Fontes e público: quem faz parte do Repórter Brasil?[1]

Roberta Braga Chaves[2]
Iluska Coutinho[3]
Universidade Federal de Juiz de Fora

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar as fontes que aparecem no telejornal veiculado pela TV Brasil, Repórter Brasil, edição noturna, a fim de compreender qual o papel desses entrevistados que aparecem nas matérias, principalmente daqueles classificados como populares para a construção da informação veiculada na TV pública. Dessa forma, procura-se entender também como o cidadão comum é representado por esse telejornal como um ator social com direito à voz, ao exercício de seu direito à comunicação. Para a realização de tal análise, foi utilizado um recorde empírico de edições do Repórter Brasil veiculadas ao longo de uma semana de agosto de 2012. Além da análise empírica, ao longo do trabalho também foram retomados conceitos teóricos acerca de questões como identidade, representação e TV Pública, afim de embasar as interpretações dos dados obtidos e a elaborações das considerações finais.

PALAVRAS-CHAVE:

Telejornalismo; TV Brasil; Repórter Brasil; TV Pública; Representação

Ouvir todos os lados envolvidos, buscar pessoas que possam contribuir para a construção ou reconstrução de uma história, ser plural e isento. Esses são uns dos principais pontos que norteiam um bom jornalismo, que darão ou não credibilidade à determinada matéria. Independente do meio de comunicação, são as fontes quem mais contribuem para a construção da notícia e podem revelar posições políticas e editoriais dos veículos em questão.

A principal proposta desse trabalho é analisar as fontes que aparecem no Repórter Brasil Noite, telejornal veiculado pela TV Brasil e assim, verificar quantas vezes cada

[1] Trabalho apresentado ao GP Telejornalismo no XII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora e mestranda do PPGCom-UFJF e pesquisadora do grupo Jornalismo, Imagem e Representação. robertabraga.ufjf@gmail.com

[3] Jornalista formada pela Ufes, mestre em Comunicação e Cultura (UnB) e doutora em Comunicação Social (Umesp). Professora Associada do departamento de Jornalismo e coordenadora do mestrado em Comunicação da UFJF, integra as diretorias da Intercom e SBPJor. Atualmente desenvolve pesquisa sobre Telejornalismo Público e Identidade, com financiamento do CNPq. iluskac@globo.com

fonte aparece e quanto tempo cada uma delas tem de fala, além de verificar também de que forma elas estão sendo inseridas no telejornal, em quais contextos e principalmente, qual a relevância dada a essas fontes para a construção da matéria em questão e do telejornal como um todo. Dentre todas as fontes possíveis, o interesse desta pesquisa concentrou-se em particular, em um dos tipos de fontes, as que serão classificadas como populares.

No livro "Dramaturgia do Telejornalismo", resultado de sua tese de doutorado, Iluska Coutinho (2012) defende que as narrativas telejornalísticas são construídas de forma a se assemelhar a um drama cotidiano, com personagens construindo uma história. Tomando como uma das bases teóricas esse modelo, verificamos de que forma esse drama incorpora a fala dos populares e quais os objetivos dessa construção.

Para a realização das análises utilizadas na pesquisa, tomou-se o recorte uma semana do Repórter Brasil noite, de 13 a 18 de agosto de 2012. Como metodologia, foi utilizada a análise de conteúdo.

Mídia e Identidade

De maneira abrangente, entende-se que a mídia busca criar um estreitamento com seu público, a fim de que este se identifique com o que lhe é oferecido e a partir daí, sejam estabelecidos laços que aos poucos, no processo de decodificação da mensagem, façam sentido na vida de cada um e na sociedade como um todo.

> Podemos concluir que o espaço urbano é construído, hoje, especialmente pela mídia, fazendo com que a relação das cidades com seus habitantes seja, em alguns casos, mediada e, em outros, midiatizada, chegando ao paroxismo, em que não se consegue mais distinguir a cidade real da cidade simulada. (MUSSE, 2006, p.56)

Stuart Hall defende que a identidade nunca é algo singular, ela é construída a partir de discursos e ideias que podem ser, inclusive, antagônicas. "As identidades estão sujeitas a uma historicização radical, estando constantemente em processo de mudança e transformação." (HALL, 2000, p.108). Hall afirma ainda que mesmo no âmbito pessoal, as pessoas reconhecem a si próprias de maneiras diferentes ao longo da vida.

Relacionando a discussão sobre identidades ao tema da comunicação na contemporaneidade, pode-se afirmar que a mídia possui papel importante e fundamental no processo de identificação dos cidadãos. É através dela, principalmente, que eles têm contato

com o mundo, que podem ter conhecimento sobre tudo que lhes é comum e que lhes agrada. A mídia poderia permitir, ainda que potencialmente, aos indivíduos experimentar a sensação de presença no mundo, embora algumas vezes com enfoques distintos: consumidores, cidadãos.

Além de apenas receber a mensagem transmitida pela mídia, os estudos mais modernos dão conta da capacidade que cada indivíduo ou sociedade tem de decodificar tal mensagem de acordo com sua cultura, gostos, vontades e até mesmo sua história e seu passado. Ou seja, o público não é apenas um receptor passivo e assim, não está totalmente à mercê dos processos de identificação impostos. "A comunicação se tornou para nós questão de mediações mais do que de meios, questão de cultura e portanto, não só de conhecimento mas de re-conhecimento" (BARBERO, 2003, p.93).

Iluska Coutinho (2012) discute a questão das críticas feitas à mídia e pondera que grande parte dos estudos sobre a TV não a analisam em toda sua complexidade. Ou seja, essa mídia nunca é analisada como um todo e sim através de fragmentos isolados. Nessa perspectiva dialoga com outro teórico, Dominique Wolton, que afirma ser a televisão um objeto difícil de analisar.

> Sua integração natural à vida cotidiana reforça o sentimento de que é inútil refletir demais sobre ela: sua banalidade é um convite a esquecê-la (…). A segunda dificuldade, essencial, é o caráter contraditório de um objeto cujo consumo é essencialmente provado, mas que traduz uma atividade coletiva. (WOLTON, 1996, p.45).

Além da forma como as pautas são escolhidas e produzidas, o modo como o telejornal insere seu público na TV também pode contribuir para uma aproximação e identificação. "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 com o público"(COUTINHO, 2009, p.4).

Seja através de filmes, novelas, documentários ou telejornais, a televisão brasileira, tão popular e difundida no país, é a principal ligação entre os cidadãos e o mundo, entre a cultura local e a mundial, entre o real e o imaginário. Através dela, o público pode viver um pouco de tudo, ser um pouquinho de cada personagem, estar em cada lugar, sem precisar cruzar as fronteiras físicas que o separam da realidade. Ainda assim, o processo de identificação vai depender de cada pessoa, com suas histórias, gostos, culturas e memórias individuais. Cada um, ao seu modo, se sente parte do Brasil e do mundo através da TV.

TV Brasil e telejornalismo público

Em tese, todo telejornal, tanto de uma emissora pública quanto de uma privada, deveria atuar como bem público, oferecer um serviço público. Esse compromisso é firmado não apenas nos discursos institucionais das emissoras, que alegam primar pelo interesse público, isenção e verdade, mas também está presente na Constituição Brasileira, que destina um espaço a procurar garantir que os meios de comunicação não sejam monopolizados e atendam aos direitos dos cidadãos. O Artigo 221 da Constituição Federal deixa claro o dever que as emissoras, tanto de rádio quanto de TV, têm de oferecer à população um serviço de utilidade pública.

> Art. 221 A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:
> I – preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
> II – promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
> III – regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei (Constituição Brasileira).

Historicamente em nosso país, o sistema de radiodifusão sempre foi guiado por interesses comerciais, muitas vezes, em detrimento daqueles de caráter público. Essa característica vem desde a consolidação do rádio no Brasil e dessa forma, posteriormente, com a chegada da TV, essa tendência foi seguida.

Apesar de ser o meio de comunicação mais utilizado no país, a televisão privada não apresenta em sua programação, pelo menos não como a lei prevê, conteúdos que tenham um compromisso com a difusão cultural e formação da cidadania. .A TV pública seria assim, potencialmente, uma alternativa para que esses direitos do cidadão à cultura e a conteúdos educativos nos canais televisivos saiam do papel para se tornar algo concreto. Desse modo, o telejornalismo nas emissoras públicas também deveria conter mais assuntos de interesse público, inserir mais o cidadão, ser mais isento e não atender a nenhum interesse particular desta ou daquela parcela da sociedade. Espera-se, afinal, que o telejornal de uma TV pública seja mais democrático.

Diferentemente da Europa, que tem uma TV genuinamente pública, o Brasil segue as premissas do mercado televisivo americano, onde a TV é caracteristicamente privada. A implantação de uma rede de TV pública no Brasil, envolveria o re-aprendizado público do

ato de assistir TV, colocando em destaque valores até então não questionados, pelo menos não pelo grande público.

> Como a TV no Brasil nasceu privada, Bucci afirmou que falar de televisão no Brasil é falar de TV comercial, pois como as televisões abertas são gratuitas, toda formatação da programação televisiva é feita para servir de venda ao anunciante. (…) Em outros países europeus, o modelo é o mesmo (da BBC), pois a televisão nasceu pública e recentemente tem migrado à privatização. (…) Portanto, a televisão privada ganha hegemonia e estabelece regras, o que influencia diretamente a proposição de televisão pública (FORT, 2005, p. 88-89)

Foi a partir das TV´s educativas que surgiram os primeiros projetos de TV pública no Brasil. Apesar de não serem privadas, as TV´s educativas não atendiam todas as necessidades dos cidadãos como o direito à voz, inclusão e informação de qualidade. Seu caráter era genuinamente pedagógico.

Com a aprovação da Medida Provisória 398 de 10 de outubro de 2007, posteriormente substituída pela Lei 11.652, de sete de abril de 2008, instituíram-se os princípios e objetivos de radiodifusão pública no país e foi constituída a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) gestora da TV Brasil.

A TV Brasil começou a veicular sua programação no dia 2 de dezembro de 2007, buscando, segundo o site da TV na internet, ser uma TV pública independente e democrática, dando oportunidade àqueles que não têm voz na TV comercial.

> A TV Brasil busca oferecer ao telespectador programação diferenciada e privilegia conteúdos nacionais e regionais em suas diferentes faixas: infantil, jornalismo, documentários, debates, programas culturais e entretenimento. A programação inclui conteúdos próprios, coproduções, contribuições de produção independente e da produção regional (www.tvbrasil.org.br).

O Repórter Brasil Noite é o telejornal de maior destaque dentro da emissora, em termos de tempo de veiculação e posição na grade, e também no que tange ao alcance, chegando a uma parcela maior dos estados e por isso, foi escolhido como objeto de estudo desse trabalho. Segundo a emissora o telejornal "Repórter Brasil" seria "o programa líder da articulação entre a TV Brasil e as demais TVs públicas, sendo veiculado em 19 estados, afora televisões educativas ou universitárias de âmbito regional ou local" (www.tvbrasil.org.br).

De quem é a identidade e o poder de fala no Repórter Brasil?

Isenção, pluralidade e democracia. Quando se pensa em uma comunidade onde os cidadãos têm direitos e deveres iguais, esses três itens seriam fundamentais. Ao mesmo tempo, eles podem ser entendidos/ aplicados de muitas maneiras diferentes, dependendo do local, circunstância e interpretação de quem os torna realidade.

No Jornalismo, por exemplo, isenção e pluralidade deveriam ser os pressupostos da maioria dos meios de comunicação, mas na prática, cada um age a sua maneira, seguindo seus princípios e interesses. Ainda assim, provavelmente os veículos jamais admitiriam não serem isentos, plurais. Como medir esses quesitos, mensurar a imparcialidade, isenção e pluralidade de uma notícia, apurar em que medida ela é democrática? Como saber se todos os cidadãos têm os mesmos direitos de voz, se são englobados nos noticiários de forma justa?

Como o objetivo do trabalho é a análise das fontes, principalmente dos populares, quanto ao tempo e conteúdo de suas falas, restringiu-se as análises apenas aos VTs, excluindo os demais formatos. Isso ocorreu para não desequilibrar as comparações. Por uma questão técnica e de formato, os entrevistados considerados populares não são inseridos em entrevistas em estúdio, *stand-ups* com entrevista ou entradas ao vivo. Também por esse motivo, o quadro "povo fala", apresentado ao fim de cada bloco, também não entrou na análise, uma vez que um espaço específico para ouvir as pessoas nas ruas desequilibraria a contagem geral, além de não ser relevante para a análise como um todo, tendo em vista que seu objetivo está explicitado pelo próprio formato.

Para a realização da pesquisa, foi feita uma tabela de classificação, contendo data, formato, editoria, tempo, classificação da fonte, pergunta, resposta, tempo da resposta e local da entrevista. É importante ressaltar, para as análises, foi feita uma classificação prévia dos tipos de fontes. Foram elas: populares; especialistas; ligadas ao governo; políticos; de órgão público; de iniciativa privada; ONG; artistas e atletas.

Depois de coletados os dados das fontes ouvidas pelo Repórter Brasil, foram feitos gráficos, para facilitar a visualização dos números e posteriores interpretações. Seguem abaixo os gráficos:

Total de fontes ouvidas

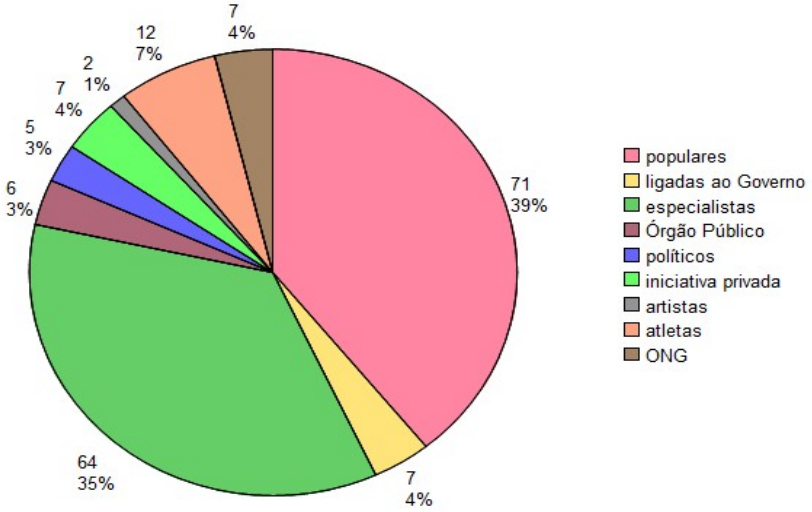

Figura 1: total de fontes ouvidas

Tempo total das fontes

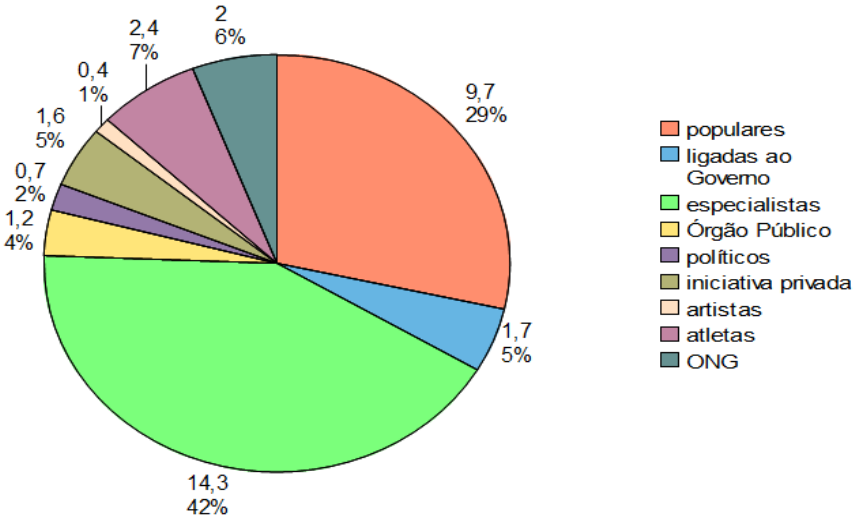

Figura 2: tempo total das fontes

Além do tempo e do espaço destinado a cada fonte, elementos como o conteúdo das respostas e o local da entrevistas também foram considerados importantes para a análise. Eles permitem que se tenha uma ideia geral do contexto em que cada entrevistado ou tipo de fonte se insere. Essas características não formaram um padrão único. Às vezes, mesmo

tendo a mesma classificação, um entrevistado apareceu em situações bem adversas ao demais.

Artistas e atletas sempre apareciam em editorias mais "leves", como cultura e esporte, respectivamente. O cenário de realização/a locação das entrevistas, por sua vez, oscilou bastante entre locais abertos e fechados, mas em geral elas eram gravadas no local onde se passava a notícia, seja em um teatro, um festival, evento esportivo ou centro de treinamento. Essas fontes não foram entrevistadas em locais separados, o que leva a supor que foram ouvidos os atores sociais que estavam no local na hora da gravação e não alguém específico, procurado pela produção, cuja entrevista tenha sido marcada com antecedência. Suas respostas, na grande maioria, abordavam seu trabalho ou tinham um cunho sociocultural, como a importância da arte ou do esporte.

A inserção fontes reunidas sob a categoria ONG se deu principalmente em manifestações ou projetos sociais e assim como os artistas e os atletas, não foram entrevistados em locais separados, e sim durante os eventos que ocorriam. O conteúdo de suas falas eram, principalmente, a respeito de reivindicações e seus objetivos, no caso de manifestações e sobre a importância de seu trabalho e também objetivos, no caso de projetos sociais.

As fontes da iniciativa privada apareceram em circunstâncias bem distintas, como em matérias sobre inovação ou de cultura, falando sobre algum produto ou mostrando como se faz. Da mesma forma, o local das entrevistas também variou muito, de acordo com cada matéria. Mas assim como as demais fontes acima citadas, os "representantes" da iniciativa privada foram ouvidos no ambiente onde se deu a matéria como um todo, como em uma feira ou local de produção.

Outra categoria que teve inserções bem variadas foram os órgãos públicos, principalmente devido aos diferentes cargos a que se pode atribuir tal classificação. Entre esses entrevistados podemos ter delegados, policiais, representantes de alguma secretaria entre outros. Por isso, o local das entrevistas não teve um padrão. Foram eles foram ouvidos em escritórios, gabinetes, delegacias ou no local de um acontecimento. Por mais distintas que tenham sido suas falas, elas quase sempre tinham o objetivo de dar algum esclarecimento sobre um fato, seja uma investigação ou qualquer outro fato de interesse público.

Os políticos, que apareceram ocupando diferentes cargos, foram inseridos em sua quase totalidade, em editorias de política, principalmente em matérias envolvendo denúncias e escândalos, mas também apareceram falando sobre projetos ou assuntos afins.

A grande maioria foi entrevistada em seu local de trabalho, seja no gabinete, no salão de alguma sessão ou em uma plenária.

As fontes ligadas ao governo também aparecem principalmente na editoria de política, mas suas falas são menos pessoais, na maioria das vezes servindo para representar o setor do governo no cargo que lhe é atribuído. Nas entrevistas, essas fontes falam de projetos, acordos políticos ou se pronunciam sobre algum acontecimento de relevância nacional, servindo muitas vezes de porta-voz do governo, dando esclarecimentos para a população. Os locais onde eles aparecem é bastante variado, como em um evento político ou nos seus locais de trabalho.

Os especialistas estão presentes em todos os tipos de editorias e dessa forma, suas falas têm os mais diversos conteúdos. Em sua maioria, eles oferecem explicações acerca do assunto da matéria ou dão sua opinião, qualificada, sobre o tema. Outra vezes, eles são as fontes principais, como por exemplo, quando o VT é sobre alguma pesquisa. Nesse caso, as entrevistas se dão geralmente no laboratório ou outro lugar onde a pesquisa está sendo desenvolvida, mas na maioria das vezes, eles falam de seus escritórios ou algum outro ambiente formal, escolhido especificamente para sua entrevista.

A categoria populares, de certo modo, é a que menos segue um padrão, principalmente no que tange ao contexto e conteúdo de suas falas e à locação das entrevistas. Apesar de não estarem presentes em todas as matérias analisadas, as pessoas comuns são o tipo de fonte que aparece na grande maioria dos vídeos e talvez, a única que caiba em qualquer editoria, independente do assunto. Esse tipo de fonte é muito utilizado em duas situações: para dar sua opinião sobre algum assunto ou por ser testemunha de um fato. No primeiro caso, geralmente são escolhidos aleatoriamente e ouvidos nas ruas, quando estão de passagem. Suas falas serviriam para representar a opinião das pessoas em geral, como se fossem uma espécie de representantes do telespectador.

O tempo destinado às fontes populares nas edições, conforme observado nos telejornais analisados, varia muito. Às vezes não passa de alguns poucos instantes, sendo dois segundos o menor tempo detectado e em outras, pode acontecer dessa fonte ter um espaço midiático significativo(considerando os tempos médios das sonoras em TV), chegando a algumas vezes ultrapassar os 15 segundos. Os menores tempos de fala são os do "povo fala", onde a edição deixa as respostas bem curtas e objetivas, como "sim, eu concordo" ou "não, eu não acho".

O povo fala? Considerações finais acerca do tema abordado

Depois das análises quantitativas e qualitativas acerca das fontes ouvidas pelo Repórter Brasil, a principal questão deste trabalho ainda precisa ser pensada e debatida: qual o papel dos populares nesse telejornal? Todos os números foram esclarecidos, assim como analisadas suas respostas e o contexto no qual elas se inseriram. Ainda assim, dada a complexidade do tema, é comum aparecerem mais perguntas que respostas.

De acordo com os gráficos apresentados, a categoria de entrevistados que teve mais tempo nas edições foram os especialistas. Isso demonstra um interesse em valorizar fontes que tenham um discurso mais formal, com conhecimento técnico e científico e que ocupem um cargo importante e respeitado na sociedade. Isso pode ser ainda mais evidenciado observando que, ao se fazer a média de tempo de fala da cada entrevistado individualmente, os populares foram a classe de fontes com menos tempo, uma média de 8 segundos, enquanto os especialistas, ligados ao governo, políticos e iniciativa privada tiveram quase o dobro de cidadania audiovisual.

Apesar de terem menos tempo, os populares foram as fontes mais presentes nas edições analisadas. Esse dado evidencia que foram ouvidos muito populares, mas que cada um falou em média, muito pouco. Tal relação observada entre o número de vezes que essas fontes apareceram e suas falas é algo contraditório. Se a fala dos populares, teoricamente, não tem tanta relevância, para que inseri-los em determinadas situações ou, pra que tantos em uma única matéria?

Da mesma forma como dados numéricos evidenciam o posicionamento do telejornal em relação às suas fontes, análises mais qualitativas têm muito a contribuir para essa pesquisa. Informações como local das entrevistas, conteúdo das respostas e contexto de cada fala também evidenciam o papel que cada fonte tem no Repórter Brasil.

Enquanto os populares geralmente são ouvidos na rua ou em um ambiente mais informal, a maioria das demais fontes aparecem em ambientes internos, formais, muitas vezes escolhidos e montados especialmente para a entrevista. Isso demostra um cuidado maior, da parte do Repórter Brasil, com as fontes oficiais, como se elas merecessem uma imagem melhor, mais exclusiva, que as fontes populares.

O Repórter Brasil, enquanto telejornalismo público, ainda tem muito a avançar. É preciso apreender o outro verdadeiramente, sem as barreiras das lentes das câmeras nem os preconceitos estabelecidos por um padrão que, já é sabido, não atende à demanda de uma

sociedade que precisa ser melhor representada. Muito mais que colocar a cara do Brasil na tevê, é preciso ouvir o que eles têm a dizer, sem forçar nenhuma situação. Cada fonte tem sua importância e por isso, não se deve também esquecer do papel de cada uma delas. Quando o olhar do jornalista não estiver tão condicionado, será mais fácil entender qual é o lugar e o papel de cada fonte, sem que uma precise se sobrepor a outra. Para isso, que a princípio pode parecer um pouco minimalista, possa ser concretizado, um passo importante a ser dado é quebrar as regras e os padrões, mesmo que no princípio, tal ruptura cause estranheza. Como dito há pouco, não se faz algo novo com base no velho ou, em outras palavras, não se faz telejornalismo público seguindo os padrões dos telejornais de tevês comerciais.

Referências

BRASIL. **Constituição**(1988).**Constituição** da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, Senado, 1998.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo:** a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

FORT, Mônica Cristine. **Televisão Educativa:** a responsabilidade pública e as preferências do espectador. São Paulo: Annablume, 2005.

HALL, Stuart. Quem precisa da Identidade? In: SILVA, Tomás Tadeu (Org.). **Identidade e Diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. 9ª ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

MUSSE, Christina Ferraz. **Imprensa, cultura e imaginário urbano**: exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora. Tese de Doutorado. Escola de Comunicação da UFRJ. Rio de Janeiro, 2006.

Repórter Brasil. Disponível em: http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/. Acesso em 14 de fevereiro de 2013.

TV Brasil. Disponível em: http://www.tvbrasil.org.br/sobreatv/ . Acesso em: 18 de novembro de 2012.

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