

## **A arte como expressão identitária: os formatos e a apresentação da notícia no programa *Arte 1 em Movimento*<sup>1</sup>**

Profa. Dra. Paula Regina Puhl<sup>2</sup>  
Famecos/PUCRS

### **Resumo**

A proposta do artigo é verificar e analisar como as representações artísticas brasileiras são apresentadas nas reportagens televisivas do programa semanal *Arte 1 em Movimento*, pertencente ao canal por assinatura Arte 1 que iniciou as suas atividades em dezembro de 2012. O estudo teve como recorte duas edições do mês de junho de 2014. Foi feita uma análise quantitativa, a fim de identificar o tempo destinado às expressões artísticas brasileiras e os tipos de arte mais citados nas reportagens e, posteriormente, na análise qualitativa foram analisados os formatos das reportagens, seus conteúdos e como essas características representam/influenciam as identidades nacionais. A importância de analisar os formatos e a apresentação da notícia na revista eletrônica é justificada devido ao crescimento no número de consumidores do serviço de televisão por assinatura em 2013.

### **Palavras-chave**

Telejornalismo; Arte; Notícia; Identidade, Canal Arte 1

### **Arte e comunicação na televisão: uma breve introdução**

O estudo tem como finalidade identificar a representação das identidades brasileiras a partir das notícias sobre a arte brasileira veiculadas na revista semanal *Arte 1 em Movimento*, no canal fechado denominado Arte 1, operado pela Rede Bandeirantes de Comunicação. As atividades do canal iniciaram em dezembro de 2012 e esse se apresenta como o primeiro canal brasileiro com programação inteiramente dedicada à arte e à cultura e atualmente conta com onze programas<sup>3</sup>. O foco da análise será o programa *Arte 1 em movimento*, caracterizado como uma revista eletrônica e por se dedicar às notícias de música, teatro, dança, literatura, artes visuais e cinema. Ele é apresentado pela editora-chefe do canal, Gisele Kato, normalmente é gravado na Pinacoteca do Estado de São Paulo e exibido aos domingos às 23 horas.

As reportagens exibidas no mês de junho de 2014 vão servir de ilustração para análise, e nelas são verificadas quais as expressões artísticas mais presentes e quais cidades e espaços artísticos do Brasil são citados na pauta, assim como também serão discutidos os formatos de apresentação das informações. Noticiar assuntos do campo artístico é sempre

---

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

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação Social. Professora do Curso de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Curso Superior de Tecnologia em Produção Audiovisual na PUC do Rio Grande do Sul. Pertence ao grupo GIPTELE – Grupo interinstitucional de pesquisa em telejornalismo. Contato: [paula.puhl@puers.br](mailto:paula.puhl@puers.br)

<sup>3</sup> A grade de programação pode ser conferida em: <http://arte1.band.uol.com.br/programacao/> Acesso em: 11 de julho de 2014.

um desafio visto que o entendimento sobre a arte é muito discutido seja na academia como pela sociedade em geral.

Existem muitas discussões sobre o que é arte, no entanto para esse artigo será seguida a definição de Bulhões (2000) que considera arte como uma categoria social instauradora de valor. Esse valor é legitimado muitas vezes pelas instituições museológicas, que constituem o lugar oficial da arte, destaca a autora. Além disso o sistema das artes é fundamental para o reconhecimento de uma expressão artística como *obra de arte*. Para Bulhões (2000, p.40) “O sistema pode ser definido como o conjunto de indivíduos e instituições que produzem, difundem e consomem objetos e eventos por eles mesmos definidos como artísticos e que determinam os critérios da arte para toda uma sociedade em determinada época”. Bulhões destaca que esses critérios são construídos historicamente relacionados com as necessidades da sociedade em que se inserem, pois segundo a pesquisadora “as disputas pelo poder simbólico envolvem valores estéticos, mas também interesses políticos, econômicos e sociais” (BULHÕES 2000, p, 41).

Ao citar o pensamento de Bourdieu para definir o valor simbólico na arte, Bulhões (2000) afirma que a valorização artística está nos discursos proferidos pela disciplina de Estética, História da Arte e Crítica da Arte, que diferenciam uma peça exposta em um artesanato de outra que é vista em um museu ou outro espaço museológico.

Outra característica necessária para uma expressão artística ser considerada arte está na interlocução que ela estabelece com a sociedade, como por exemplo, as inúmeras interpretações e citações. “*A Gioconda*, de Leonardo Da Vinci, por exemplo, exposta no Louvre: essa pintura tem seu valor definido a partir de todos os livros que já se escreveram sobre ela e dos inúmeros estudos que oportunizou” (BULHÕES, 2000, p. 42). Além disso, o valor de mercado, também é definidor do valor simbólico, a partir da raridade e autenticidade da obra, no entanto Bulhões (2000) adverte que o importante para o valor da arte é a união entre mercado e museu, pois o equilíbrio entre essas duas partes irá garantir a realização das funções sociais da arte centradas na valorização simbólica de um produto da criatividade humana dentro de uma determinada sociedade e contexto histórico e social.

A fim de complementar essa discussão Gonçalves (2007) compreende a arte como um fenômeno cultural complexo, por possibilitar diferentes experimentações nos processos comunicativos e constituir um campo de circulação de valores e signos. No contemporâneo são presenciados diferentes relações com a técnica que promove releituras de discursos e

práticas sociais ligadas às aos nossos modos de vida, possibilitando a produção da diferença nos tempos atuais.

A relação da arte, cultura e comunicação na contemporaneidade traz novamente a arte para um lugar de objeto de consumo e produção simbólica, para Gonçalves ( 2007, p. 4) “A arte vai nos interessar especialmente pela aventura de caráter estético e subjetivo a que pode dar lugar - onde o estético diz respeito a formas de sensibilidade criadoras e o subjetivo, à produção social de estilos de vida”. Essa ideia aponta para um dos objetivos da arte que é produzir marcas na sociedade pela qualidade das experiências subjetivas.

Para o autor desde o início do século XX, por intermédio das vanguardas artísticas, foram realizadas uma série de experimentações com a comunicação, não no nível de transmissão mas no da criação e no rearranjo de códigos sociais, por incorporar elementos da cultura e da sociedade, seja refletindo ou reforçando valores, ou ainda criticando e rompendo com as culturas de determinados contextos históricos.

Nesse sentido Gonçalves (2007) destaca que o campo se abre para a inclusão de suportes como a fotografia, cinema, vídeo, computador e internet. Esse fato se explica por ser a arte um processo de produção simbólica que colabora com o ver e o pensar os modos pelos quais os homens se relacionam hoje com as tecnologias e com a comunicação, criando assim usos diferenciados das mídias e das tecnologias, assim como possibilidades de intervenção. Gonçalves ( 2007, p 6) ressalta essa relação entre arte e pertencimento, ao dizer “a produção de arte pode ser considerada não exatamente como um espelho de uma sociedade, mas talvez como um mapa onde seria possível localizar os modos como os homens produzem seus valores, problematizam sua existência e, ao mesmo tempo, a transformam”.

Ou seja, para o autor a própria experiência promovida pela arte influencia diretamente nas percepções e discursos. Novas experiências sociais, estéticas e comunicativas acabam por aparecer unindo elementos que vão além da palavra, imagens e ideias, essas experiências habitam juntas uma mesma e complexa rede. O autor finaliza suas ideias a partir da fala a seguir,

as relações entre arte e comunicação constituem um importante espaço de investigação, na medida em que valores da cultura e da experiência do homem são aí criados, processados e rearranjados constantemente e, por isso, necessitam ser revisitados para permitir o surgimento de novas perspectivas e ferramentas de análise do fenômenos contemporâneos da comunicação.(GONÇALVES, 2007, P. 9)

Partindo dessas argumentações expostas se justifica a escolha desse estudo que tem como foco o canal Arte 1 e a verificação de como a televisão, mais especificamente um canal por assinatura, representa as expressões artísticas brasileiras, já que se entende a televisão como meio que dialoga e constrói um processo comunicativo com um público mais expressivo do que aquele que frequenta instituições museológicas. Com a finalidade de conhecer e legitimar o objeto de estudo escolhido, no próximo item são apresentados alguns dados sobre o mercado dos canais por assinatura no Brasil e o canal Arte 1.

### **Canais por assinatura no Brasil: tendências de um mercado em expansão**

De acordo com o ABTA – Associação Brasileira de Televisão por Assinatura<sup>4</sup>, o Brasil possui 5.565 municípios atendidos pelo serviço de televisão por assinatura, totalizando 18.019.677 assinantes no quarto trimestre de 2013. Esse indicador teve um crescimento de 2,3% em relação a terceiro trimestre do mesmo ano quando o número era de 17.622.166. Esses números refletem no faturamento, incluindo publicidade que teve um crescimento de 5,1 % entre esses dois trimestres de 2013, citados anteriormente, o faturamento total chegou a R\$ 7.500.319.553. Esse crescimento do setor posicionou o Brasil como o sexto maior mercado de televisão por assinatura no mundo.

Também em 2013, segundo a publicação Mídia Fatos<sup>5</sup> da ABTA, os domicílios assinantes eram 17 milhões, que significa acesso a mais de 54 milhões de pessoas sendo que a população do país pelo IBGE publicada em primeiro de julho de 2013 no Diário Oficial da União é 200 milhões<sup>6</sup>.

Segundo a ABTA a implantação da TV por Assinatura no país foi regulamentada por um decreto de 1988, e em dezembro de 1989 o Governo introduziu oficialmente a TV a cabo no país. Em 1991 grandes grupos de comunicação como as Organizações Globo, pela Globosat, Grupo Abril, Grupo Algar entre outros ingressaram no setor, investindo alto em novas tecnologias. Mas foi em janeiro de 1995, com a promulgação da lei de TV a Cabo (nº 8.977), que as permissões de operação foram transformadas em concessões, sendo decidido que novas licenças só seriam concedidas por meio de licitações abertas pelo Ministério das Comunicações. Essas licitações só foram concluídas em 1998 pela Anatel e em 1999 iniciou a implantação e no ano 2000 começaram as operações.

---

<sup>4</sup> Os dados usados sobre televisão por assinatura descritos nesse artigo podem ser conferidos no site da ABTA, disponível em: < [http://www.abta.org.br/dados\\_do\\_setor.asp](http://www.abta.org.br/dados_do_setor.asp). Acesso em 10 de julho de 2014.>

<sup>5</sup> A publicação está disponível em: <<http://www.midiafatos.com.br/site2013/index.html#4>> Acesso em 9 de julho de 2014.

<sup>6</sup> Informação retirada da página do G1, disponível em: < <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/08/populacao-brasileira-ultrapassa-marca-de-200-milhoes-diz-ibge.html> > Acesso em 14 de julho de 2014.

De acordo com a ABTA essas atividades começaram a ser reguladas pela Anatel com,

a promulgação da Lei Geral de Telecomunicações (Lei nº 9.472), em 1997, a Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações – assumiu a função de órgão regulador de todos os serviços de telecomunicações, inclusive de televisão por assinatura, e vem dando continuidade ao processo licitatório para expansão dos serviços.

Outro regulamento que colaborou para a expansão do mercado dos canais segmentados foi o Serviço de Acesso Condicionado (SeAC), aprovado em 2012 pela Resolução nº 581, que tem como objetivo:

Art. 1º Este Regulamento tem por objetivo disciplinar as condições de exploração e fruição do Serviço de Acesso Condicionado (SeAC), bem como a prestação do Serviço de TV a Cabo (TVC), do Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanal (MMDS), do Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura via Satélite (DTH) e do Serviço Especial de Televisão por Assinatura (TVA).<sup>7</sup>

No regulamento, no Art 2º, é expresso que a prestação do serviço é livre para empresas constituídas sob as leis brasileiras com sede e administração no País. Essas normas colaboraram para o aumento de operadoras no país. Entre elas está a associação NEOTV<sup>8</sup> que une 145 empresas, entre elas operadores de TV por Assinatura e provedores de Internet, atuando em mais de 475 cidades, de vinte estados brasileiros. Entre os associados estão a Globosat, ESPN Brasil, Fox, o canal Arte 1 entre outros.

A NEOTV tem como objetivo negociar conteúdo e formatar produtos para operadores independentes de TV por Assinatura e Internet, além de ter papel institucional no setor de telecomunicações, buscando a livre concorrência e a competitividade no mercado.

Essa concorrência do mercado vai ao encontro dos dados de 2013 disponibilizados pela ABTA que comprovam esse novo comportamento do mercado, no terceiro semestre de 2013 o crescimento do número de assinantes foi de 3,9%. Em relação ao mesmo período em 2012 foi notado o crescimento de 14,4%.

Com o aumento de assinantes é importante saber mais sobre o perfil desse público. De acordo com o anuário Mídia Dados 2014<sup>9</sup>, que publica as tendências de consumo mercado brasileiro, mostra que público das TVs segmentadas é composto por 49% de mulheres e 51% de homens, as faixas etárias predominantes são 20/29 anos com 23%,

<sup>7</sup> A resolução Nº 581 da ANATEL e o regulamento do SeAC podem ser conferidos na íntegra no endereço: <<http://legislacao.anatel.gov.br/resolucoes/34-2012/139-resolucao-581>>. Acesso em 10 de julho de 2014.

<sup>8</sup> Dados sobre a NEOTV disponíveis em: <<http://www.neotv.com.br/>>. Acesso em 10 de julho de 2014.

seguido por 30/39 anos com 20% e em terceiro lugar, em empate 40/49 e 50/64 anos com 15%. A classe econômica B2, que possui renda média individual de R\$ 1.769,08, é a que mais predominou com 28%, seguida pela C1, renda média individual de R\$ 1.194,61 com 24%.

A TV por assinatura está presente em aproximadamente dezoito mil domicílios, sendo que a maior parte deles 62% usam a tecnologia DTH<sup>9</sup> e 38% usam Cabo. No levantamento sobre a evolução de penetração do meio foi constatado que 44% dos assinantes, o que equivale a 22.865.000 de pessoas, assistiram pelo menos uma vez na semana algum canal pago em 2013, enquanto que no ano 2004 o percentual era de 18%. Outras informações interessantes apresentadas no Mídia Dados foi a relação da Classe C, renda média individual de R\$ 1.039,58, com esse mercado, em 2013 34% teve acesso ao serviço enquanto que em 2007 era 7%.

Sobre a audiência, informação imprescindível para esse artigo, dos 22.191.149 assinantes consultados pela pesquisa, no horário das 18h à meia noite é a faixa horária de maior pico de audiência, pois 26% estão com aparelhos de televisão ligados, desse número por volta de 16% está vendo televisão aberta e 8% TV por assinatura. Outra curiosidade é o ranking dos canais por assinatura com maior número de assinantes, o *Discovery Kids*, da Discovery ocupa o primeiro lugar com quase 16 milhões, em segundo lugar a *Globo News* com 15.368.554 e em terceiro o canal *Multishow* com 15.363.098, ambos da Globosat. Já o Canal Arte 1 conta com 10.051.863 assinantes, ocupando o trigésimo sexto lugar. No entanto é importante destacar que o canal iniciou as suas operações no final de 2012 e mesmo assim deixa para trás no ranking canais mais tradicionais como: *CNN Internacional*, *Band Sports* e os *canais Telecine*.

### **A arte em pauta: o programa *Arte 1 em Movimento***

Para ilustrar a discussão entre arte, informação e identidade brasileira no canal Arte 1, serão apresentadas e analisadas somente as reportagens referentes a expressões artísticas brasileiras, que são entendidas nesse artigo como obras feitas ou executadas por brasileiros, presentes nas edições do dia 15 de junho gravada no *Palais de Tokyo* em Paris e a edição de 22 de junho de 2014, gravada na Pinacoteca do Estado de São Paulo. O motivo da escolha desses dias foi devido ao início da Copa do Mundo no Brasil em 12 de junho, nesse sentido

---

<sup>9</sup> DTH é a abreviatura do termo em inglês *direct to home*. É uma modalidade de transmissão de televisão digital via satélite, nos mesmos formatos que a TDT (Televisão Digital Terrestre) e podendo incluir serviços como acesso internet, email, entre outros. Exemplos são as operadoras como Sky, GVT, TecSat.

a primeira edição foi produzida na semana inicial do campeonato e na segunda data o evento esportivo já estava em andamento. Os programas foram acessados na página do programa *Arte 1 em Movimento*, separados em quatro blocos.<sup>10</sup>

Para organizar a descrição e o melhor aproveitamento dos dados coletados foi organizado um quadro para cada uma das edições do programa com os seguintes elementos: formas de apresentação da notícia, descrição e formato, a expressão artística a qual o conteúdo se refere e a duração. Devido a extensão das informações, a seguir somente um exemplo para visualização:

Quadro 1 – Exemplo de coleta de dados do Programa *Arte 1 em Movimento*

Programa Arte 1 em Movimento			
Edição 15/06/2014 – Gravado em Paris no Palais de Tokyo			
Bloco 1 Duração: 4'29'			
Formas de apresentação da notícia:	Descrição e formato	Expressão artística::	Duração:
Arte1 Espia	Reportagem com sonoras com os atores Cláudia Raia, Jarbas Homem de Mello do musical Crazy for you. Imagens dos bastidores dos ensaios, sempre acompanhados pela voz dos atores já citados. Ao final da reportagem aparece na tela o local onde está ocorrendo o espetáculo.	Teatro brasileiro	4'29'

Fonte: desenvolvido pela autora (2014)

O quadro foi produzido com o intuito de ser uma espécie de espelho<sup>11</sup> do programa. Nesse sentido é preciso esclarecer alguns conceitos que fazem parte do vocabulário telejornalístico que foram usados para a descrição, entre eles: *cabeça*, que é a abertura da matéria, ou seja o apresentador está sempre em quadro e fala direto ao telespectador; *escalada* são frases curtas, manchetes sobre o que irá ter no programa; *off*, quando ouvimos a voz do emissor e a sua imagem não está em quadro; *passagem* que é a gravação feita pelo repórter no local do acontecimento e pode ser utilizada no meio de uma matéria; *sonora* termo para designar uma fala da entrevista; *reportagem* são matérias que contam com imagens, entrevista e off; *G.C* é o gerador de caracteres usado para inserir legendas junto às imagens e por fim *roll* que é a assinatura do programa onde constam os nomes dos participantes da equipe (PATERNOSTRO, 1999).

Esse levantamento feito através do quadro foi fundamental para estruturar e colaborar tanto com análise quantitativa quanto com a qualitativa. Na primeira leitura dos dados foi notado a partir da coluna 1 *Formas de apresentação da notícia* e da coluna 2

<sup>10</sup> É importante esclarecer que a autora baixou os vídeos das datas escolhidas, porém esses não estão mais disponíveis pois a cada nova edição do programa o canal substitui os vídeos na sua página na web. <www. <http://arte1.band.uol.com.br/category/programas/videos/arte-1-em-movimento/integra-do-programa/>> Acesso em 15 de julho de 2014.

<sup>11</sup> De acordo com diversos manuais de telejornalismo, o espelho mostra a ordem e tempo das matérias que compõem um programa ou telejornal.

*Descrição e Formato* algumas características comuns a maneira em que o programa estrutura as informações, entre elas a escolha em não ter um repórter em quadro, ou seja, a ausência da figura do mediador e quando esse aparece é a própria apresentadora e editora-chefe do programa Gisele Kato que participou como repórter em somente uma entrevista em cada uma das edições analisadas. O formato de reportagem mais utilizado apresentou cabeça, sonora com artistas, curadores e outros porta-vozes de exposições e galerias, sendo esse um recurso muito usado, inclusive essas falas das entrevistas servem de *off* para as reportagens que contam sempre com muitas imagens para cobrir as informações ditas pelas fontes. Essas características serão aprofundadas no item análise qualitativa das edições desse artigo, quando serão relacionados os formatos escolhidos pelo programa para veicular a informação com a representação da identidade brasileira por intermédio das reportagens.

Na análise quantitativa o objetivo foi verificar o tempo disponibilizado para informações sobre expressões artísticas com temática brasileira e também foram consideradas aquelas que contavam com artistas do Brasil, mesmo quando a obra era de origem estrangeira. Além disso o levantamento proporcionou destacar as expressões artísticas que foram contempladas, nesse aspecto ressaltamos que foi utilizada a nomenclatura *Artes visuais* para se referir a expressões artísticas como escultura, gravura, pintura, grafite e fotografia; aparecem também *Cinema; Literatura; Teatro e Música*. No próximo item são apresentados essas informações nas duas edições escolhidas.

### **Análise quantitativa das edições do *Arte 1 em Movimento***

*Edição do dia 15 de junho de 2014* : essa edição teve a duração total de 39 minutos e 16 segundos, ao todo foram 10 reportagens, sendo que destas 4 foram sobre expressões brasileiras, somando 15 minutos e 35 segundos. Duas reportagens foram sobre teatro, uma sobre música e outra sobre artes visuais, com ênfase ao grafite.

Mesmo não sendo o recorte da análise destacam-se 5 reportagens a respeito de manifestações artísticas estrangeiras, totalizando 17 minutos e 32 segundos . Acredita-se que a inclusão dessas matérias foi por que a editora-chefe esteve em Paris para a gravação dessa edição e por isso foram aproveitadas as atrações culturais da cidade. A expressão artística que mais se destacou foi referente as Artes Visuais em 4 reportagens e uma sobre literatura.

*Edição do dia 22 de junho de 2014*: a duração dessa edição foi de 47 minutos e 31 segundos e contou com 11 reportagens com tempo total de 34 minutos e 16 segundos, dessas somente uma, com duração de dois minutos e quarenta segundos, não tinha como

pauta uma expressão artística brasileira. Sendo assim foram 31 minutos e 36 segundos destinados à arte brasileira.

Porém, diferente da edição anterior, essa contou com 5 depoimentos de artistas com uma média de 30 segundos cada, somando 3 minutos e 21 segundos. A inserção dessas falas puderam ser conferidas em diferentes blocos do programa e serviram como complemento para a primeira reportagem apresentada no bloco 1 sobre a exposição – *A experiência da Arte, arte para crianças* - que ocorreu no Centro Cultural do Banco do Brasil em Brasília. Ao somarmos o tempo desses depoimentos com os das reportagens já abordadas no parágrafo acima, essa edição dedicou 34 minutos e 57 segundos para expressões artísticas brasileiras como: artes visuais ( 4 reportagens), Música (5), Cinema e Teatro com uma incidência cada. Destaca-se que se incluirmos os depoimentos esses fazem parte da expressão artes visuais.

No quadro 2, logo abaixo, é possível visualizar os principais resultados da análise quantitativa, considerando que o tempo total da soma das duas edições é de 1 hora e 26 minutos.

Quadro 2- Representação quantitativa das expressões artísticas brasileiras nas 2 edições analisadas do programa *Arte 1 em movimento*

<b>Categorias artísticas</b>	<b>Total de reportagens</b>	<b>Tempo</b>
Artes Visuais	5	<b>19 minutos e 51 segundos</b>
Música	5	<b>13 minutos e 26 segundos</b>
Teatro	3	<b>12 minutos e 6 segundos</b>
Cinema	1	<b>3 minutos e 58 segundos</b>
<b>Reportagens e tempo total</b>	<b>14</b>	<b>49 minutos e 21 segundos</b>

Considerando as somente as 14 reportagens foram 49 minutos e 21 segundos dedicados para a cobertura de expressões artísticas brasileiras, no entanto ao considerar os depoimentos avulsos veiculados na edição do dia 22 de junho, o tempo total foi de 52 minutos e 32 segundos.

É importante destacar que não foram contabilizados nos dados acima os tempos das cabeças, chamada de blocos, vinhetas de transição entre as matérias e roll final, esses recursos serão comentados na análise qualitativa.

### **Análise qualitativa das edições do *Arte 1 em Movimento***

Com base nos dados quantitativos foi estabelecido como procedimento analítico o foco nas 14 reportagens que citam as expressões brasileiras. Nesse sentido foram

observadas, que independente da forma de arte abordada, as reportagens são organizadas da seguinte forma: imagens bem produzidas no local em que ocorre a notícia, contam geralmente com mais de uma fonte como mediadora da informação, essas falas seguem um formato de depoimento, já que as fontes olham diretamente para a câmera estabelecendo uma proximidade com o espectador. Outro aspecto é sobre o uso do *off*, diferentemente de reportagens de telejornais, ele é falado pela própria fonte e a partir do texto dito por ela são colocadas imagens que ilustram as informações comentadas. Foi percebido em somente duas reportagens, em edições diferentes, a presença do repórter, na verdade da apresentadora e editora-chefe do programa, como comentado anteriormente. Essas reportagens com mais de 5 minutos mostram a editora como entrevistadora, porém além de mostrar a interação entre fonte e repórter também são utilizadas as falas do entrevistado como *off* para cobrir as imagens.

A presença do repórter é algo já esperado pelo espectador da televisão, diversos conceitos sobre passagem em reportagens televisivas e o papel do repórter em uma reportagem é tema de diversos manuais e obras que abordam o telejornalismo. Fachine e Lima (2009) discutem essas definições que versam sobre a presença do repórter na tela e sua utilidade, seja para passar uma informação que não se tenha imagem como números e estatísticas, como ligação entre diferentes partes da reportagem, ou ainda como condutor e esclarecedor das informações que fazem parte da notícia. As autoras, por sua vez, apresentam um estudo focado na passagem do repórter como uma função textual para estruturar uma reportagem.

Também são encontradas outras abordagens como a de Lage (2001) que defende a ideia de que o repórter deve estar onde o seu público não pode estar. Ele acredita que o repórter ao estar no local do fato tem mais condições de selecionar o que é ou não relevante, pelo fato de estar vivenciando as reações das pessoas envolvidas. Esse processo produtivo diferencia uma reportagem viva de um relato construído. Já Dantas (2004) defende que um bom repórter é capaz de contar bem um fato ocorrido na sua vizinhança, mas que também não desiste de uma boa história.

No caso das edições analisadas do *Arte 1 em Movimento* essa função do repórter merece reflexão. Como as pautas, certamente precisam de produção, o repórter não precisa “ir correndo” para apurar o fato, a sua função é percebida mas de maneira discreta na construção do roteiro da reportagem, na escolha das imagens para cobrir os *offs* e na elaboração das perguntas que regem o fio narrativo das reportagens.

No entanto isso não quer dizer que sua função é menos importante, pelo contrário, como abordado no item sobre o crescimento das TVs por assinatura no Brasil, os públicos de diferentes classes sociais têm tido acesso aos canais segmentados, e quando o assunto é arte é preciso, muitas vezes, traduzir, explicar qual o sentido e a importância dessas expressões artísticas para a sociedade e destacar que a arte não está ligada somente ao entretenimento e sim representam a cultura e as maneiras de olhar de uma época. E como essas reportagens estão sendo veiculadas na televisão, e no caso do canal Arte 1 que em menos de 2 anos já possui mais de dez milhões de assinantes, esse cuidado deve ser levado em conta.

Mesmo as reportagens sobre expressões artísticas produzidas em outros países, abordadas pelo programa, colaboram com a construção de conhecimento sobre o campo artístico, pois elas levam até os telespectadores criações artísticas que talvez alguns deles não venham a conhecer, ao mesmo tempo, que podem incentivar públicos com poder aquisitivo mais alto a conhecer museus e lugares que foram mostrados nas reportagens.

Essa discussão do formato usado pelo programa é imprescindível no momento em que essas reportagens são veiculadas pela televisão. As características do meio televisivo não podem ser colocadas como secundárias, pelo contrário, é preciso pensar uma televisão diferenciada que consiga, por intermédio dos seus programas, comunicar com diferentes público, usando uma linguagem acessível sem perder a qualidade que o público da televisão segmentada busca. Em pesquisa realizada pelo instituto Data Popular, apresentada em abril de 2013<sup>12</sup> clientes das classes C e D representam 66% dos assinantes de TV por assinatura no Brasil. O estudo citado na reportagem disponível no site da Revista Exame, faz uma projeção que em cinco anos, a classe média vai alcançar a penetração de TV por assinatura da classe alta, com um mercado potencial de 14,2 milhões de novos municípios. No texto Renato Meirelles, sócio-diretor do instituto de pesquisa comenta que é preciso entender a lógica de consumo da classe C, ele diz “ o consumo é a satisfação, oportunidade, pertencimento. É esquecer o passado da restrição, tornar tangível a conquista. É antes de tudo investimento. É diferente de consumismo”. Ao mesmo tempo que os programas das TVs por assinatura busca um diálogo com a classe C é preciso estar atento ao fato de que, segundo o Mídia Dados (2014), a penetração do meio é muito alta nas classes A1, renda familiar individual de R\$ 6.916,32 com 90% e A2, renda familiar individual de R\$ 3.330,82

---

<sup>12</sup> Informações retiradas do site da revista Exame, disponível em:  
< <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/95-de-novos-clientes-de-tv-por-assinatura-sao-classe-c-ou-d>>. Acesso em 15 de julho de 2014.

com 82%. Ou seja, a qualidade precisa ser preservada, porém isso não impede de que a linguagem das reportagens seja acessível aos mais diversos públicos.

Devido a esse alcance da televisão por assinatura em diferentes classes sociais, apontado em pesquisas já citadas no artigo, justifica-se pensar em como um canal pago, com foco em arte e cultura, apresenta, escolhe, noticia a arte brasileira e como essa representação, por intermédio de reportagens televisivas podem vir a reforçar, questionar ou legitimar a identidade brasileira. Autores como Chartier (1991), Bourdieu (1998) e Hall (2005) consideram a identidade, como algo múltiplo que se constitui como processo em permanente construção e em relação ao outro, a partir da relação de alteridade e do sentimento de pertença. Uma identidade é expressa pelo sentimento de pertencimento a um grupo. As práticas sociais são responsáveis em demarcar as fronteiras entre um grupo e outro. A identidade se forma, a partir da percepção da diferença, baseada em uma relação de alteridade.

Chartier (1991) complementa ao relatar que a construção das identidades sociais pode se dar de duas formas. De um lado, como resultado do tensionamento das forças que compõem a sociedade; de outro, como reflexo da imagem que cada grupo tem de si mesmo e como age neste sentido. Essas representações e os seus significados estão em constante construção e recebem influências de acordo com os interesses dos grupos que as produzem, refutando assim a ideia de neutralidade dos atores sociais. Nas palavras de Chartier (1991, p. 17), embora as representações do mundo social aspirem à universalidade, “são determinadas pelos interesses de grupo que as forjam”.

No caso das identidades nacionais Hall (2005) coloca que a nação não é apenas uma entidade política mas algo que produz sentidos – um sistema de representação, e ao entender as produções artísticas de um país, é possível compreender aspectos do seu povo e de suas regiões. O autor considera que as culturas nacionais, ao produzir sentidos com os quais podemos nos identificar, esses colaboram com a construção de identidades. O autor destaca que não é possível conceber as culturas nacionais como unificadas, e sim como um dispositivo discursivo que representa a diferença como unidade ou identidade. No entanto, não existe uma nação que seja composta de apenas um povo, uma única cultura ou etnia, por isso é quase impossível unificar a identidade nacional em torno da raça, uma vez que a identidade não se constituiu por intermédio de uma categoria biológica e sim discursiva.

Nesse contexto a arte, como expressão e valor simbólico, de acordo com Bulhões (2000), pode ser uma espécie de “costura” das identidades nacionais, é preciso conhecer

tanto para identificação como para perceber a diferença. Para Ortiz (1994), a cultura e a identidade brasileira foram instauradas pelo papel do Estado, porém ele acredita que é preciso um agente mediador externo para unir o popular e o nacional, pois a construção da identidade nacional está ancorada na interpretação, e dessa forma os formadores de opinião fazem esse jogo das relações, no caso a televisão e suas estratégias de comunicação podem ser vistas hoje como mediadoras e legitimadoras de informações, entre elas pautar ou colocar à vista o que é ou não uma arte de qualidade feita por brasileiros.

Ao analisar as expressões artísticas mais citadas nas edições, foi notado que as artes visuais e a música foram abordadas em mais reportagens, obviamente que o calendário da programação artística balizou essas escolhas. As pautas a respeito das artes visuais versaram sobre a prática do grafite que cada vez mais toma conta das ruas de grandes capitais como São Paulo e passa por uma legitimação recente ao começar a ser reconhecida por algumas instituições museológicas, assim como outras formas de arte urbana, que no Brasil tem representantes como os artistas visuais Os Gêmeos conhecidos primeiro fora e depois dentro da país. As duas reportagens sobre essa temática se passam em São Paulo, a primeira fez parte do quadro – Arte 1 Espia – sobre um projeto que envolveu mais de 70 grafiteiros na pintura de um mural em homenagem a Copa do Mundo de Futebol. E a outra reportagem que contou com a presença da editora-chefe, mostrou as obras do artista visual Zezão que abriu uma exposição no Museu Zipper na capital Paulista. Nessa entrevista, Gisele Kato legitima esse tipo de expressão artística ao terminar a entrevista com o seguinte comentário: “Zezão você sabe que o Arte 1 está sempre acompanhando você, seu trabalho, a gente é super fã.... obrigado até a próxima”. Ainda durante a entrevista Gisele destaca que a equipe do Arte 1 já havia mostrado o ateliê de Zezão localizado no centro de São Paulo na localidade conhecida como *cracolândia*.

As outras reportagens que destacaram as artes visuais foi a exposição voltada para o público infantil no CCBB de Brasília que contou com artistas brasileiros já reconhecidos como Cildo Meireles e Vik Muniz. As obras e a proposta da exposição receberam destaque do programa pois além de uma reportagem ocorreram cinco inserções de depoimentos de artistas que faziam parte da mostra. Outro espaço de destaque no cenário cultural brasileiro, o Itaú Cultural de São Paulo, foi pauta do programa do dia 22 de junho, por ter organizado a exposição “Ocupação Jards Macalé”, a vida do músico e suas composições também foram contempladas em uma reportagem categorizada como música, no quadro 2. Sobre essa categoria foi notado a diversidade dos estilos abordados pelas reportagens, duas tiveram

como enfoque e a música erudita (ópera e orquestra), outras duas citaram bandas novas, “O Terno” e, na editoria - Estão na nossa Mira- a banda “Charles e os Marretas” que misturam diferentes estilos musicais.

Na categoria teatro o programa mostrou tanto o teatro/musical *crazy for you*, que tem a atriz da rede Globo Cláudia Raia como protagonista, quanto peças experimentais feitas por coletivos de atores. Já na categoria cinema foi vista somente na edição do dia 22 de junho, a reportagem é sobre a estreia do filme de ficção Riocorrente do diretor Paulo Sacramento. Na cabeça da matéria Gisele Kato destaca que o diretor também dirigiu o documentário Prisioneiro da Grade de Ferro de 2003 e destaca os prêmios recebidos pelo filme. Essa reportagem além da fala do diretor, conta com depoimentos de um ator e da atriz principal. Ao final é colocado em G.C o nome do filme e a distribuidora, mas não são indicados os cinemas que estão veiculando o longa-metragem.

#### **Apontamentos sobre Arte, televisão por assinatura e identidade brasileira**

O objetivo do artigo foi refletir, a partir da análise quantitativa e qualitativa das duas edições do *Arte 1 em Movimento*, sobre o aumento do acesso às televisões por assinatura no Brasil e como essa nova tendência de mercado poderá impactar na produção de conteúdo e nos formatos televisivos dos canais segmentados como o *Arte 1*. Por entender que a televisão, seja ela aberta ou paga, tem função de mediadora cultural junto aos seus públicos, a finalidade da pesquisa foi ver como as expressões artísticas brasileiras, que são as pautas principais do canal Arte 1, que tem como slogan “o primeiro canal brasileiro com programação inteiramente dedicada à arte e à cultura”, são representadas seja pelo formato da reportagem, pela escolha das pautas ou ainda pela presença ou não de um repórter na tela e como essa apresentação das informações podem vir a influenciar a identidade nacional.

Os dados quantitativos dessa pequena amostra selecionada mostra que mais da metade do tempo das duas edições foram dedicadas à arte brasileira e suas diferentes manifestações. Foram contemplados tanto artistas consagrados como jovens talentos nas reportagens.

Foi possível também verificar a relação dessa identidade proposta pelas matérias com foco na arte do país em relação às pautas das reportagens internacionais, que citaram produções artísticas de movimentos de vanguarda como a exposição que contou com obras dos artistas espanhóis Dalí, Picasso e Goya no Museu de arte Brasileira – Faap em São Paulo ou ainda levaram para a televisão imagens de centros culturais parisienses como o

Museu Rodin, Fundação Cartier e da Galeria de arte moderna de Natalie Seroussi ,que já exibiu obras de artistas brasileiro da década de 70 como Hélio Oiticica e Lygia Clark.

Fazer conclusões precipitadas sobre as consequências identitárias provocadas pelo meio televisão e por canais segmentados e pagos não é o melhor caminho, porém os números relacionados ao mercado das TVs por assinatura, a ascensão da classe média e o interesse mercadológico em ter um canal com programação voltado à arte e cultura sinalizam aos profissionais da comunicação que não basta seguir os antigos formatos e fórmulas, é preciso estar atento a diferentes formas de apresentação da notícia sem perder a qualidade do conteúdo.

Os jornalistas têm a consciência das práticas produtivas da notícia, o valor de uma boa produção, a preocupação na escolha das fontes e os cuidados na edição do texto e da imagem, mas essas práticas podem ser somadas a novas alternativas narrativas para transmitir informações e notícias. É sabido que as mídias possuem a capacidade de influenciar na projeção dos acontecimentos junto à opinião pública, nesse sentido entende-se também que quando a mídia destaca as expressões artísticas ela pode vir a colaborar/influenciar/legitimar o entendimento da(s) identidade(s) nacionali(s).

### **Referências bibliográficas**

- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Bertrand/Difel, 1998.
- BULHÕES, Maria Amélia. **A arte como valor e a atuação das instituições museológicas**. Revista Porto Arte: Porto Alegre, V.11, n.20, p.39-49, maio 2000.
- CHARTIER, Roger, 1991, O mundo como representação. **Revista Estudos avançados**, São Paulo, v. 5, n. 11. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40141991000100010&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40141991000100010&script=sci_arttext)> .Acesso em 18 de julho de 2014.
- DANTAS, Audálio. **Repórteres**. São Paulo: Senac Nacional, 2004.
- FECHINE, Yvana; LIMA; Luisa Abreu e. **Por uma sintaxe do telejornal: uma proposta de ensino**. Revista Galáxia: São Paulo, n.18, p- 263-275. Dez 2009.
- GONÇALVES, Fernando do Nascimento. **Comunicação, cultura e arte contemporânea**. Revista Contemporânea, n.8, p 1-10, 2007.1.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- ORTIZ, Renato. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional**. São Paulo, Brasiliense, 1994.
- PATERNOSTRO, Vera Iris. **O texto na TV : manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro : Campus, 1999.