de uma pesquisa sobre a proposta deste noticiário de estabelecer uma nova relação com o público. O procedimento metodológico dedicou-se à observação de quadros, tanto os fixos quanto aqueles exibidos eventualmente, em que o telejornal reserva espaço à participação do telespectador. Verifica-se, no decorrer da análise, a experiência de mudança no papel desempenhado comumente por segmentos da audiência que, neste contexto, assume a postura de público-cidadão, participando na produção de parte da informação veiculada pelo telejornal.

Palavras-chave: telejornalismo; jornalismo público; vínculo social

O problema elaborado para esta pesquisa é entender os instrumentos utilizados pelo Repórter Brasil, telejornal da TV Brasil, para construir vínculos com a audiência do telejornal. A pesquisa focada nestes elementos contribuirá para a tentativa de compreender esse novo modelo de telejornalismo que busca na cumplicidade de interesses com o telespectador o objetivo de seu trabalho.

O Repórter Brasil (RB) produz um novo modelo de telejornalismo, que ainda não tem índices significativos de audiência, se comparado a outros telejornais nacionais, também veiculados em horário nobre, mas julga-se neste trabalho como objeto pertinente de estudo. Seria um telejornal de editorial público, que aposta em um novo formato para oferecer ao cidadão a chance de se reportar ao Brasil sob ângulos distintos

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda em Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins - UFT. E-mail: julianamatos@uft.edu.br

³ Orientadora do trabalho. Professora doutora do curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Tocantins - UFT. E-mail: adrianatfn@uft.edu.br



daqueles dos demais telejornais. O Repórter Brasil tem admitido trabalhar o chamado jornalismo público, cuja principal preocupação é a busca de questões de interesse coletivo, especialmente, ao telespectador-cidadão⁴. Para tanto, este trabalho se prontifica a trabalhar com o conceito de vínculo construído entre o telejornal e a audiência.

Redimensionando a TV Pública no Brasil

O modelo público de televisão no Brasil tem adquirido forma somente há pouco tempo com a implantação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), gestora da TV Brasil. A EBC surgiu após a fusão de patrimônio e equipes das antigas Radiobrás e TVE-RIO, através da MP 398/2007, posteriormente substituída pela lei 11.652/2008.

A TV Brasil é uma empresa pública de comunicação financiada pelo Estado, com administração vinculada a um Conselho Curador (EMPRESA BRASIL COMUNICAÇÃO, 2008). Este Conselho se encarrega de fiscalizar o cumprimento das diretrizes contidas na MP 398, assim como aprovar o planejamento que rege conteúdos e programação, a linha editorial jornalística e demais diretrizes culturais, artísticas, educativas e informativas. A composição do Conselho curador da empresa foi feita pelo governo. Contudo, o estatuto vigente prevê a realização de consulta pública para a futura composição “Há argumentos para que se classifique a TV Brasil como empresa estatal, mas tachá-la desta forma seria ceder ao pessimismo; imperfeita ou não, a experiência com a TV Brasil é o mais próximo de que já chegamos de ter uma TV pública em dimensões nacionais” (PAIVA; SANTOS, 2008, p. 13).

Discutiu-se muito sobre a implantação tardia de uma televisão pública no Brasil. Algumas das críticas formuladas fazem menção à vinculação da TV Brasil à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (ARAÚJO, 2008). Contudo, o que gera preocupação diz respeito ao cumprimento dos propósitos nos quais se baseia a fundação da EBC, o que pode ser comprometido diretamente pela referida vinculação da empresa ao governo. TVs públicas, como a BBC e a NHK⁵, conquistaram audiência satisfatória tanto em seus países, como no exterior, “porém entendem esse alcance como um processo lento, gradativo e que reflete a credibilidade que o veículo vai conquistando ao longo do tempo” (BARBEIRO, LIMA, 2002, p. 37).

⁴ Neste trabalho este conceito será utilizado em diversas ocasiões como o contraponto a telespectador-consumidor, que se utiliza das mídias comerciais para satisfazer.

⁵ Emissora pública japonesa. Outros nomes e seus respectivos países são: PBS (EUA), CBC (Canadá), TVZN (Nova Zelândia), ARD e ZDF (Alemanha).



A legislação prevê que a EBC, responsável pela TV Brasil, administre os seguintes princípios: acesso à informação baseada em pluralidade de fontes, programação educativa e cultural, oferta de mecanismos de promoção de debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional, atenção ao desenvolvimento crítico do cidadão, entre outros (PAIVA, SANTOS, 2008).

Caso confirmem-se os propósitos na atuação da emissora, a sociedade terá muito a ganhar, tendo em vista a oportunidade que surge com a cessão do espaço tão disputado e de rara viabilidade, devido a dificuldades de financiamento, como é o caso da televisão. A importância maior se refere à grande quantidade de lares que, em tese, poderão ter acesso ao que a Constituição exige e que, entretanto, as autoridades não zelam por acontecer: a complementaridade entre os sistemas público, privado e estatal.

Um ponto interessante a ser notado é relacionado a constatações contrárias ao que o governo alegou no processo de criação da EBC. A legislação brasileira possui brechas nas quais um grande prejuízo pode ser configurado para a sociedade, a exemplo das regras de manutenção financeira da TV Brasil, que podem aproximá-la mais de uma TV estatal e menos de uma TV pública. Na construção desse raciocínio, é importante observar os seguintes dados.

A Medida Provisória 398, que cria a EBC, prevê que os recursos para a manutenção da empresa venham de doações, publicidade institucional de entidades de direito privado e público, além de publicidade legal de órgãos do governo federais e recursos destinados ao financiamento de produções culturais. Em 2008, o orçamento previsto pelo governo para a EBC foi da ordem de 320 milhões de reais. É dedutível que inicialmente o orçamento inicial seja responsabilidade do governo, o problema reside no momento na ausência de planejamento para outras vias de financiamento que não o governo (PAIVA; SANTOS, 2008).

Do mesmo modo como a televisão comercial no Brasil, para alcançar todo o território brasileiro, a TV pública necessita de uma estrutura de retransmissão do sinal por emissoras afiliadas. A TV Brasil, portanto, passa por este processo de solidificação e assinatura de contratos com emissoras educativas dos quatro cantos do país. No que diz respeito à programação, a TV Brasil tem uma grade variada, servida de conteúdos informativos, educativos, culturais e científicos. Para tanto, a emissora diariamente transmite mais de 20 horas de conteúdos, alguns dos programas criados: ‘De lá pra cá’ (mostra fatos e personalidades da História no Brasil e no mundo), ‘3 a 1’ (promove debates em formato flexível com três jornalistas e um entrevistado ou o inverso), ‘Tal



como somos’ (programas e documentários sobre a diversidade cultural latino-americana), etc.

A TV Brasil permanece com alguns programas da antiga TVE Brasil, como: “Sem Censura”, “Conexão Roberto D’ávila”, “Turma do Pererê”, “Expedições”, etc. A emissora também transmite programas regionais, como “CataLendas”, da TV Cultura do Estado do Pará⁶. Dentre os programas telejornalísticos, podemos destacar o Repórter Brasil, noticiário nacional com duas edições diárias, objeto desta pesquisa, que trataremos adiante.

Telejornalismo e vínculo social

O anseio de estar informado fez o indivíduo procurar compreender o mundo a sua volta. Ao telejornal atribui-se ainda uma função pedagógica, em que prevalece a oferta de conhecimento revertido em interpretação crítica da realidade social (VIZEU, 2007). Assim, o conhecimento adquirido através do noticiário televisivo é considerado como o resultado de um processo complexo que se inicia com a apuração dos fatos e reverte-se em círculo vicioso até chegar à audiência. Desta forma, a produção de conhecimento dentro das rotinas jornalísticas nasceria do contexto da própria práxis da profissão.

Quanto a isso, é possível inferir a dependência dos telespectadores com o telejornal, devido ao conhecimento e interpretação do contexto social lhes chegar, em alguns casos, exclusivamente através deste meio. Porque “quanto menor for a experiência direta do espectador com o tema, maior será a influência dos meios de comunicação em sua interpretação do acontecimento, e vice-versa” (MARTINS, 2009, on line). É essa relação de dependência que incorpora ao trabalho do jornalista a interferência de aspectos subjetivos e proporciona a variabilidade na construção das notícias.

Wolton (2004) se baseia em estudos culturais anteriores à própria televisão para assumir o fato de a televisão permitir o estabelecimento do que ele chama de solidariedade social. “[...] a televisão é a única atividade compartilhada por todas as classes sociais e por todas as faixas etárias, estabelecendo, assim, um *laço* entre todos os meios” (WOLTON, 2004, p. 135, grifo do autor). A idéia é de que a sociedade, com o passar dos anos, fez com que as pessoas enfraquecessem vínculos, contatos produzidos pelas instituições presentes desde o início do processo de socialização do indivíduo.

⁶ Informações extraídas do site: www.tvbrasil.org.br/



Esse conceito de laço social, dentro da idéia da generalização dos públicos, pode ser interpretado, pela perspectiva da TV pública, da seguinte forma:

Uma informação de todos e para todos poderia ser o lema a adotar nas redações das estações públicas. A sua aplicabilidade acarreta irremediavelmente algumas exigências. Para ser seguido por públicos heterogêneos (sic), um programa informativo terá de apresentar conteúdos legíveis e compreensíveis por (quase) todos (LOPES, 1999, p. 88).

As experiências que antes eram fruto de relacionamentos, conversas com familiares e vizinhos desfazem-se e, paulatinamente, perdem lugar para as notícias produzidas, “a diferença é que não estamos mais tratando das conversas diárias, mas da produção, circulação e consumo da informação em sociedades complexas” (PEREIRA JÚNIOR, 2006, on line).

A partir disto, é possível compreender que a televisão tem a capacidade de unir indivíduos através do telejornalismo na construção de relações invisíveis, porém, permanentes na sociedade contemporânea. Justamente porque “[...] ser audiência modifica o *vínculo* fundamental entre os sujeitos sociais com seu ambiente e os acontecimentos e com as fontes clássicas de informação: instituições, autoridades, poderes estabelecidos” (GÓMEZ, 2002, p. 237, grifo do autor). Por isso, os telejornais atualmente servem como principal fonte de informação para a sociedade, contribuindo para a construção social da realidade de acordo ao âmbito de veiculação (local, regional ou nacional).

Dessa maneira, se a televisão ocupa lugar de relevância na sociedade contemporânea, se constituindo de acordo com Wolton (1996) em laço social feito à distância, o telejornalismo também seria portador dessa potencialidade, capaz de estimular as relações de projeção identitária em um grupo de telespectadores que, a despeito de suas diferenças geográficas, políticas, econômicas, culturais, entre outras, se reconhece como a nação narrada nos telejornais (COUTINHO, 2008, p. 13).

Conforme a idéia acima, percebe-se que os vínculos produzidos pelo telejornal podem proporcionar o reforço da coesão social dentro das sociedades modernas. Como afirmou Coutinho, o noticiário televisivo torna-se a peça principal capaz de trazer integração aos diferentes segmentos da sociedade, ligar os espaços sociais coletivos com a informação.

Surgem, portanto, novos vínculos em substituição aos laços enfraquecidos na sociedade contemporânea. As informações que o relacionamento interpessoal favorecia



através da troca em conversas, hoje, no telejornalismo, são “narradas por um rosto e/ou voz reconhecidos pelo telespectador, as estórias cotidianamente retratadas a cada edição dos telejornais ganham valor de verdade, de conhecimento válido” (COUTINHO, 2008, p. 14).

Assistir ao telejornal tornou-se um hábito coletivo que estabelece vínculos entre os telespectadores, de maneira que todos se sintam ligados simultaneamente à esfera de informações em que o telejornalismo faz parte. Outro aspecto ligado ao uso que as pessoas fazem das informações que os telejornais transmitem, recebe a contribuição de Pereira Júnior (2006, on line), que diz:

A televisão no cotidiano das pessoas representaria esse objeto transicional, uma espécie de referência, de estabilidade, diante da violência, da insegurança e da complexidade do cotidiano. Os telejornais funcionariam como uma janela para a realidade, mostrando que o mundo circundante existe, está lá e tudo não se transformou num caos, a vida segue a sua normalidade.

A relação do jornalista com a audiência, intermediada pelo noticiário de televisão, em algumas situações, fica limitada no dia-a-dia a suposições que, na prática, interferem na seleção, na construção e na composição da notícia. Por isso, um aspecto relevante a ser notado é a adoção da função didática no telejornalismo, como recurso de acessibilidade do telespectador às informações que o telejornal pauta. Em síntese, é a função didática responsável por tornar compreensível a notícia, por buscar certificar o entendimento do telespectador.

A preocupação didática do telejornalismo é ensinada desde os manuais de telejornalismo e desenvolvida pela prática dos editores, que compõem as notícias de maneira simples e pedagógica. Isso porque no telejornalismo, é preciso buscar a compreensão de toda a massa, não apenas de circuitos fechados de público que se contentam em interpretar termos técnicos. Editores e repórteres precisam entender que operando de maneira didática a notícia passa a oferecer mediação entre diferentes naturezas de conhecimento e o público, a chamada relação pedagógica (VILCHES apud PEREIRA JÚNIOR, 2006).

O telejornalismo transformou-se também em lugar de referência e segurança para a sociedade (PEREIRA JÚNIOR, 2006), pois, particularmente, se incumbiu de trazer familiaridade do telespectador com o mundo externo e, assim, proporcionar provisoriamente uma sensação de segurança.



Quanto à notícia produzida pelo jornalismo que segue os princípios do chamado Jornalismo Público⁷ (JP), esta deve agregar informações entrecruzadas. De maneira, que o jornalista atente para compor suas reportagens de modo que a informação que encabeça a pauta da reportagem a ser produzida traga complementaridade. Já que a prática do JP é comprometida com as causas da sociedade, com a cobertura dos assuntos que visam à proteção das crianças e adolescentes, o estímulo à participação comunitária, à conscientização sobre as questões do meio ambiente, do patrimônio histórico e cultural, etc. (BARBEIRO, LIMA, 2002).

Outra corrente que tem crescido é a do jornalismo participativo, que surgiu da preocupação em atender a demanda do telespectador na produção de pautas do telejornal. É uma nova tendência para o jornalismo que busca satisfazer o critério do interesse público em detrimento de interesses particulares e confere credibilidade à instituição jornalística no que diz respeito a atenção dada a questões menos previsíveis do telejornalismo convencional e, mais especificamente, do comercial. O telejornal Repórter Brasil é um exemplo de noticiário que agrega os valores acima mencionados: linha editorial pública e iniciativa para o jornalismo participativo, conforme veremos adiante.

Análise de edições do telejornal Repórter Brasil

A TV Brasil exibe o telejornal Repórter Brasil (RB) desde o dia três de dezembro de 2007, dia seguinte ao da inauguração da TV Brasil, como o primeiro produto da emissora. Surgiu para substituir os dois telejornais das antigas RadioBrás e TVE Rio, após a fusão de patrimônio e equipes das duas emissoras ainda em 2007⁸.

A apresentação do telejornal trouxe diferencial ao iniciar suas transmissões divididas entre as redações de Brasília e Rio de Janeiro simultaneamente. Atualmente, a transmissão é partilhada também entre São Paulo (ARAÚJO, 2008). Nas cidades mencionadas situam-se os escritórios, unidades de produção e radiodifusão da TV Brasil. Para Brasília foi transferida a sede da emissora. Nota-se que a edição matutina

⁷ As primeiras iniciativas de uma nova fórmula jornalística surgiram nos EUA ainda em 1990, intitulada *jornalismo cívico* (SILVA, 2002). Um gênero jornalístico, que não se desenvolve como cópia dos modelos norte-americanos, mas que tem demonstrado características singulares. O jornalismo público preocupa-se, essencialmente, em oferecer alternativas de qualidade e responsabilidade social para o cidadão. A idéia no qual o telejornalismo de emissoras públicas trabalha é a de que o receptor o busca como alternativa ao telejornalismo praticado pelas emissoras privadas, cujo carro-chefe é a notícia enquanto espetáculo.

⁸ São os telejornais, respectivamente: Repórter Nacional e Edição Nacional.



do telejornal não se enquadra no formato descrito acima, assim como tem duração menor que a edição noturna, que ocupa uma hora.

Percebe-se que o formato original da apresentação do RB dinamiza o noticiário quando comparado aos telejornais concorrentes. O RB afasta-se do modelo convencional de noticiário televisivo, no qual uma dupla de apresentadores apenas anuncia a “cabeça” das matérias.

Para a construção desta análise foram estudadas as edições noturnas do RB nos dias quatro, seis e oito de maio de 2009. Nos dias em questão puderam ser observados alguns dos quadros que compõem a estrutura do telejornal.

Um deles é o quadro “Repórter Brasil Explica”, que traz a definição e a contextualização de conceitos que, aparentemente, o cidadão sabe que existem, mas não domina sua utilização no cotidiano. O quadro é elaborado para que um conceito de pertinência, mencionado em uma reportagem e que pode vir a ser tratado novamente em reportagens de outras edições, passe a ser melhor entendido pelo telespectador.

Desta forma, o “RB Explica” define termos que os demais telejornais utilizam, mas que não o dimensionam para que o telespectador passe a compreendê-lo melhor, como “o que é uma CPI e qual sua competência em uma investigação?”. Os telejornais noticiam a formação das CPI’s no Congresso Federal, os relatórios elaborados e o andamento de suas investigações. Contudo, passam-se despercebidas funções e/ou restrições importantes do trabalho de uma CPI que o cidadão desconhece.

O telespectador-cidadão somente passa a ter familiaridade de conceitos como este, a partir do momento que o noticiário RB literalmente o explica. O quadro “RB Explica” é veiculado, geralmente, após matérias que tratem de um assunto que poderá ser recorrente em outras edições. Na edição do dia oito de maio, por exemplo, o quadro entrou no ar após uma nota coberta que trazia informações sobre a gripe H1N1 no mundo. Ao término da nota, a apresentadora Cristina de Lamônica⁹ menciona o fato de que muito tem se falado sobre vírus, bactérias e gripes, em seguida, ela questiona o telespectador sobre as diferenças entre vírus e bactérias, para, enfim, anunciar que o “RB Explica” se encarregará de esclarecer o assunto.

Nesta edição, o quadro utilizou um “vt arte” como recurso ilustrativo, para mostrar a estrutura de vírus e bactérias, explicar as diferenças entre eles, como acontece a proliferação de ambos no organismo humano e ainda as formas de transmissão, tipos

⁹ Apresentadora de Brasília – DF.



de doenças que causam e respectivos sintomas. Assim como, cuidados que auxiliam no tratamento das doenças.

Percebe-se que o quadro desempenha uma função didática do jornalismo, com a preocupação em mostrar, de forma acessível, as notícias, a fim de que o público entenda completamente a informação transmitida. O quadro se torna uma fonte enriquecimento do conhecimento, que Vizeu (2005) chama de competência enciclopédica¹⁰.

Outro recurso recorrente do RB são as entrevistas de estúdio, com o propósito de trazer desdobramentos de assuntos que o noticiário não dedicou o devido aprofundamento em matérias. Portanto, é rotina do telejornal recorrer à presença de um convidado que, na condição de especialista, procura esclarecer algum assunto que tenha sido abordado em uma reportagem do telejornal.

Independentemente das modalidades que um discurso possa assumir, a presença de um espaço para a contextualização num bloco informativo é importante a fim de minimizar a ambiguidade imposta pelas imagens ou mesmo pelos discursos que as suportam. Esta conciliação do jornalismo explicativo com o jornalismo noticioso pressupõe um ponto de equilíbrio entre o 'interesse público' e o 'interesse do público' (LOPES, 1999, p. 91-92).

As perguntas dirigidas ao especialista, e previamente gravadas nas ruas com cidadãos comuns, demonstram o entendimento do noticiário em sanar as dúvidas do público e não apenas dúvidas que o jornalista acredita que o telespectador possua. Isto se contrapõe a idéia de Vizeu (2005), de que os jornalistas constroem uma imagem intuitiva do público. O fato de o próprio público poder elaborar os questionamentos sobre um assunto configura o papel do RB como intermediador da presença do telespectador no debate com o entrevistado. Portanto, a entrevista e o quadro “RB Explica” tornam o telejornal mais pedagógico e demonstram ao telespectador a preocupação do RB em atender os anseios de sua audiência.

Logo, o RB valoriza a participação do público. Conforme pôde ser observado nas enquetes em formato de povo-fala, que contribuem para diagnosticar a opinião do público sobre algum assunto abordado a ser abordado pelo telejornal. Ainda que não haja liberdade para intervenção do telespectador no momento da transmissão, como ocorrem em programas informativos que usam a internet e o telefone para mensurar a opinião do público que o assiste, o povo-fala dá visibilidade a pessoas de diferentes

¹⁰ Vizeu (2005) define o termo como a capacidade de entender que, por exemplo, uma fila existe para que as pessoas esperem sua vez, seria um saber ilimitado de conhecimento, que varia em função da sociedade a que pertencemos.



partes do Brasil. As enquetes são apresentadas diariamente, logo após a chamada de blocos¹¹.

As perguntas são sucintas para facilitar a interpretação e obter rapidamente respostas. São exemplo de perguntas já apresentadas pelo RB: Qual a doença contagiosa que mais preocupa você? (08/maio/09), O que deve mudar no ensino médio? (04/maio/09). As perguntas são elaboradas conforme alguma matéria de interesse do cidadão tenha sido veiculada na edição. Por consequência, a enquete abre espaço para realizar uma sondagem da opinião da população sobre alguma questão de pertinência.

Na edição do dia seis de maio, a pergunta foi: “quais os cuidados que você toma ao dar refrigerante para o seu filho?”. O povo-fala trouxe o desdobramento do tema abordado em uma reportagem que divulgava uma pesquisa que encontrou uma substância cancerígena em refrigerantes.

Percebe-se que a referida reportagem tem o intuito de divulgar informações de interesse público, que provoquem no telespectador a surpresa de saber algo, que interfere em seu cotidiano e que desconhecia até aquele momento. Através do RB, o telespectador, que tem o hábito de consumir a bebida, identifica-se com o cenário traçado. A reflexão sobre um hábito de consumo pode ser reiterada quando o povo-fala traz respostas, propositadamente selecionadas, de pessoas que se atentam para os cuidados de oferecer uma bebida industrializada para seu filho, como respostas de pessoas que não se atentam para o assunto: “Não... eu não tenho esse hábito de dar refrigerante a eles não/” ou “Vejo quando se tá na validade/ vejo se não tá estragado//”.

Outro quadro que constitui o perfil participativo do RB chama-se “Outro Olhar”, cujo diferencial é ser produzido por pessoas comuns que integram a própria audiência do telejornal. A produção voluntária dos telespectadores integra o noticiário veiculado pela emissora.

No “Outro Olhar” ocorre, momentaneamente, uma inversão de papéis entre quem assiste e quem é assistido. Para o telejornal, a experiência dá a oportunidade de veicular outros pontos de vista, outros ângulos da vida social. Percebe-se a intenção de privilegiar o olhar de quem vive diferentes realidades, para que cenários destoantes possam se expressar. Deste modo, abre-se espaço para honrar a pluralidade salvaguardada pela legislação do sistema de radiodifusão brasileiro, mas que nem todos, entre os veículos que usufruem da concessão de direito público, fazem valer.

¹¹ Como o RB (edição noturna) tem uma hora de duração, o telejornal é apresentado em quatro blocos. Portanto, as enquetes aparecem em três ocasiões, após cada chamada de bloco.



Na edição do dia quatro de maio, foi divulgada uma matéria que retrata a visibilidade do quadro. A matéria mostra que o vídeo produzido por uma comunidade do Rio de Janeiro trouxe resultados: as condições sanitárias impróprias denunciadas no quadro pela comunidade foram vista pelas autoridades locais.

O *off* da repórter diz: “OS MORADORES PODIAM TER FEITO UM PROTESTO/ UMA MANIFESTAÇÃO PARA CHAMAR A ATENÇÃO PARA OS PROBLEMAS DO BAIRRO// MAS DECIDIRAM USAR UMA RECEITA DIFERENTE...”. A reportagem tem o intuito de creditar ao quadro a capacidade deste em produzir meios para a solução de casos, que não obteriam espaço em outro veículo. Percebe-se que a reportagem buscou servir de exemplo para que líderes de bairro, presidentes de associação, cidadãos comuns possam levar ao RB problemas distantes da redação de um telejornal de nível nacional.

Na edição do dia oito de maio, a apresentadora Luciana Barreto¹² apresenta a retransmissão do quadro dizendo “Mães e filhos especiais”. O vídeo mostrado, em seguida, foi produzido por alunos da OnG “O som das comunidades”, da periferia do Rio de Janeiro. Nesta edição, conforme a apresentadora anuncia, são apresentados exemplos de mães que revelam a alegria que sentem em viver a maternidade.

No vídeo percebe-se o corte da voz da “repórter” que instiga a fala das mães no trecho: “eu faço tudo que eu posso fazer por esse aqui, minha filha...”. Enquanto as mães falam, o responsável pela gravação se posiciona de maneira que as mães contam sua história mais à vontade, sem sentirem-se intimidadas pela câmera. A fala mais pertinente é a da segunda mãe, em cujo depoimento percebe-se a sua dificuldade em lidar com a maternidade quando a família dispõe de poucos recursos. Entretanto, ela é veemente ao dizer: “eu não me arrependo de ser mãe e se pudesse, se tivesse condições, ainda seria mais mãe ainda”. O depoimento dessas mulheres ajuda na reflexão às condições desfavoráveis na criação de um filho deficiente, mas que ainda, sim, geram o sentimento indissociável da maternidade.

O formato do quadro permite à audiência, de modo geral, se interessar pelo espaço colaborativo, por meio do qual o público pode se ver no telejornal de um modo diferente daquele pelo qual é retratado pelos moldes convencionais das rotinas da redação. Percebe-se, também, que o RB produz esses laços de informação entre comunidades locais e grandes centros. Ele encaixa-se, perfeitamente, nesse contexto, pois constrói critérios de noticiabilidade por meio de aspectos locais, nacionais e

¹² Apresentadora do Rio de Janeiro.



internacionais. Oferece ao telespectador a identificação coletiva que Wolton atribui à televisão.

A diferença principal está na mudança de paradigma, em que um novo formato é dado para um gênero informativo dentro da programação televisiva, quando a produção de conteúdo é, em parte, dependente da oferta da sua audiência. Parte do conteúdo é gerado do público para o próprio público. Esta possibilidade de troca de origem da informação oferece um perfil de audiência distinto de qualquer outro noticiário.

Com o quadro “Outro Olhar”, do RB, surge a chance de ver retratada a realidade de inúmeros grupos que formam a sociedade, mesmo porque “num canal público de televisão, pago por todos os cidadãos¹³, a discriminação de alguns, mesmo que estejam em minoria, é inaceitável” (LOPES, 1999, p. 86).

Para quem envia um vídeo, o quadro traz outro olhar à composição do telejornal. A audiência passa a identificar-se com o cenário que se transforma em referência para o público. A idéia de produções locais chegarem ao espectro nacional possibilita a aproximação da instituição telejornal, conforme já foi mencionado anteriormente, com sua audiência.

Pereira Júnior (2006) diz que os telejornais tornam-se lugar de referência, na vida social, quando estruturam as suas edições com informações de editorias locais, regionais, nacionais e internacionais, com base nas quais os telespectadores têm noção do que se passa no mundo. Desta maneira, depreende-se que o RB contribui com a tentativa de construir um espaço no qual o público possa encontrar as referências para o mundo a sua volta. De modo que as notícias que dão conta da representação do mundo a nossa volta permitem a visualização de um “presente social, um tempo difuso, mediado entre o passado e o futuro, convertendo todos os tempos no presente em que o telejornal convida a audiência a atuar” (VIZEU, 2005, p. 121, grifo do autor).

Considerações Finais

É visível que o Repórter Brasil não se assemelha aos demais telejornais do país, não apenas pela apresentação, mas pela expectativa, que talvez parta da própria redação

¹³ Ainda que no Brasil não seja regulamentado o pagamento de taxas de manutenção dos veículos públicos de televisão, como acontece na Grã-Bretanha com a BBC, entende-se que as dotações orçamentárias aprovadas anualmente para o suprimento financeiro das emissoras públicas brasileiras (independentemente da esfera federal, estadual ou municipal a que pertençam) vêm dos cofres públicos, dos impostos pagos pelos cidadãos brasileiros diariamente.



do RB, em intuir, do público, o interesse em participar da produção de informação, mesmo que apenas em quadros de veiculação esporádica no telejornal.

Foi possível constatar, a partir deste trabalho, que a audiência do RB pode ver a oportunidade de pautar o jornalismo público, como uma chance que o telespectador precisa ter para mostrar em que consiste parte do interesse do público.

Constatou-se que o RB contribui à existência de um relacionamento comum entre telespectador e noticiário, ou seja, estrutura vínculos que enlaçam a audiência ao telejornal. Um vínculo que abraça o público que assiste o noticiário, um público que também pode se reportar ao Brasil, como um repórter do telejornal. A audiência assiste ao RB pela referência que este consegue agregar à imagem de telejornalismo envolvido com os assuntos que preocupam o cidadão e o contextualiza geograficamente a sociedade a que pertence.

Verificou-se, assim, que o “Outro Olhar” contribui para a produção de um jornalismo público de proximidade com o cidadão. Desta forma, os telespectadores possam ter acesso a informações em ambos os sentidos: em nível macro, quando tomam conhecimento do que acontece no Brasil e no mundo, e em nível micro, quando existe um espaço aberto para retratar problemas comunitários. Corroborando o que diz Wolton (2004, p. 148): “[a TV torna-se] uma janela aberta contra a exclusão. [...] Ela contribui para manter juntos meios sociais ou culturais em via de fragilização social e cultural. É aí que a extensão dos programas é essencial: certos meios estabelecerão um laço pela informação [...]”, a exemplo do telejornalismo que, conforme exposto, contribui para a construção de vínculos através da divulgação de informações úteis para a sociedade.

Portanto, verificou-se que o RB encaixa-se dentro do espaço de referência, construído pelos *media*, que permite ao telespectador reforçar os mencionados laços de identificação. Em outras palavras, reforçar vínculos com o conhecimento aprofundado da sociedade em forma de notícia. O RB oferece a bagagem de informações necessárias para estruturar a vida do cidadão-telespectador, assim como oferece a chance de o cidadão situar-se em contextos tanto locais, através do quadro “Outro Olhar”, assim como nacionais e internacionais, graças à sua abrangência nacional.



Referências Bibliográficas

BARBEIRO, H.; LIMA, P. R. **Manual de Telejornalismo**: os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

GÓMEZ, G. O. Audiências: mediações e televisão pública. In: RINCÓM, O. (org.). **Televisão Pública**: do consumidor ao cidadão. Tradução MONTERO, D.; CARBAJAL, M. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung. 2002, p. 234-266.

LOPES, F. **O telejornal e o serviço público**. Coimbra: Minerva, 1999.

VIZEU, A. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.

WOLTON, D. **Pensar a Comunicação**. Tradução ADGHIRNI, Zélia Leal. Brasília: Editora UNB, 2004.

_____. **Elogio do Grande Público**. Uma Teoria Crítica da TV. São Paulo: Ática, 1996.

Documentos de eventos

ARAÚJO, V. M. V. B. **Tv Pública no Brasil**: história, regulamentação e a criação da TV Brasil. In: Colóquio Internacional Televisão e Realidade, 2008, p. 1-19. **Artigo**. Disponível em: <<http://www.tvrealidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Valeria%20Vilas%20Boas.pdf>>. Acesso em: 27/04/2009.

COUTINHO, I. **Lógicas de uso do telejornal**: o público como princípio e orientador e legitimador dos noticiários televisivos. ECO-PÓS. V. 11. 2008. p. 66-79. **Anais**. Disponível em: <<http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/article/viewArticle/124>> Acesso em: 06/04/2009.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. In: Painel TELEBRASIL, Costa do Sauípe, 2008. **Slides**. Disponível em: <www.telebrasil.org.br/painel/52/palestras/6/Tereza-Cruvinel.pdf> Acesso: 22/05/2009.

MARTINS, S. T. **A Construção da Notícia**: sobre a influência da TV – e do telejornalismo – no Brasil. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, XIV, Rio de Janeiro, RJ. **Artigo**. Rio de Janeiro: INTERCOM, 2009, p. 1-14. Disponível em: <<http://200.136.53.130:13580/cdrom/2009/intercom/sudeste/cd/resumos/R14-0528-1.pdf>>. Acesso em: 08/04/2009.

PAIVA, T. S. B. de; SANTOS, S.. **TV Brasil**: análise de uma TV em crise de identidade. In: Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XIII. 2003, **Artigo**. XIII: INTERCOM, 2008, p. 1-14. Disponível em



<<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2008/resumos/R9-0380-1.pdf>> Acesso em: 03/06/2009.

PEREIRA JÚNIOR, A. V. **Telejornalismo**: cotidiano e lugar de segurança. Estudos em Jornalismo e Mídia Vol. III Nº. 1. **Artigo**. 1º semestre de 2006. Disponível em: <<http://posjor.ufsc.br/public/docs/76.pdf>> Acesso: 27/04/2009.

SILVA, L. M. da, et al. **Jornalismo Público**: o social como valor-notícia. Rio de Janeiro. In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação Rio de Janeiro: Rio de Janeiro, RJ. **Artigo**. Rio de Janeiro: COMPÓS, 2002, p. 1-19. Disponível em: <www.ucb.br/comsocial/mba/jornalismo_publico_o_social_como_valor-noticia.pdf> Acesso em: 17/10/08.

VIZEU, A. **O Telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica**. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 5º. Sergipe, Universidade Federal de Sergipe. **Artigo**. p. 1-15. 2007. Disponível em: <http://www.unifra.br/professores/viviane/telejornalismo_referencia_Sbpjor.pdf> Acesso: 23/04/2009.