



## **Telejornalismo e produção social do conhecimento: o diálogo com o público<sup>1</sup>**

Iluska Coutinho e Bárbara Garrido de Paiva Schlaucher, U. Federal de Juiz de Fora

### **Resumo**

A proposta é refletir sobre a existência de uma epistemologia do telejornalismo brasileiro, ou seja, acerca do conjunto de regras, rotinas e procedimentos institucionalizados que estruturam o conhecimento da realidade via tela de televisão. A intenção é abordar especialmente os recursos e estratégias que legitimam esse conhecimento, (tele)jornalisticamente produzido, a partir do contato e da inserção do público. O processo de aceitação e reconhecimento dos telespectadores constitui o aspecto central do artigo. Também são apresentadas as principais tendências observadas nas investigações sobre telejornalismo no Brasil, a partir dos trabalhos apresentadas nos últimos dez anos nos congressos da Intercom

### **Palavras-chave**

Telejornalismo; Conhecimento; Público; Identidade; Imaginário.

A TV é um importante ator social, já que se apresenta, no Brasil, como um meio prioritário para o alcance cotidiano à informação, principalmente em uma cultura marcada pela oralidade, em que a escrita ainda constitui uma forma de exclusão social. Além disso, é em torno dela que se organizam também, os espaços de lazer, de troca, e mesmo de discussão e debate no país. A televisão brasileira ocupa o espaço de uma “esfera midiaticizada”, tal como formulou Dominique Wolton. É nesse cenário midiático que os noticiários de televisão cumprem uma função pública fundamental no que diz respeito ao direito à informação, e mesmo processo de (auto)reconhecimento de seus telespectadores como brasileiros. Para garantir essa centralidade como ator social, os telejornais buscam nos cidadãos que representam a cada edição, nas imagens que os jornalistas constroem do público, princípios legitimadores para o conhecimento socialmente produzido e veiculado via telejornalismo.

Bucci destaca a importância da informação na televisão recuperando um conceito de Habermas, o de espaço público, esfera das trocas, discursivas sobretudo, do debate de idéias e da argumentação. Ao eleger a televisão como um dos objetos de destaque na crítica da cultura, Eugênio Bucci relaciona o espaço público no Brasil com os limites definidos pela TV: “Ele se estende de trás para diante: começa lá onde chegam a luz dos holofotes e as objetivas das câmeras; (...) o que é invisível para as objetivas de TV não faz parte do espaço público brasileiro” (BUCCI, 1997, p.11).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.



Assim como Hamburger (1988), Bucci defende a televisão, mais que um veículo, atuaria como um ambiente, uma ideologia capaz de integrar diferentes expectativas, desejos, e ainda aliviar tensões em um imaginário nacionalmente construído. A importância da TV se tornaria ainda maior no Brasil em função dos altos índices de analfabetismo e subdesenvolvimento, sendo sua influência maior em situações de pobreza, econômica e cultural.

Nesse caso os limites, bidimensionais, da tela de televisão, constituiriam o espaço onde o país se informa e se localiza no mundo. Entendida como assembléia permanente da nação, a televisão definiria inclusive um modo, real, de observar o mundo, dando legitimidade ao que exhibe em sua tela. Arbex Júnior, na tentativa de conceituar *Showrnlismo*, avalia a influência e a importância da televisão no Brasil como fonte de conhecimento:

(...) a televisão, com o seu aparato tecnológico cada vez mais aperfeiçoado, reivindica para si a capacidade de substituir com vantagem o olhar do observador individual. Diversas câmaras postadas em lugares distintos podem captar um número maior de imagens – ou a mesma imagem segundo vários ângulos -, com muito mais detalhes e maior precisão do que é facultado ao observador individual. (ARBEX JÚNIOR, 2001, p.34).

É nessa perspectiva que ganha relevo a proposta de investigação de uma epistemologia do telejornalismo (Ekstron, 2002), ou seja, do conjunto de regras, rotinas e procedimentos institucionalizados que estruturam uma forma particular de produção de conhecimento. Em nosso caso trata-se de compreender a natureza do conhecimento social da realidade que é multiplicado via tela de televisão. Também é importante abordar os recursos e estratégias utilizados por jornalistas, e mesmo pelo público que os telejornais ajudam a construir, para legitimar esse conhecimento, (tele)jornalisticamente produzido.

A partir do roteiro de estudos estabelecido por Mats Ekstron (2002) propõe-se uma reflexão sobre quais seriam as bases que estruturariam a epistemologia do telejornalismo brasileiro, cuja centralidade no processo de produção de (re)conhecimento social não encontraria paralelo com as experiências que deram suporte empírico a abordagens teóricas americanas e/ou européias. De acordo com o autor uma epistemologia do telejornalismo incorporaria três aspectos distintos: 1) a caracterização do tipo de conhecimento produzido, oferecido via telejornais; 2) o desvendamento das noções ou estratégias que fundamentam essas práticas de produção



de conhecimento, telejornalístico e 3) o processo de aceitação e reconhecimento do público.

Nos limites desse artigo propõe-se inicialmente caracterizar o conhecimento ofertado via edições dos telejornais a partir de uma revisão bibliográfica e do levantamento da produção científica relacionada ao jornalismo em televisão. Para tanto recorreu-se ao levantamento dos trabalhos apresentados nos últimos dez anos nos congressos da Intercom sobre telejornalismo e outros gêneros de informação em TV.

Em um segundo momento é analisada a tentativa de incorporação, discursiva do público, como uma estratégia de legitimação dos telejornais. Por meio da inserção de narrativas e depoimentos de populares, os (tele)jornalistas investiriam na aceitação do produto ofertado à audiência, e no reconhecimento de seu trabalho. Para isso observou-se como ocorre a inserção de vozes do público médico, do cidadão comum cinco edições do Jornal Nacional, que constituíram o recorte empírico deste trabalho.

#### Informação em cena: em busca de uma caracterização do conhecimento nos telejornais

Ao tratar de forma mais específica do telejornalismo, ou telenoticiário, para garantir a precisão da terminologia empregada pelo autor, José Arbex se refere a relações que ganham complexidade com a criação dos conglomerados de comunicação, em finais da década de 80. Dessa forma, a lógica do jornalismo em televisão seria determinada pelo relacionamento de cada emissora com o sistema político, econômico e financeiro em que se insere, convertendo o telejornalismo em peça política.

No caso brasileiro, ressalta o autor, sua importância no jogo político seria ainda maior na medida em que “A fonte principal de informação, no Brasil, é a televisão. Se isso é assim em todo o mundo, aqui a disparidade atinge níveis excepcionais. De fato, o Brasil situa-se na 102ª posição com relação a número de exemplares de jornal por habitante, 1/23, enquanto na Grã-Bretanha, por exemplo, esse índice é de ¼”. (ARBEX JÚNIOR, 2001, p.264).

Rezende radicaliza o papel da TV no processo de informação da sociedade brasileira: “Ela desfruta de um prestígio tão considerável que assume a condição de única via de acesso às notícias e ao entretenimento de grande parcela da população.” (REZENDE, 2000, p.23). A função social do telejornalismo, no caso do Brasil, ganharia maior relevância pelo fato de atingir um público semi-alfabetizado e que tem acesso às notícias quase como um rito de passagem televisivo, senha ou passaporte para



o consumo das telenovelas. Para Rezende, é exatamente a existência desse “telespectador passivo” que amplia a importância do jornalismo de televisão, forma de democratizar as informações em uma cultura em que a oralidade mantém seu predomínio sobre a escrita.

Ainda que não disponha dos instrumentos de acesso ao jornal impresso, o telespectador entra em contato, por meio dos telejornais, com os fatos mais importantes, segundo os critérios de avaliação jornalísticos. É fundamentalmente ao assistir aos noticiários televisivos que significativa parcela da população entra em contato com o mundo e “abastece” seu repertório com informações e notícias capazes de possibilitar sua inserção nas conversas cotidianas e mesmo sua orientação no tempo “presente”.

Umberto Eco ressalta outra função ou uso das informações disponíveis nos telejornais. O que ele define como informação do presente ofereceria ao telespectador uma espécie de garantia de liberdade: “saber o que está acontecendo faz-me sentir co-responsável pelo acontecimento” (ECO, 1979, p.355). Para o autor, a comunicação jornalística na TV baseia-se na novidade, razão pela qual seriam as transmissões ao vivo que, para Eco, estabeleceriam o diferencial do telejornalismo.

Características de cada mídia à parte, o fato é que o gênero telejornalismo ganha destaque não apenas em sociedades em que significativa parcela da população não tem acesso à educação formal, registrando altos índices de analfabetismo, absoluto ou funcional, como no Brasil. Afinal, como afirma Rui Cádima, a informação televisiva “(...) é ainda, na maior parte das vezes, a principal ou a única fonte de informação sobre a realidade do mundo contemporâneo para o “grande público”. (...) seu discurso se apresenta, inclusivamente, como legitimador de uma nova ordem do mundo através da televisão.” (CÁDIMA, 1995, p.130).

No jornalismo de televisão os códigos de imagens, texto e sons não se somariam, mas constituiriam uma espécie de “amálgama” que teria como diferença em relação ao cinema, meio do qual para muitos a TV seria tributária, o fato de se constituir em uma narrativa do cotidiano, com uma imagem do presente. Além disso, o jornalismo de televisão ofereceria como uma espécie de vantagem competitiva, em relação aos outros veículos, o chamado “efeito de presença”.

Vizeu e Correia (2008) reafirmam a necessidade de refletir sobre o conhecimento do (tele)jornalismo, e sua natureza, ao pensar a construção de uma epistemologia do telejornalismo. Para eles o jornalismo, como forma de conhecimento, teria quatro funções: exotérica, pedagógica, de familiarização e de segurança. A



primeira função estaria relacionada a um compromisso com o público, o de tornar compreensíveis discursos antes restritos ao saber especializado, enquanto a função pedagógica estaria relacionada ao ordenamento do discurso (e do mundo, seria possível completar) de forma a orientar e responder ao telespectador. As duas últimas funções elencadas estariam reunidas no conceito de lugar de referência: “(...) conceito que entendemos dar uma dimensão mais ampla ao jornalismo como uma espécie de lugar de orientação nas sociedades complexas a que homens e mulheres recorrem para o bem e para o mal” (Vizeu e Correia, 2008, p.19).

Se a informação tradicional era de ordem histórica, o homem da era “visual” em contato com as notícias televisivas passa a ter contato com uma grande massa de informações, fragmentadas, sobre os fatos do presente, que o induzem a uma compreensão, apenas, intuitiva da realidade, e reduzindo sua vigilância, ou melhor repassando esse papel ao telejornal, que teria de acordo com Vizeu uma “função de segurança”, e referência na cotidianidade. Em outras palavras, ordenadas seguindo o ritmo e a narrativa televisual, as notícias nos telejornais atuariam como sistemas peritos tal como descrito por Giddens.

Mas em termos mais concretos, qual seria a característica desse conhecimento, acerca do mundo<sup>2</sup>, que é (re)produzido no âmbito dos telejornais? Qual a sua estrutura narrativa, sua forma de “diálogo”<sup>3</sup> com seus interlocutores?

Quer seja como simulação ou ainda diante da impossibilidade absoluta de adesão ao modelo do jornalismo como construção objetiva da realidade, o conhecimento nos telejornais é produzido e difundido por sujeitos, que têm ou buscam construir laços de empatia, e afinidade, com o telespectador. Ao invés da narrativa impessoal do jornalismo impresso, por exemplo, na televisão a informação é difundida também com marcas de expressão facial e/ou tonais. Em outras palavras o conhecimento telejornalístico tem sons (re)conhecidos por aqueles que à ele se expõem, tem rosto(s), o(s) do(s) repórter(es).

---

<sup>2</sup> Em um trabalho que é considerado referência para a constituição do campo teórico do Jornalismo, Robert Park estabelece distinções entre o conhecimento de um assunto, com um caráter mais teórico, aprofundado, e o conhecimento acerca de, mais próximo da percepção imediata, do âmbito da experiência, com forte marcação temporal.

<sup>3</sup> As aspas se justificam na medida em que, como programas veiculados em uma mídia de massa, os telejornais seriam caracterizados pela emissão de uma mensagem unidirecional. Contudo, quer como estratégia discursiva, ou ainda pela necessidade de alterações de seus formatos a partir da inserção na sociedade também de mídias de demanda, como a web, os noticiários de televisão vêm incorporando o público na sua narrativa. O telespectador surge ora como ator das histórias narradas a cada edição, ora como propositor das temáticas a serem convertidas em notícias.



A existência de uma dramaturgia do telejornalismo, uma estrutura narrativa característica do drama nas notícias televisivas, seria favorecida por uma tendência intrínseca ao veículo, à sua forma de ordenamento das informações: a serialidade. Para Cádima “(...)uma aproximação analítica, histórico-cultural, da informação televisiva levar-nos-á a considerá-la essencialmente na sua dimensão predominante, (...) na retórica política, hierarquizada e serial que daí emerge.” (CÁDIMA, 1995, 131). Segundo o autor o efeito de série contagiou de fato a TV; assim, organizado segundo essa lógica, o telejornalismo tenderia a serialidade, estruturalmente.

Mais que notícias e relatos do mundo, a televisão comunicaria aos telespectadores, continuamente, a sua presença, pela simulação do contato direto. No caso do jornalismo, é interessante acrescentar, essa “ilusão” ganha força na medida em que apresentadores, repórteres e entrevistados se dirigem diretamente ao telespectador, em um simulacro do olho-no-olho que garante a proximidade, e que marca uma distinção à direção do olhar dos atores em cena na narrativa ficcional. Assim, ao contrário do foi anunciado por Adorno, o narrador estaria vivo a cada edição de telejornal, cada notícia narrada aos telespectadores, dando forma dramatizada ao conhecimento sobre o mundo.

Mas em que medida essa estrutura narrativa, hegemônica em emissoras brasileiras locais e nacionais, comerciais e públicas, contribui para a (re)produção e oferta de conhecimento social, que dialogue com o público? Qual é a natureza do conhecimento ofertado via telejornais? Para responder a essa questão optou-se por revisar pressupostos de dois autores centrais para a chamada Teoria do Jornalismo no Brasil, Adelmo Genro Filho e Luiz Beltrão.

Adelmo Genro Filho, na obra clássica *O Segredo da Pirâmide* defende que o Jornalismo deveria ser entendido como uma forma de conhecimento da realidade. O autor critica o que considera as três concepções teóricas sobre o jornalismo. Na primeira delas, que ele denomina de “generalidade abstrata”, a atividade de informar seria vista apenas como uma forma de comunicação, o que em sua avaliação não seria capaz de captar o que é específico ou concreto do Jornalismo. Genro Filho também critica as perspectivas funcionalista e a abordagem crítica, esta última por ver o jornalismo apenas como um instrumento de reforço da ordem vigente.

Genro Filho vai buscar na filosofia as referências para a concepção do Jornalismo como “uma forma social de conhecimento”. Por meio da apropriação das categorias referência *Singular, Particular e Universal*, ele considera que a força do



Jornalismo seria precisamente a singularidade. Isso porque, de acordo com o autor, seria por meio das características do fato, de seus detalhes que seriam recuperados pelos repórteres, é que seria possível montar um quadro semelhante com a percepção imediata dos indivíduos. Com acesso a esse tipo de conhecimento os jornalistas poderiam construir narrativas próximas da maneira como os receptores da informação desvelam as coisas que vêm ao seu redor, do modo com que leitores e telespectadores conhecem a realidade à sua volta.

Genro Filho salienta ainda que, como toda forma de conhecimento, o Jornalismo pressupõe também um posicionamento do sujeito (repórter, projeto editorial do veículo) diante do objeto (realidade a ser apurada). No caso do telejornalismo há a entrada em cena do repórter e seus tons de voz, embora a estrutura narrativa característica do noticiário transfira, em tese, para os entrevistados o papel de oferecer aprofundamento da informação. Além das inserções de especialistas, cientistas e outras fontes autorizadas (conhecimento de) há nas narrativas telejornalísticas a incorporação da voz do cidadão comum (conhecimento acerca de), por meio de depoimentos da experiência vivida em determinada situação.

Assim, por meio do uso intensivo e quase exclusivo de entrevistas como forma de apuração da realidade a ser noticiada, os repórteres não teriam condições de construir uma narrativa informativa com tantos elementos quanto àqueles comuns a percepção da realidade imediata pelos indivíduos, cuja emoção e/ou experiência vivenciada pode eventualmente ser partilhada por meio do recurso do “povo-fala”. Desta forma, ao invés de se constituir em conhecimento social da realidade, o Jornalismo experimentado pelos telespectadores seria capaz apenas de apresentar alguns vozes e/ou sinais de fontes que teriam participado do fato, sem a garantia de credibilidade ou consolidação destas informações.

Para além dos elementos complicadores no que diz respeito ao aspecto ético e/ou de isenção das informações apresentadas os resultados obtidos reforçam a perspectiva de que haveria uma carência de aprofundamento dos relatos apresentados. Em outras palavras, em um mundo caracterizado cada vez mais pela complexidade, os produtos jornalísticos disponíveis ofereceriam reconstruções dos fatos limitadas a um conhecimento superficial, do domínio do senso comum. Desta forma, tendo acesso apenas à informação ofertada pelos telejornais os cidadãos teriam dificuldades para (re)conhecer de forma crítica e autônoma o mundo ao seu redor.





Fruto de uma forte seleção, a dimensão da notícia televisiva é limitada por exigência de tempo, espaço a ser ocupado no fluxo audiovisual. Assim, cada notícia em TV deveria ser oferecida em pacotes informativos com cerca de 90 segundos (um minuto e meio), sendo possível a ampliação desses limites em casos excepcionais, ou de excepcional interesse e atração da audiência.

Para Calabrese e Volli (2001), a informação jornalística na televisão é constituída por fragmentos da realidade, cuja lógica de montagem seria definida pela organização de um texto com características que remetem à oralidade. Para se constituir em um desses fragmentos, um fato deveria ser marcado por uma forte unicidade, ou ser componente de uma grande narrativa, ter impacto passional muito forte ou ainda ser apresentado de forma muito espetacular, parâmetros que definiriam os quatro critérios de noticiabilidade em televisão, segundo os autores.

O formato série de reportagem, para utilizar o termo com que os apresentadores dos telejornais da Rede Globo<sup>4</sup> anunciam este tipo de material jornalístico, se aproximaria de uma espécie de novela informativa, em que cada capítulo possibilitaria o aprofundamento de um tema ou aspecto da realidade retratado na TV. Esse tem sido um formato utilizado com frequência nas reportagens relacionadas à temática de Saúde, assim como naquelas que tratam de Eleição e Direitos do Consumidor. Nessas matérias veiculadas em série, quase sempre as narrativas do telejornal assumem um tom didático, oferecendo a cada dia/capítulo parte do conhecimento aos telespectadores.

### O telejornalismo como objeto de estudo: o olhar dos pesquisadores

Quais os olhares lançados para o telejornalismo enquanto objeto de estudo, no âmbito da pesquisa em Comunicação? Teriam nossas pesquisas contribuído para caracterizar o conhecimento (re)produzido e veiculado por meio dos noticiários de TV? A proposta nesse artigo foi realizar um levantamento preliminar sobre a reflexão acadêmica sobre o telejornalismo, tomando os anais dos congressos da Intercom como base de dados privilegiada.

Além do levantamento do número total de trabalhos apresentados a cada ano, e dos universos nos quais emergia a pesquisa sobre o telejornalismo, evidenciou-se no levantamento o tipo de enfoque e/ou enquadramento privilegiado nos estudos, assim

---

<sup>4</sup> Na verdade não apenas dessa emissora, destacada aqui pelo fato da série de reportagem de que tratamos neste artigo ter sido exibida no Jornal Nacional, programa veiculado no horário nobre global.





como os objetos empíricos preferenciais. Os dados levantados permitem traçar um diagnóstico preliminar sobre a reflexão acadêmica acerca do telejornalismo no Brasil, e perceber um aumento do interesse pelo tema nos últimos cinco anos, particularmente a partir de 2004.

Ao todo, entre 1999 e 2009 foram apresentados 124 trabalhos tendo como foco o Telejornalismo. Inicialmente, quando a Intercom era estruturada em grupos de trabalho, havia presença de discussões sobre o Telejornalismo em dois GT, com apresentação de dois trabalhos em cada grupo: GT Jornalismo e GT Televisão. A partir de 2001, quando os congressos passam a ser organizados a partir dos Núcleos de Pesquisa, há um predomínio das discussões no âmbito do NP Jornalismo, associado ao aumento do número de trabalhos apresentados, 7 trabalhos em 2001 e 2002. Em 2003 há uma queda, com apresentação de 4 trabalhos, mas a perspectiva de aumento no número de reflexões sobre o telejornalismo é retomada em 2004 (09 trabalhos).

De 2005 a 2009 foram apresentados noventa trabalhos sobre telejornalismo, sendo visível a potencialização das reflexões a partir da constituição do Grupo de Pesquisa em Telejornalismo, em 2009. No último congresso da Intercom, realizado em Curitiba, foram apresentados ao todo 36 artigos sobre telejornalismo, dois deles no âmbito do Grupo Comunicação Audiovisual e os demais no GP Telejornalismo.

Entre os temas e abordagens presentes ao longo dos dez anos de levantamento destacam-se: estudos sobre telejornalismo regional; análises de produtos/ coberturas; pesquisas sobre as rotinas produtivas; linguagem/ narrativa telejornalística e acerca do poder no/dos telejornais. Há ainda temas que aparecem com uma recorrência significativa como ensino de telejornalismo; métodos de análise dos telejornais; história; gênero e aspectos tecnológicos, especialmente no que se refere aos impactos da tecnologia nos fazeres profissionais em telejornalismo.

A questão do poder dos telejornais e da participação desse tipo de gênero televisivo na constituição do imaginário da nação, assim como os sabores do telejornalismo regional, é que marcam o primeiro ano de análise. Há ainda uma reflexão sobre a relação tecnologia-produção da notícia, nesse caso específico um estudo sobre os impactos da edição não linear no então futuro do telejornalismo, e em seu ensino.

É curioso observar a presença dessa mesma linha de análise nos trabalhos apresentados dez anos depois, embora nesse caso perceba-se uma aproximação entre as reflexões sobre telejornalismo regional e a questão do poder, inclusive, de constituir identidades, pela produção simbólica, e de notícias televisivas. No que se refere à



tecnologia, os olhares se voltam para os impactos não mais do processo de captação de e edição de imagens, mas para as alterações na transmissão e recepção de sinais, agora de TV Digital. Como em 1999, a perspectiva é lançar olhares críticos, agora sobre a mudança não apenas do processo de edição, mas também do papel do jornalismo, e das questões de poder, na tecnologia, e para além dela.

No que se refere ao tipo de estudo realizado, há um ligeiro predomínio da utilização de métodos como análise de conteúdo e telejornalismo comparado. Há ainda uma recorrente presença de trabalhos que se propõem a refletir sobre modos de olhar, e compreender os noticiários de televisão, com vistas ao estabelecimento de uma metodologia particular para analisar esse tipo de produção, que é entendida no âmbito dos trabalhos também como instituição social.

Entre os telejornais tomados como objetos de análise, o Jornal Nacional (JN), primeiro programa a ser veiculado em rede nacional de televisão no Brasil, noticiário há muitos anos líder de audiência, é o mais estudado. Em termos percentuais, 12,09% dos artigos apresentados entre 1999 e 2009, um total de 15 trabalhos, realiza investigações sobre o JN ou com reflexões a partir de sua cobertura de determinado tema.

Não por acaso, o Jornal Nacional constituiu-se no objeto empírico da análise que apresentamos a seguir. A perspectiva é compreender, como o telejornalismo incorpora a voz do cidadão comum em sua narrativa, na perspectiva de legitimar seu discurso, para tornar-se (re)conhecido pelos telespectadores.

#### Diálogo via televisão: a inserção do público no JN

Nessa seção tentaremos evidenciar como o Jornal Nacional<sup>5</sup>, se converte em uma arena política midiática em busca do reconhecimento público, e deste, de que atua como representante dos telespectadores. A hipótese é de que os entrevistados atuam como participantes explícitos deste fórum de disputas, um espaço de trocas argumentativas, de explicitação de posicionamentos políticos diversos, na perspectiva de que ocorresse identificação com diferentes parcelas do público, inseridas dessa forma na narrativa televisual. Através da inserção de suas falas, convertidas também em texto de um programa jornalístico veiculado em rede nacional, as diversas vozes que compõem seu discurso, os “falantes” estariam também em busca de obtenção de uma visibilidade e/ou legitimidade públicas.

---

<sup>5</sup> Veiculado pela Rede Globo de Televisão desde setembro de 1969, o Jornal Nacional surge com a proposta era “integrar o Brasil pela notícia”. Ainda hoje o JN é o programa jornalístico de maior audiência na TV brasileira, o que contribui para justificar sua escolha como objeto de nosso recorte empírico.



Nesse artigo, consideramos as entrevistas exibidas nos telejornais como expressões de uma disputa por poder de fala, de visibilidade. Ao aparecer como “falantes”, terem suas vozes veiculadas no JN, os entrevistados assumem uma espécie de co-autoria no texto que se constitui em rede nacional como o conteúdo jornalístico de maior audiência da TV brasileira. Vale ressaltar que no Brasil os noticiários de televisão cumprem uma função pública fundamental no que diz respeito ao direito à informação, e mesmo processo de (auto)reconhecimento de seus telespectadores como brasileiros.

A proposta nesse trabalho foi analisar as formas pelas quais o cidadão brasileiro é colocado em cena na narrativa telejornalística. A proposta de nossa pesquisa, ainda em desenvolvimento, é analisar em que medida por meio da utilização desse recurso audiovisual, os jornalistas tentam construir vínculos com a audiência, e colocar o telejornalismo brasileiro a serviço do público.

Para dar suporte a essa perspectiva de análise elegemos como nosso objeto empírico as edições de cinco a nove de outubro de 2009 do Jornal Nacional, programa jornalístico de maior audiência da TV brasileira. O material foi submetido a análise de inserção de entrevistas, seguindo o aporte metodológico proposto por Akiba Cohen. Segundo Cohen, a “entrevista jornalística é a interface na qual a organização da notícia e seus representantes (âncoras e repórteres) entram em contato e interagem, face a face, como público através de seus vários representantes. É um fórum de comunicação interpessoal dentro da estrutura organizacional”<sup>6</sup> (Cohen, 1989, p. 435).

Na busca por entender como se dá a interação das fontes com os jornalistas do JN, é preciso ter em conta qual o espaço público, político e social ocupado pela emissora (TV Globo), que busca se afirmar como arena de uma democracia eletrônica ao insinuar um encontro entre os atores da sociedade brasileira em um de seus slogans: “A gente se vê por aqui”, prometia.

Como ressaltamos anteriormente, o telejornalismo, com destaque para sua expressão nacional de maior audiência, o Jornal Nacional, atua como um lugar de referência para os destinatários de suas mensagens e (re)produz uma forma de conhecimento que é legitimado por estes. Os noticiários de TV se estabelecem, então, como uma espécie de guia, orientador da sociedade de informação, tomando para si, uma função muito semelhante à da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo. (EKSTRÖM, 2002, VIZEU, 2007)

---

<sup>6</sup> Trecho traduzido pela autora do presente artigo.



No recorte dessa reflexão interessa particularmente iluminar as relações entre telejornalismo e público no processo de construção das narrativas audiovisuais veiculadas cotidianamente. Seja como princípio orientador dos fazeres e operações jornalísticas convertidas em rotinas, ainda que em muitos casos na condição de audiência presumida (VIZEU, 2003) ou como “financiador” ou ao menos fiador das emissoras/ telejornais, na medida em que seus vínculos com o programa representam quantitativamente números de audiência que balizam o mercado publicitário, há um diálogo entre telejornais e público. O que defendemos nesse artigo é que por meio da inserção de depoimentos de populares, os discursos do JN buscam construir um lugar ativo para o telespectador, ainda que apenas via consumo simbólico de uma narrativa telejornalística.

Seja pela escolha das pautas, no cuidado com a linguagem utilizada, ou ainda por meio da inserção direta de personagens populares em cena, o fato é que os telejornais buscam construir uma relação de identificação, um vínculo como o público, que representam na tela.

Para o contato com a materialidade midiática – as cinco edições do Jornal Nacional - utilizou-se como método a análise textual, considerando o que o “texto audiovisual” é constituído por imagens, locução e edição. As narrativas proferidas em voz direta por atores externos à TV Globo, sua natureza, assim como a tipificação das fontes quanto ao grupo social a que pertencem/ representam se constituíram nas principais variáveis de investigação.

Tomou-se como recorte empírico cinco edições do Jornal Nacional, veiculadas entre os dias cinco e nove de outubro de 2009. Ao todo 106 entrevistas/ narrativas externas à emissora foram veiculadas. Os entrevistados foram categorizados a partir da identificação nos créditos e do contexto informativo de cada matéria como integrantes aos seguintes grupos: Populares; Experts; Astros/Esportistas; Sindicalistas/ Movimentos Sociais; Judiciário; Iniciativa Privada; Técnicos e funcionários públicos; Internacionais e Autoridades Políticas.

Os grupos mais presentes, pelo número de inserções, foram: Populares (36,79%); Astros/ Esportistas (13,20%) e Autoridades Políticas (12,26%). As autoridades políticas entram em cena para afirmar aspectos normativos da realidade, oferecer explicações ou esclarecer procedimentos e normas de conduta em sociedade. É o caso do depoimento do então ministro do Desenvolvimento Agrário, Guilherme Cassel. Ao oferecer explicações sobre as denúncias de desvio de verbas destinadas à



Reforma Agrária, o entrevistado busca explicitar o lugar, normativo, dos poderes: “Sempre que o poder judiciário determina que uma entidade não possa mais convier com o Governo Federal, essa entidade é excluída do cadastro do governo”.

Os astros/ esportistas, na semana de análise, surgem em bons exemplos, como forma de indicar caminhos a seguir, inspirar os cidadãos, estes também inseridos na narrativa do JN com um viés positivo. Assim, uma visita do atacante do Vasco da Gama, Carlos Alberto, ao Inca, é uma oportunidade para estimular a solidariedade, e seus benefícios. “A gente vem pra cá e absorve uma energia especial”, testemunha o ídolo do futebol.

Grupo mais presente na narrativa do JN, os populares entram em cena para reforçar o discurso das imagens, a narrativa do repórter. Merece destaque, contudo, a diferença com relação ao tempo de depoimento e/ou de cidadania eletrônica concedida pela emissora. Apesar de mais numerosos, os depoimentos de populares são em geral curtos, e sua autoridade reside no relato de experiências vividas, a serem compartilhadas com o público.

Em geral é por meio do relato de experiências do cidadão comum que o telejornal busca dialogar com o telespectador, que potencialmente já vivenciou situação parecida, ou é instado a compartilhar midiaticamente experiências como a do frentista Thiago, entrevistado na edição de 06 de outubro de 2010. Apresentado como herói por salvar uma mulher de uma enxurrada, no interior de São Paulo, ele reafirma o tom em seu depoimento: “Eu sabia que o risco era grande, mas só pensava em salvar ela”.

A relação entre o telejornalismo e seu público pode ser compreendida a partir de diferentes vínculos de pertencimento. A entrevista jornalística, instrumento de inserção das narrativas do outro nos telejornais é a interface pela qual a organização da notícia/ seus representantes (âncoras e repórteres) entram em contato e interagem, via edição, com o público. Os entrevistados atuam assim como representantes dos telespectadores-cidadãos.

Ao aparecer como “falantes”, terem suas vozes veiculadas no JN, os entrevistado assumem uma espécie de co-autoria no texto que se constitui em rede nacional. As entrevistas exibidas poderiam ser assim entendidas como expressões de uma disputa por poder de fala, de visibilidade, e ainda de construção simbólica. Nos processos de recepção ocorreriam processos de (auto)reconhecimento e/ou recusa de acordo com as construções identitárias explicitadas ou negadas por meio dos depoimentos veiculados.



A investigação em curso tem como proposta identificar a eventual existência de um sistema de resposta social no jornalismo audiovisual, a partir das evidências de vestígios da incorporação do público no discurso do telejornal, em sua pauta e nos instrumentos de contato entre emissora e audiência (página na rede, twitter, etc).

### **Referências bibliográficas**

ARBEX JÚNIOR, José. **Showrjornalismo**: a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo interpretativo**. Porto Alegre: Sulina, 1976.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo Editorial, 1997.

CÁDIMA, Francisco Rui. **O fenómeno televisivo**. Lisboa: Círculo de Leitores, 1995.

CALABRESE, Omar & VOLLI, Ugo. **I telegiornali**: istruzioni per l'uso. Roma: Gius. Laterza & Figli Spa. 2ª edição, 2001.

CASETTI, Francesco; CHIO Federico di. **Análisis de la televisión**: instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós, 1999.

COHEN, Akiba A. **Answers without questions: comparative analysis of television news interviews**. European Journal of Communication (SAGE, London) Vol. 4 (1989), 435-451.

COUTINHO, Iluska. **Democracia eletrônica e televisão no Brasil: Os telejornais como espaço de disputa por hegemonia política e cultural**. Anais do XI Congresso da Compós. Rio de Janeiro, UFRJ, 2002.

EKSTRÖM, Mats. **Epistemologies of TV journalism – A theoretical framework**. London, Thousand Oaks, CA and New Delhi: Sage Publications, 2002.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide – para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GLEISER, Luiz. **Além da notícia: o Jornal Nacional e a televisão brasileira**. Master dissertation. Rio de Janeiro, UFRJ, 1983.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1984.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX: o espírito do tempo**. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1969.

TÖNNIES, Ferdinand. A opinião pública. In BERGER, Christa e MAROCCO, Beatriz. **A era glacial do Jornalismo: Teorias Sociais da Imprensa**. Porto Alegre, Sulina, 2006.

VIZEU, Alfredo. **As marcas enunciativas do discurso jornalístico: algumas considerações**. In: 1º Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2003, Brasília. CD'Rom.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo, Ed. Ática, 1996.

