



Violência E Tradição: Os Líderes De Opinião Midiáticos No Telejornalismo Opinativo Regional¹

Hendryo ANDRÉ²

João SOMMA NETO³

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

É possível que âncoras de telejornais – tidos como *formadores de opinião* nos estudos funcionalistas – adquiram características de *líderes de opinião* no contexto proposto pelo sistema da *folkcomunicação*? Ao trabalhar com o gênero *opinativo regional*⁴, por divergir da *padronização* imposta pelo telejornalismo *polifônico*, este trabalho busca, a partir de apropriações da sociologia do conhecimento, levantar algumas hipóteses sobre como o interlocutor utiliza-se da temática da violência urbana e da tradição para estabelecer um processo de *confiança* com o público.

PALAVRAS-CHAVE: telejornalismo opinativo; violência; poder; líder de opinião; formador de opinião

1 INTRODUÇÃO

A exploração da violência urbana na constituição de credibilidade por parte de apresentadores de telejornais opinativos populares aguça a curiosidade sobre a compreensão de como esses atores coletivos se colocam no papel de porta-vozes de determinados grupos sociais. A partir do desempenho de Adílson Arantes, âncora do programa *Tribuna da Massa*, da Rede Massa de Comunicação, afiliada ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) no Paraná, visa-se estabelecer critérios acerca da relação entre *formadores de opinião* e *líderes de opinião*. Enquanto os primeiros estão sob a alcunha do Funcionalismo, os últimos, segundo José Marques de Melo (2007, p. 21) estão ligados à *folkcomunicação*, cuja gênese é também emparelhada por alguns princípios do próprio Funcionalismo, com a diferença de que há usos de “*mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar em linguagem popular mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural*”.

Ao colidir esses dois conceitos divergentes no objeto de análise procura-se delimitar em quais fundamentos as tentativas do programa em *horizontalizar a*

¹ Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, da Universidade Federal do Paraná, email: hendryo_aa@yahoo.com.br.

³ Orientador do trabalho. Email: jsomma@ufpr.br.

⁴ Como o recorte foi feito majoritariamente em torno de conteúdos noticiosos relativos à violência (pautados muitas vezes por outros telejornais) foi possível considerar o objeto como pertencente ao gênero telejornal.



comunicação (característica essencial da folkcomunicação incorporada pela indústria cultural) falham e em quais obtêm êxito. Ainda que de maneira involuntária, acredita-se que os produtores se apropriam de elementos do sistema da folkcomunicação, por meio das técnicas de produção, para a tentativa de uma comunicação mais horizontal, embora haja uma suposição de que isso ocorra em função da luta pelos índices de audiência.

Fundamentado no mesmo *corpus* que deu origem ao artigo *Quando os crimes vendem: usos de discursos sobre violência no telejornalismo opinativo regional*⁵, publicado pelo mesmo autor no *XII Congresso Brasileiro de Comunicação na Região Sul*, em maio de 2011, este trabalho é uma espécie de complemento do primeiro, já que enfoca a relação entre âncora e telespectador a partir de uma tentativa de comunicação horizontal (que vai, de certa forma, em uma perspectiva distinta da utilizada no trabalho anterior, majoritariamente ligada ao medo).

O material de monitoramento, portanto, foi capturado entre os dias 22 de junho e 01 de julho de 2010⁶, e é referente à segunda edição, transmitida de segunda à sexta-feira, das 12h25 às 13h40. A exclusão da programação dos finais de semana ocorreu face às discrepâncias no tempo e na interlocução, mediada por outro apresentador. As edições enquadradas no objeto são compostas por três blocos (o primeiro com até 35 minutos). A produção disponibiliza o *Palco do Povo*, uma estrutura montada todos os dias na Praça Rui Barbosa, no centro de Curitiba, e que conta com a participação de populares que vão ao local em busca de doações ou de pessoas desaparecidas.

A politização dos discursos que envolvem a violência urbana, a partir da limitação de *polifonia* imposta pelo apresentador e do consequente estabelecimento de *confiança* entre interlocutor e público, limita o leque de interpretações do receptor – e isso pode ser potencializado pela exploração do medo. É possível adiantar que entre os artifícios utilizados está o uso de uma linguagem com caráter menos formal, ao contrário daquela utilizada no *telejornalismo polifônico*, que se apropria de aspectos coesos à tradição popular religiosa. Acredita-se ainda que o apelo proporcionado pela sintonia entre imagens fortes, preferencialmente ao vivo, e discursos que clamam o combate à impunidade são os recursos técnicos mais utilizados para o estabelecimento

⁵ Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2011/resumos/R25-0148-1.pdf>.

⁶ Por causa de um jogo da seleção brasileira pela Copa do Mundo, a edição do dia 25 de junho foi excluída em função de distorções no formato do programa. Na ocasião, o programa foi transmitido da Boca Maldita, local onde a prefeitura de Curitiba montou um telão. É fundamental perceber, entretanto, que o deslocamento da equipe de produção até o local é uma tentativa de aproximação com os espectadores.



de “argumentações indiscutíveis”, o que consolida o apresentador como sujeito “integrante” daqueles grupos sociais.

Um forte indício de que há compartilhamento de princípios do apresentador com o público pode ser observado pelos índices de audiência, embora esses dados, por conta do valor comercial, sejam de difícil acesso. É possível observar, no entanto, que tanto o SBT quanto a Rede Independência de Comunicação (RIC TV) – afiliada da Rede Record no Paraná e que transmite o programa *Balanço Geral*, mais recente e com proposta semelhante – alternam a segunda colocação entre meio-dia e 13h30⁷.

No que se refere ao telejornalismo torna-se relevante uma análise voltada ao papel desempenhado pelos *líderes de opinião midiáticos*, conforme definição dada por Lauro Maranhão Aires Neto (2008, p. 06). Para o autor, tais líderes são distintos dos formadores de opinião que ganharam relevância no contexto funcionalista, e também em relação aos líderes de opinião característicos da perspectiva da folkcomunicação:

[Os líderes de opinião midiáticos se apresentam na] instância midiática, um ambiente em que regras de relacionamento não se dão por contato social mas por um contato discursivo. Essa instância cria uma espécie de superestrutura social, que reproduz ou mesmo simula a estrutura social presente nas relações pessoais do dia-a-dia. Dentro dessa superestrutura, os líderes de opinião se colocam muitas vezes dentro dos meios, outras vezes fora deles. De um lado, fazem a função de mediação entre a atualidade apresentada pelos meios de comunicação e os indivíduos; do outro, estão também dentro dos meios, são pagos por eles e obedecem suas regras editoriais, embora de maneira mais flexível.

Essa diferenciação é importante já que na conjuntura funcionalista *formador de opinião* é aquele ator que emite opiniões por meio de um veículo de comunicação, enquanto na folkcomunicação *líder de opinião* é aquele quem, da vivência com um grupo social, adquire condições de representante, o que o torna um “mediador natural” entre a mídia e o grupo ao qual pertence.

2 ENTRE A ESTRUTURA SOCIAL E OS SUJEITOS

Para discutir a construção política dos discursos nos telejornais populares que exploram a temática da violência urbana é fundamental revisar, ainda que de maneira

⁷ Como as emissoras relevam os índices de audiência apenas quando o resultado atinge ou supera as expectativas, os números em Curitiba são de difícil acesso, mesmo para quem procura a informação com intenções acadêmicas. Assim, a partir de notícias veiculadas em *blogs* – muitas vezes, bem verdade, ligados às emissoras – é possível ter noção da intensidade da guerra pela segunda colocação em Curitiba. Âncora do *Tribuna da Massa* por seis anos, o apresentador Robson Silva, após cinco anos como vice-campeão absoluto, viu durante o último ano a hegemonia do SBT ser ameaçada pelo programa *Balanço Geral*, da RIC TV, de características similares. Uma das soluções encontrada pela emissora foi a substituição do apresentador, em janeiro de 2010, por Adilson Arantes.



breve, a TV enquanto instituição, bem como debater sobre os principais gêneros que compõem o telejornalismo no contexto brasileiro (*pontos que devem ser discutidos neste e no próximo tópico, respectivamente*). Assim, ainda que este trabalho tenha como pretensão lançar algumas hipóteses acerca da mediação feita por apresentadores do gênero *opinativo*, é pertinente referenciar determinadas correntes de comunicação que influenciam no processo comunicativo. Para Peter L. Berger e Thomas Luckmann (2002, p. 80), essa preocupação de caráter sócio-histórico se mostra adequada, à medida que não se pode compreender qualquer instituição sem informações sobre o processo histórico que a formulou. Somado a isso, as instituições “*pelo simples fato de existirem, controlam a conduta humana estabelecendo padrões previamente definidos de conduta*” e, por isso, interferem na construção de qualquer gênero, bem como no desempenho de papéis por parte dos representantes dessas instituições.

Justificada a necessidade de parte do resgate teórico, entre as correntes que se debruçam à comunicação de massa há relativa predominância da estrutura social frente ao sujeito, o que faz com que o indivíduo seja posto, por vezes, à margem do processo comunicativo. Mesmo ao revelar incoerências intrínsecas à Modernidade, já que esse modelo ou organização da vida social prevê como suporte a *razão*, isso se deve, em princípio, às correntes de pensamento que ganharam notabilidade, sobretudo no século XIX, e que foram refletidas para o campo da comunicação.

Essa tendência de *um todo* pode ser explicada a partir da justificativa que Berger e Luckmann (2002, p. 77) dão ao princípio da *ordem social*, fruto exclusivo do processo de institucionalização das atividades humanas, da necessidade de “*exteriorização*” de ideias e, por fim, do controle dos impulsos biológicos. Os autores ratificam o conceito ao alertarem que “*embora nenhuma ordem social existente possa ser derivada de dados biológicos, a necessidade da ordem social enquanto tal provém do equipamento biológico do homem*”.

Armand e Michèle Mattelart (2010, p. 16) alegam que essa sobreposição da estrutura frente ao sujeito ganha mais relevância durante a modernidade, a partir da consolidação da *divisão do trabalho*. Desde o final do século XVIII, quando a comunicação passou a ser empregada como elo organizador do trabalho em série, serviu como aporte desde o controle da produção fabril até a padronização de unidades de medida. Explicar, a partir dessas observações, por que o conceito *rede*, formulado por Saint-Simon, ganhou relevância nos estudos sociológicos não parece ser uma tarefa



árdua: “A *sociedade* [passa a ser] *concebida como sistema orgânico, justaposição ou tecer de redes, mas também como ‘sistema industrial’, gerado por e como indústria”*.”

Ao caracterizar a sociedade como um enorme “ser vivo”, no qual a função dos sujeitos restringe-se à *estabilidade da ordem social*, o pensamento sociológico se moldou à *Física Social* proposta por August Comte. Dessa maneira, os estudos sociológicos – cujos reflexos podem ser identificados no campo da Comunicação com o Funcionalismo – passaram a conjugar a “*divisão do trabalho com as noções de desenvolvimento, crescimento, aperfeiçoamento, homogeneidade, diferenciação e heterogeneidade*” (MATTELART; MATTELART, 2010, p. 19).

Para os autores, Gabriel Tarde foi um dos primeiros pesquisadores a questionar os princípios adotados pelo Funcionalismo. Tarde acreditava não ser possível considerar o sujeito como elemento indiferente à construção do processo de comunicação:

(...) a era das massas já pertence ao passado, e que a sociedade está em vias de entrar na ‘era dos públicos’. Ao contrário da massa, conjunto de contágios psíquicos essencialmente produzidos por contatos físicos, o público ou os públicos, produto da longa história dos meios de transporte e de difusão, ‘progridem com a sociabilidade’. Só se pertence a uma única massa por vez. Pode-se fazer parte de vários públicos ao mesmo tempo (MATTELART; MATTELART, 2010, p.25).

Com isso, Tarde identifica já no século XIX uma relação de natureza subjetiva no que concerne às interações sociais, de modo que essa subjetividade nas mediações é responsável pelos fatos sociais não serem completamente *reificados*⁸, ainda que os processos de institucionalização caminhem cada vez mais em direção a tal modelo. Berger e Luckmann (2002, p. 123) creditam isso à “*objetividade do mundo social*”, cuja consolidação põe o ser humano “*como algo situado fora dele. A questão decisiva consiste em saber se o homem ainda conserva a noção de que, embora objetivado, o mundo social foi feito pelos homens e, portanto, pode ser refeito por eles*”.

Essa crítica pode bem ser direcionada ao telejornalismo *polifônico*, cuja *padronização* imposta por grandes redes de comunicação omitem manifestações culturais regionais, e fazem do telejornal um ambiente impessoal, que conta com apresentadores sérios, que agem quase que como robôs. Nesse aspecto, o telejornalismo *opinativo* de cunho regional se manifesta como uma importante quebra de paradigma.

⁸ Para Berger e Luckmann (2002, p. 122-123), a tentativa de reificar o mundo faz com que os espaços sociais se tornem menos humanos. “A reificação é a apreensão dos fenômenos humanos como se fossem coisas, isto é, em termos não humanos ou possivelmente super-humanos. (...) A reificação é a apreensão dos produtos da atividade humana como se fossem algo diferente de produtos humanos, como se fossem fatos da natureza, resultados de leis cósmicas ou manifestações da vontade divina”.



3 GÊNEROS NO TELEJORNALISMO: *POLIFÔNICO E OPINATIVO*

Muito embora o enquadramento de um produto midiático qualquer em determinado *gênero* quase sempre remeta a análises estruturais – já que só se pode classificar um produto quando se faz uma comparação com os demais – parece importante uma discussão em torno das distinções entre os telejornais para, em seguida, estabelecer critérios para o papel dos *líderes de opinião midiáticos*.

Conforme Fernando Arteche Hamilton (2008), o telejornalismo, dividido em dois grandes gêneros – *polifônico* e *opinativo* –, adquire uma distinta responsabilidade no que concerne à difusão de informações. Dentro do recorte deste estudo, o gênero trabalhado será o *opinativo*, justamente por ter relações mais estreitas com os costumes regionais e, além disso, por ceder espaço aos *líderes de opinião midiáticos*. Assim, fundamentado no carisma e na credibilidade do apresentador, o gênero opinativo consolida-se como segunda via dentro do campo do telejornalismo por contrastar com a *padronização*, cujo formato engessado dissolve aspectos das culturas locais como, por exemplo, o uso de regionalismos.

Segundo Arlindo Machado (1999, p. 143), *gênero* é uma maneira “*de organizar idéias, meios e recursos expressivos, suficientemente estratificado numa cultura, de modo a garantir a comunicabilidade dos produtos e a continuidade dessa forma junto às comunidades futuras*”. Entre os destaques dados pelo autor, aquele que alerta sobre as constantes mudanças, fator que possibilita a heterogeneidade e pluralidade, merece destaque: “*Não compreender essa vertiginosa variedade pode implicar numa concepção de gênero esclerosada, esta sim desprovida de sentido, anacrônica e irrelevante numa civilização como a nossa*” (MACHADO, 1999, p. 145).

Machado tem como foco de pesquisa a utilização de técnicas de produção no telejornal como parte integrante de uma construção de *significantes*, ou seja, como elementos que possibilitam aos espectadores interpretarem as notícias. Dessa forma, embora a televisão tenha como diferencial em relação a outros meios de comunicação a exploração da imagem, esse aspecto não é – salvo exceções – aplicado com precisão:

Talvez isso se explique por imperativos técnicos e econômicos: o depoimento oral, a entrevista, o debate, o discurso do âncora constituem as formas mais baratas de televisão e aquelas que oferecem menos problemas para a transmissão direta ou para o ritmo veloz de produção⁹ (Ibid.).

⁹ Para Machado (1999, p. 45), por um lado “*essa disponibilidade para o discurso oral (...) desviou a televisão para a facilidade, a comodidade e a banalidade*”, mas por outro “*favoreceu também o ressurgimento na televisão de formas discursivas muito antigas e muito vitais, formas que estão na raiz mais profunda de toda a nossa cultura: aquelas que se fundam no diálogo*” (Ibid.).

Ao que parece, essa é uma das razões para o crescimento do jornalismo opinativo de cunho popular¹⁰, o que explica a importância do papel do apresentador. Luiz Beltrão (1980, p. 36) alega que, entre as potencialidades de um líder de opinião, a principal deve ser a percepção de que “*a ascensão à liderança está intimamente ligada à credibilidade que o agente-comunicador adquire no seu ambiente e à sua habilidade de codificar a mensagem ao nível de entendimento de sua audiência*”.

Do pensamento de Beltrão (1980) interpreta-se que a apropriação dessas técnicas ocorre em função da falta de educação formal do público-alvo do programa. Assim, para informar com êxito este público é necessária precisão, pois, em função da baixa escolarização, grupos sociais “*se comunicam através de um vocabulário escasso*¹¹ e organizado em significados funcionais próprios dentro dos grupos” (Ibid.).

Além do uso de uma linguagem voltada a públicos específicos, personificada pelo apresentador, há ainda a utilização de imagens que remetem ao espetáculo e ao sensacionalismo. Essas representações, embasadas pelo *medo/ódio*, endereçam signos “*pré-moldados*”¹², que criam *ruídos* no leque de interpretação de qualquer receptor (esses ruídos são diferenciados conforme a condição de recepção e o capital cultural de cada um dos receptores). Dessa forma, as opiniões emitidas pelo âncora, geralmente com argumentos pertencentes ao senso-comum, fomentam a força de imagens pouco trabalhadas (o que compensa a falta de produção imagética). Daí a importância em traçar uma característica intrínseca à produção jornalística em televisão e que é de grande valia para o vínculo entre o apresentador e o público. Com base nos estudos de Lacan, Maria Izabel Oliveira Szpacenkopf (2003, p.147) apresenta como característica própria do telejornal a *dialética do olhar*, cujo êxito consiste em “*saber o que o outro imagina, o que ele supõe de minhas intenções, de meus movimentos e do momento em que sou visto por ele*”. A autora transmite a essência do conceito:

¹⁰ Para João Freire Filho (2005, p. 173), há uma relação direta entre o acesso à televisão das classes populares e mudanças na qualidade da programação. O autor cita o caso da TVS (atual SBT), no início dos anos 1980, que apelou para uma programação de caráter mais sensacionalista e que só foi barrada porque o mercado publicitário fez “*valer o seu critério de qualidade televisiva, que gravita em torno de conceitos como prestígio e respeitabilidade, concebidos dentro do quadro de referências dos chamados ‘formadores de opinião’*”. No entanto, o caso mais emblemático é, sem dúvidas, o do acesso ao financiamento a aparelhos receptores após a implantação do Plano Real, em 1993. Em quatro anos de Plano Real “*6,3 milhões de domicílios brasileiros receberam seu primeiro aparelho de TV. A venda de televisores atingiu, nesse período, 28 milhões de unidades*” (FREIRE FILHO, 2005, p. 174).

¹¹ Talvez o termo mais apropriado seja “próprio”.

¹² Torna-se pertinente a ideia de se relacionar isso com o que Émile Durkheim conceitua como *fato social*, ou seja, “*toda maneira de fazer, fixada ou não, suscetível de exercer sobre o indivíduo uma coerção exterior; ou ainda, toda maneira de fazer que é geral na extensão de uma sociedade dada e, ao mesmo tempo, possui uma existência própria, independente de suas manifestações individuais*” (DURKHEIM, 2007, p. 13). Segundo o autor, ter em mente que há um processo de coerção não significa, sobremaneira, que o indivíduo perde autonomia. “*Como estes [os defensores da individualidade] professam que o indivíduo é perfeitamente autônomo, julgam que o diminuímos sempre que mostramos que ele não depende apenas de si mesmo*” (DURKHEIM, 2007, 04).

O telejornal olha, faz-se olhado, mostra onde está, mas o espectador, ao olhá-lo, não sabe para onde o telejornal vai, nem para onde quer dirigi-lo. Mesmo existindo do lado do espectador, o poder de querer ou não determinadas notícias, *o poder de fazer ver é muito mais impositivo*. Dessa forma, é mais plausível supor que o espectador não sabe para onde o telejornal o leva do que supor que o telejornal não tenha a pretensão de levá-lo por algum caminho. Às vezes o mais importante não é tanto o que está sendo mostrado, mas o que ficou de fora, o que não aparece, o que só está inserido nas entrelinhas, o que não teve imagem (SZPACENKOPF, 2003, p. 147-148). (grifo adicionado).

Só que o jornalismo opinativo tem a vantagem de ser comandado por líderes de opinião midiáticos que, quase sempre, frisam a relevância do telespectador. Se o público não sabe para qual direção o telejornal caminha, o apresentador – ao ter acesso a códigos do público-alvo e, ao mesmo tempo, a técnica de produção do telejornal – passa a direcionar a produção de sentidos. A maneira como são construídos os discursos sobre a violência, portanto, ganha relevância no jornalismo *opinativo*, o que torna o desempenho dos *líderes de opinião midiáticos* fundamental dentro da linha de produção do gênero. Resta discutir quais aspectos consolidam a confiança entre os interlocutores.

4 FORMAÇÃO DE *CONFIANÇA* DOS LÍDERES DE OPINIÃO MIDIÁTICOS

Conforme já abordado, a divisão do trabalho possibilitou maior segmentação da ordem institucional, e isso fez com que os conhecimentos fossem cada vez mais específicos. Assim, as *tipologias dos peritos* criaram verdadeiros subuniversos de conhecimentos que resultaram na “*especialização dos papéis, levadas a um ponto em que o conhecimento específico de um papel torna-se inteiramente esotérico, comparado com o acervo comum do conhecimento*” (BERGER; LUCKMANN, 2002, p. 117).

Antony Giddens (1991, p. 35) destaca que os *sistemas peritos*, ou seja, esses “*sistemas de excelência técnica ou competência profissional que organizam grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos hoje*”, são responsáveis pelo estabelecimento de relações de *confiança* de forma particular na modernidade. Outro ponto abordado pelo autor se refere à “*desatenção civil*”, conceito proposto por Erving Goffman que faz referências aos modos como os indivíduos se relacionam com estranhos, e que ganha relevância, sobretudo, no contexto de urbanização:

A “*desatenção*” [entre desconhecidos na rua] demonstrada não é indiferença. É, pelo contrário, uma demonstração cuidadosamente monitorada do que pode ser chamado de *estranhamento polido*. Conforme as duas pessoas se aproximam uma da outra, cada uma rapidamente perscruta o rosto da outra, desviando o olhar quando se cruzam. (...) O olhar concede reconhecimento do outro como um agente e como um conhecido potencial. (GIDDENS, 1991, p. 85).



É claro que essa rotineira e rápida troca de olhares com outros indivíduos possibilita a fomentação de estereótipos, aspecto importante, sobretudo, para a discussão em torno da violência. Contudo, o que mais interessa neste caso é destacar a relevância que ganha o *líder de opinião midiático*, já que o alcance proporcionado pelos meios de comunicação possibilita reconhecimento daquele ator em um ambiente composto majoritariamente por desconhecidos¹³.

Para Giddens (1991, p. 89), os meios de comunicação são *sistemas peritos*, em cuja essência está a divisão do trabalho (poucos têm acesso ao conhecimento específico das técnicas de produção), bem como no *desencaixe* entre espaço e tempo (durante a veiculação, o apresentador pode se dirigir a qualquer sujeito que tenha acesso a um aparelho que decodifique as ondas eletromagnéticas). Assim, o estabelecimento de confiança entre os atores envolvidos ganha adjetivos próprios:

Embora todos estejam cômicos de que o verdadeiro repositório de confiança está no sistema abstrato, e não nos indivíduos que nos contextos específicos o “representam”, os pontos de acesso trazem um lembrete de que pessoas de carne-e-osso (que são potencialmente falíveis) é que são seus operadores. (...) É compreendido por todas as partes que é necessária confiança renovada, e esta é de um tipo duplo: na fidedignidade dos indivíduos específicos envolvidos e no (necessariamente misterioso) conhecimento ou habilidades aos quais o indivíduo leigo não tem acesso efetivo. Uma atitude “aja-come-de-hábito” tende a ser particularmente importante onde os perigos envolvidos são visíveis, ao invés de formarem uma base de riscos puramente contrafatuais.

Quando Berger e Luckmann (2002, p. 72) alegam que “*embora seja possível dizer que o homem tem uma natureza, é mais significativo dizer (...) que o homem se produz a si mesmo*”, eles estabelecem que o papel desempenhado por um ator como, por exemplo, um apresentador que se coloca como porta-voz de determinado grupo social, não pode ser incorporado sem que se considere o próprio acesso à televisão como um contexto particular para este sujeito. Dessa maneira, ele obtém uma relação direta tanto com o sistema perito quanto com sujeitos que ele desconhece (mas representa). É importante observar que essa representação é possível graças a “*um corpo de conhecimentos [comuns], uma vez que tenha alcançado o nível de um subuniverso de significação relativamente autônomo, tem a capacidade de exercer uma ação de retorno sobre a coletividade que o produziu*” (Ibid.).

¹³ Não há intenção alguma na constatação de definir os indivíduos como massa amorfa, incapazes de interagirem entre si, conforme as pesquisas funcionalistas. A observação é válida apenas para destacar vantagens que um sujeito com acesso aos meios de comunicação tem em relação aos demais, e não para fazer qualquer inferência a respeito, por exemplo, da incapacidade de discussão política entre indivíduos desconhecidos.



Sintetiza-se que as condições de produzir a “si mesmo” (mais pelo êxito do emprego do “arquetipo” de porta-voz do que qualquer crença que o produtor possa ter de ser um representante) e o alcance das mensagens propiciado pelo sistema perito (com o uso de todas as especificidades citadas sobre os gêneros de telejornalismo) fazem com que seja consolidada a confiança nos *líderes de opinião midiáticos*. Outro ponto relevante é o eminente acesso a outras instâncias de poder (abordada no trabalho anterior), além da gama de conhecimentos que esses produtores têm em relação à tradição valorizada pelo público.

5 APELOS À TRADIÇÃO

A finalidade de se obter carisma a partir do uso da palavra – haja vista a força da tradição oral na televisão, conforme já apresentado por Machado (1999) – faz com que seja fundamental a existência de princípios incomuns entre o apresentador e o público. Assim, o lema do programa, *Compromisso com a comunidade*, remete à pressuposição de que o receptor será atendido quando precisar daquele veículo porque, afinal, os representantes daquela instituição compartilham os mesmos princípios. Sem querer entrar em méritos qualitativos dessas instituições, os valores tradicionais da família, da igreja e da segurança possibilitam ao interlocutor um acervo de conhecimento sobre o público-alvo sem muitos esforços:

A linguagem objetiva as experiências partilhadas e torna-as acessíveis a todos dentro da comunidade lingüística, passando a ser assim a base e o instrumento do acervo coletivo do conhecimento. Ainda mais, a linguagem fornece os meios para a objetivação de novas experiências, permitindo que sejam incorporadas ao estoque já existente de conhecimento, e é o meio mais importante pelo qual as sedimentações objetivadas são transmitidas na tradição da coletividade em questão (BERGER; LUCKMANN, 2002, p. 96).

Essa é a principal ferramenta para aproximar o apresentador dos grupos focais de audiência. Ao usar esse princípio, é possível atrelar esse aspecto à folkcomunicação, sistema baseado, de acordo com Beltrão (1980), em manifestações resultantes “*de uma atividade artesanal do agente-comunicador, enquanto seu processo de difusão se desenvolve horizontalmente*” (BELTRÃO, 1980, p. 27). Percebe-se que, a partir do uso da linguagem e da exploração de temáticas populares, o formato busca convergir para a figura do apresentador a condição de intermediário entre as instâncias públicas de poder e a população. De certa forma, o interlocutor se projeta como líder de opinião dessas comunidades e, por mais que a essência latente da comunicação não seja interpretada



por toda a audiência, o potencial de êxito nessa proposta pode ser explicado pela própria concepção de audiência do formato em públicos, conforme já alertado.

Para que isso ocorra é necessário estabelecer-se uma relação de confiança entre o apresentador e o público, fruto de uma “*experiência comum que condiciona a sintonização entre comunicador e receptor*” (BELTRÃO, 1980, p. 29). Essa experiência comum, ao contrário do que acontece com os líderes de opinião populares, ocorre em função da condição de responsável que o programa assume.

Para Beltrão (1980), os líderes de opinião, assim, adquirem quatro características principais: colocam-se como interessados em assuntos específicos daquela comunidade; ocupam posições tidas como de referência para a resolução de determinados problemas; interpretam um papel que necessariamente utiliza de carisma e, finalmente, possuem informações exclusivas de outras instituições que influenciam interesses daquela comunidade.

No monitoramento é possível verificar expressões desses quatro aspectos aliadas à temática da violência, seja ela cometida pelas instâncias de poder ou por indivíduos. O trecho comentado por Adílson Arantes (programa 24/06) exemplifica todos esses princípios (mas é possível verificá-los na maior parte do material), a partir do discurso sobre a violência. Após uma reportagem sobre a morte de uma adolescente que aguardava por uma ambulância, o apresentador fez o seguinte comentário:

15 anos! Uma vida inteira pela frente. Tem uma nota aqui na minha frente para eu ler. (...) Vou apresentar para vocês agora o *teleprompter*, isso aqui é para vocês verem: 90% do que eu falo aqui está escrito aí. Eu não vou ler isso aí não. Eu não vou ler isso aí! O xis da questão é a falta de ambulância! Nota... Que nota? Se fosse papel eu rasgaria! Lamento que eu não posso quebrar a câmera! Por que demoraram na ambulância? Isso é o que tem que ser discutido, tem que ser levantado... Quem foi o irresponsável por atrasar o envio da ambulância, para salvar a vida desta criança? 15 anos! Quem vai pagar o prejuízo a essa mãe, a essa família? Problema sério enfrentado todos os dias pelo povo da grande Curitiba. Município rico... Não é só Curitiba não, é toda a região metropolitana. Quer fazer um teste? Chama uma ambulância para alguém da família para ver quantos dias vai demorar para chegar essa ambulância. Será que tem algum político assistindo o programa agora? Algum vereador, deputado? Vocês não precisam! Tudo para vocês é particular. Vocês têm dinheiro, e o povo que se dane! Não tem ambulância! É uma vergonha, eu preciso dizer isso para você. Sorte sua que você nunca precisou de uma ambulância pra já, pra levar um filho, um pai, um avô, uma esposa, o marido. Sorte sua, porque se precisar... E não é só ambulância: se precisar de uma UTI agora não tem também! Pensa que eu estou mentindo? Eu não minto. Eu preciso falar a verdade aqui, eu falo a verdade! Não tem! E quem disser do poder público que tem é mentiroso! Está mentindo e eu desminto ao vivo! Não tem ambulância e não tem UTI e isso é uma vergonha! Saúde pública, que saúde pública? Só para rico?



A *transmissão de significados sedimentados* – a principal é a cultura do medo, responsável pela destruição da família, como no caso anterior – faz com que esses programas reproduzam cotidianamente as “mesmas notícias”, de modo que a única mudança ocorre com os personagens. Assim, torna-se reificada, por exemplo, a justificativa de que a vítima de determinado crime era envolvida com o tráfico de drogas, ou, em casos que tratem de um crime hediondo contra um sujeito pertencente a camadas com maior reconhecimento social, o discurso da indignação prevalece. Assim, fomentam-se estereótipos, devidamente explicados por Berger e Luckmann (2002, p. 98): “*os significados institucionais tendem a ser simplificados no processo da transmissão, de modo que uma determinada coleção de ‘fórmulas’ institucionais possa ser facilmente aprendida e guardada na memória pelas gerações sucessivas*”.

Para manifestar expressões próximas ao que se tem por folkcomunicação, não basta que o interlocutor apenas se coloque na posição de líder de opinião. Para Cristina Schmidt, o tema abordado tem relevância maior. Assim, é importante definir a folkcomunicação, cuja base é formada pelo folclore e pela comunicação, com a compreensão de que “*o folclore é o objeto de estudo, e a comunicação é a área do conhecimento, dentro das ciências humanas, que fornece os referenciais teóricos e metodológicos*” (SCHMIDT, 2007, p. 34).

Assim, entender como e quando se manifesta o folclore é crucial para vinculá-lo ao objeto. Roberto Benjamin (2007) destaca da definição do termo, sintetizada após a releitura da *Carta do Folclore Brasileiro*, realizada no VIII Congresso Brasileiro de Folclore, quatro aspectos centrais: a *aceitação coletiva*, a *tradicionalidade*, a *dinamicidade* e a *funcionalidade*.

Não há discussões sobre a *aceitação coletiva* da televisão, afinal, os produtos oriundos dela são objeto de incontáveis mediações diárias entre os espectadores, e as audiências denotam que a aceitação popular de alguns programas independe da classe social. Além disso, “*é também a ação coletiva que torna possível considerar folclóricos os fatos originários da cultura de elite, e da cultura de massa, que tenham sido aceitos e reinterpretado pelo povo*” (BENJAMIN, 2007, p. 30), o que afasta o folclore como expressão surgida apenas de grupos sociais marginalizados.

Considerada como talvez o mais básico aspecto do folclore, a *tradicionalidade*, a princípio, diverge do objeto. No entanto, a expressão “*é entendida como continuidade, onde os fatos novos se inserem sem uma ruptura com o passado*” (Ibid.). Isso pode ser observado em narrativas de aventuras policiais, a partir de uma visão maniqueísta, cuja

característica fundamental está na ligação destes acontecimentos com princípios morais, independente do desfecho.

Essa reinterpretação cotidiana de lendas exemplificadas por perseguições policiais são mostras do terceiro princípio destacado: a *dinamicidade*. Para Benjamin (2007, p.30) esse aspecto é de grande valia para ratificar o folclore como elemento preso ao presente. “*Algumas das matrizes da dinâmica cultural tem sido, entre nós, as migrações internas, a escolarização, a exposição à comunicação de massas e o acesso a novas tecnologias. Por fim, a funcionalidade denota que “os fatos folclóricos integram sistemas culturais, exercendo funções e, portanto, não se constituindo em traços isolados. O fato folclórico é vivenciado no contexto social, do econômico, do político, etc.”* (BENJAMIN, 2007, p. 31).

É fundamental observar que essas quatro manifestações são empregadas pelo programa. No que se refere às duas últimas o formato do *Palco do Povo* merece destaque. Lá, por exemplo, artistas populares têm oportunidade – ainda que presos à lógica de produção da televisão – de expor trabalhos (em 24/06, por exemplo, participantes do quadro dançam forró em homenagem ao dia de São João). Com a função de restabelecer contatos entre pessoas conhecidas que se perderam ao longo da vida, o quadro *Gente procurando gente* remete à própria questão da migração como elemento pertencente à cultura urbana, assim como a inserção de dois populares no pedido de passagens para voltar à terra natal – um bilhete para Alto Paraíso, Rondônia (26/06) e outro para Balneário Camburiú, em Santa Catarina (29/06). As solicitações dos populares, por outro lado, de doações de inaladores, cobertores e outras roupas de frio revelam uma ligação do programa com o clima da região.

6 CONSIDERAÇÕES

Ainda que atrelado à lógica dos índices de audiência, o gênero *opinativo* regional mostra potencial para a manifestação de aspectos das culturas locais, ao contrário do *polifônico*, preso a mitos como objetividade e imparcialidade. Ao utilizar uma linguagem mais informal – mesmo com a rotina de produção similar ao telejornal convencional como, por exemplo, o uso do *teleprompter* – o telejornal obtém acesso a grupos sociais com menores acessos à educação formal.

Os problemas, no entanto, começam a ser identificados quando se percebe aproximações do formato com a indústria cultural, que vão desde as condições socioculturais do líder de opinião midiático – não pertencente, mas representante dessas



camadas sociais –, passando pelo apelo à violência urbana, até a tentativa formal de *horizontalizar* a comunicação. Neste caso, a escassez de tempo no programa (em função de privilégios à espetacularização da notícia – com repetições de reportagens – e de influências da publicidade na produção), além do excesso de participantes no *Palco do Povo* – que seguem a lógica dos *30 segundos de fama*. Por outro lado, o programa, apesar do uso de políticas de caráter assistencialista, revela aspectos que remetem à marginalização social em uma cidade tida como referência de qualidade de vida.

O aspecto mais importante e que corrobora a essência da divergência entre os conceitos de *formador* e de *líder de opinião* parece ser o fato de que o *líder de opinião midiático* não tem interesses voltados ao público. Assim, não é possível acreditar que a equipe editorial do programa tenha como objetivo reduzir ou acabar com a violência (a “matéria-prima” do formato). No que se refere à tradição, vê-se a mesma tendência: o *deus* da religiosidade é genérico, de forma que não é possível enquadrá-lo como católico ou neopentecostal, a família, por outro lado, deve ter como núcleo o homem:

Não se deve esquecer que enquanto os discursos da comunicação social são dirigidos ao mundo, os da folkcomunicação se destinam a um mundo em que palavras, signos gráficos, gestos, atitudes, linhas e formas mantêm relações muito tênues com o idioma, a escrita, a dança, os rituais, as artes plásticas, o trabalho e o lazer, com a conduta, enfim, das classes integradas da sociedade (BELTRÃO, 1980, p. 40).

E mais: na folkcomunicação o líder de opinião é aquele sujeito que conta com conhecimento e que, por conseguinte, pode fazer a ponte entre a comunidade e os meios de comunicação ou qualquer outra instituição externa. Isso gera uma importante relação entre o papel desempenhado e o conhecimento adquirido:

É possível, assim, analisar a relação entre os papéis e o conhecimento partindo de dois pontos de vista. Considerados na perspectiva da ordem institucional, os papéis aparecem como representações institucionais e mediações de conjuntos de conhecimento institucionalmente objetivados. Visto na perspectiva dos vários papéis, cada um destes transporta consigo um apêndice socialmente definido de conhecimentos. As duas perspectivas, está claro, apontam para o mesmo fenômeno global, que é a dialética essencial da sociedade. (...) A análise dos papéis tem particular importância para a sociologia do conhecimento porque revela as mediações existentes entre os universos macroscópicos de significação, objetivados por uma sociedade, e os modos pelos quais estes universos são subjetivamente reais para os indivíduos (BERGER; LUCKMANN, 2002, p. 109).

Ao desempenhar um papel de representante, o apresentador é uma *tipificação* e o gênero opinativo mostra-se tão institucionalizado que o carisma é logo relegado



quando, por exemplo, a audiência cai – a entrada de Adílson Arantes, após seis anos de apresentação de Robson Silva é a prova cabal disso. Os gêneros, assim, são hábitos, que vão desde o uso da violência e dos valores como família, tradição e propriedade, o que torna improvável a veracidade de jargões similares a *compromisso com a comunidade*.

7 REFERÊNCIAS

AIRES NETO, Lauro Maranhão. **Líderes de opinião no ambiente mediático: Uma abordagem teórica no campo da comunicação.** 2008. 85 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Brasília, Brasília, 2008. Disponível em: <http://bdt.bce.unb.br/tesedsimplicado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=4394>. Acesso em: 19 jul. 2010.

BENJAMIM, Roberto. Folclore in GADINI, S.L e WOITOWICZ, K.J. (org). **Noções básicas de Folkcomunicação.** Ponta Grossa: UEPG, 2007.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de Sociologia do Conhecimento.** 21. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico.** ed. 3. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FREIRE FILHO, João. Memórias do mundo cão: 50 anos de debates sobre o “nível” da TV no Brasil in BOUNANNO, Milly; LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org.) **Comunicação social e ética.** São Paulo: Intercom, 2005.

GIDDENS, Antony. **As conseqüências da Modernidade.** São Paulo: Editora UNESP, 1991.

HAMILTON, Fernando Arteche. Monitorando telejornais: desafios e perspectivas in CHRISTOFOLETTI, Rogério; MOTTA, Luiz Gonzaga. **Observatórios de Mídia: Olhares de cidadania.** São Paulo: Paulus, 2008.

MACHADO, Arlindo. Pode-se falar em gênero na televisão? **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 10, p.142-158, jun. 1999. Semestral. Disponível em: <<http://revistaseletronica.s.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3037/2315>>. Acesso em: 19 jul. 2010.

MARQUES DE MELO, José. Folkcomunicação in GADINI, S.L e WOITOWICZ, K.J. (org). **Noções básicas de Folkcomunicação.** Ponta Grossa: UEPG, 2007.

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da comunicação.** 13. ed. São Paulo: Loyola, 2010.

SZPACENKOPF, Maria Izabel Oliveira. **O olhar do poder: a montagem branca e a violência no espetáculo telejornal.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

SCHMIDT, Cristina. Teoria da Folkcomunicação in GADINI, S.L e WOITOWICZ, K.J. (org). **Noções básicas de Folkcomunicação.** Ponta Grossa: UEPG, 2007.