

Estratégias Discursivas no Tribuna Notícias Primeira Edição – Uma Análise do Telejornal que “Faz Parte da Vida do Capixaba”¹

Cristian Favaro CARRIÇO²

Prof. Dr. Rafael da Silva Paes HENRIQUES³

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

Resumo

O presente artigo propõe um exercício de interpretação do telejornal Tribuna Notícias Primeira Edição (TN 1) – líder de audiência em telejornalismo no Espírito Santo, que vai ao ar de segunda a sábado, na TV Tribuna, afiliada ao SBT no estado. Este trabalho – que é uma exposição das atividades desenvolvidas no grupo de pesquisa de Iniciação Científica da Ufes, “Telejornalismo e Produção de Sentidos”, coordenado pelo professor Rafael Paes Henriques, leva em conta as edições exibidas no mês de setembro de 2013 e busca interpretar os modos de endereçamento desse telejornal. O artigo foi baseado nos operadores de análise adotados pelo Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornais/UFBA, que buscam identificar e entender como o telejornal interpreta e comunica o mundo para seu público, tomando como base pontos de seu discurso audiovisual.

Palavras-chave: telejornalismo, modos de endereçamento, interpretação, estratégia.

O horário do almoço é típico de certos telejornais no Brasil. O caos urbano, a violência e outros aspectos são constantemente abordados e, de certa forma, enaltecidos por esses programas que se apropriam de uma “provocação” que a plataforma televisão pode proporcionar: as sensações, termo que, originalmente, significou nada mais do que percepção, mas, nos dias atuais, entende-se principalmente como aquilo que magneticamente atrai a percepção, o espetacular, o chamativo (TÜRCKE, 2010). O Tribuna Notícias Primeira Edição, que vai ao ar de segunda a sábado, a partir das 12h, na Rede Tribuna, afiliada ao SBT no Espírito Santo, é um desses telejornais. Eles se descrevem como aqueles que levam “ao público capixaba um telejornal com prestação de serviço, forte perfil comunitário e factual. Da pauta à edição, todos estão envolvidos num único objetivo:

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 - Jornalismo – no XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 2 a 5 de setembro de 2014.

² Estudante de Graduação do 8º semestre do Curso de Jornalismo da Ufes, e-mail: cristianfavaroo@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Ufes, email: rafaelpaesh@gmail.com

oferecer o melhor produto ao nosso público. Temos um enorme orgulho de fazer parte da vida dos capixabas” (TRIBUNA NOTÍCIAS).

Costumeiramente, as análises de produtos televisivos destacam os aspectos econômicos e sociais. Em alguns momentos, o programa televisivo, enquanto um produto cultural com certas especificidades é deixado de lado (GOMES, 2011), “dessa forma, o mecanismo de funcionamento (e, às vezes, de sucesso) desses programas continua desconhecido para a maioria dos pesquisadores de comunicação” (BORJA, 2011, p. 224). A metodologia empregada, neste artigo, pretende associar os estudos de linguagem televisiva aos estudos culturais. Esta junção implica a consideração de aspectos ao mesmo tempo históricos, sociais, ideológicos e culturais do telejornalismo (GOMES, 2011) e nos permite articular três elementos fundamentais para a análise do telejornalismo: o jornalismo, a televisão e a recepção televisiva.

Estudos culturais é um tema de difícil definição. Podemos começar pontuando que, nestes estudos, o termo “cultura” deve ser visto como um lembrete, não como categoria precisa (JOHNSON, 2004). As palavras-chave são, no lugar, “consciência” e “subjetividade”. Para Johnson:

Os Estudos Culturais dizem respeito às formas históricas da consciência ou da subjetividade, ou às formas subjetivas pelas quais nós vivemos ou, ainda, em uma síntese bastante perigosa, talvez uma redução, os Estudos Culturais dizem respeito ao lado subjetivo das relações sociais (JOHNSON, 2004, p. 24).

Reconhecemos as premissas de que o telejornalismo é uma forma cultural e uma instituição social. Para fins metodológicos, apropriamo-nos dos conceitos adotados pelo Grupo de Pesquisa da UFBA (GOMES, 2011), são eles: estrutura de sentimento, gênero televisivo e modos de endereçamento, que aqui são instrumentos para trabalhar materiais empíricos.

Sobre a televisão, jornalismo e o telejornalismo

Mesmo com toda a tecnologia acessível hoje, a antiga metáfora da televisão como a janela para o mundo continua com sua pertinência. Ela mostra, esconde, incorpora o dentro e o fora, ela tem o poder de entrar em nossa intimidade doméstica (nossa casa, lugar de nossa vivência), transformar o nosso mundo interior e nos apresentar ao “mundo exterior”- apesar de não ser exatamente “o mundo” que passa em frente de uma janela (FRANÇA, 2006). A televisão é muito mais do que um aglomerado de informações destinadas ao

entretenimento da massa. No Brasil, em especial, ela consiste num sistema complexo que fornece o código pelo qual os brasileiros se reconhecem brasileiros (BUCCI, 2000).

Não só presente, a televisão é o principal veículo de comunicação do Brasil. Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2014, da Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom)⁴, 65% dos brasileiros assistem à televisão todos os dias, com uma intensidade diária de 3h29min, de segunda-feira a sexta-feira, e de 3h32min nos finais de semana (PESQUISA DE MÍDIA, 2014).

Apesar do crescimento de outras plataformas dentro da internet, como portais e sites de relacionamento – e o desenvolvimento e popularização da própria internet, a televisão se mantém como a grande formadora de opinião. Ainda segundo a pesquisa, as informações que apresentam o segundo maior nível de confiança entre o público são as notícias veiculadas pela TV e Rádio (tecnicamente empatadas com 49% e 50%, respectivamente), ficando atrás apenas dos jornais impressos (53%). Em contrapartida ao crescimento e ascensão da internet, o nível de confiança entre os entrevistados em notícias publicadas em blogs é de apenas 22%, redes sociais (24%) e sites (28%) (PESQUISA DE MÍDIA, 2014).

Por seu poder de difusão, Bourdieu (1997) pontua que a televisão levanta para o universo do jornalismo escrito e para o universo cultural um problema absolutamente terrível. Por comparação, a imprensa de massa parece pouca coisa diante da amplitude da televisão.

Por exemplo, a televisão pode reunir em uma noite diante do jornal das 20 horas mais pessoas do que todos os jornais franceses da manhã e da noite reunidos. Se a informação fornecida por tal meio se torna uma informação-ônibus, sem espereza, homogeneizada, veem-se os efeitos políticos e culturais que podem resultar disso (BOURDIEU, 1997, p. 62).

O telejornalismo é a junção da televisão, com todo o seu poder de alcance e influência, com o jornalismo, com seus escudos (imparcialidade, objetividade e neutralidade) e a sua credibilidade na sociedade. Para partirmos de um ponto comum e formularmos uma interpretação plausível do conteúdo, é imprescindível entender alguns elementos culturais que regem o conceito de notícia – base do jornalismo. Adelmo Genro Filho (1987) diz que as informações que circulam entre os indivíduos na comunicação cotidiana oscilam entre a singularidade e a particularidade. A singularidade se manifesta na atmosfera cultural de uma imediatividade compartilhada, uma experiência vivida de modo mais ou menos direto. A particularidade se manifesta no contexto de uma atmosfera mais

⁴ http://www.secom.gov.br/orientacoes-gerais/pesquisa/livro-pesquisa-brasileira-de-midia_internet-pdf/view

abstrata no interior da cultura, a partir de pressupostos universais geralmente implícitos. Somente o aparecimento histórico do jornalismo implica uma modalidade de conhecimento social que, a partir de um movimento lógico oposto ao movimento que anima a ciência, constrói-se deliberada e conscientemente na direção do singular.

Atualmente, todos os campos de produção cultural estão sujeitos às limitações estruturais do campo do jornalismo, que sofrem limitações, afinal, o jornalismo age, enquanto campo, sobre os outros. Para Bourdieu (1997), esse campo, enquanto um dominador, também é dominado por uma lógica comercial que impõe cada vez mais suas demarcações aos outros.

Através da pressão do índice de audiência, o peso da economia se exerce sobre a televisão, e, através do peso da televisão sobre o jornalismo, ele se exerce sobre os outros jornais, mesmo sobre os mais “puros”, e sobre os jornalistas, que pouco a pouco deixam que problemas de televisão se imponham a eles (BOURDIEU, 1997, p. 81).

Ainda inserido no poder sobre os demais campos, Bourdieu aponta dois como exemplo: o jurídico e o campo dos historiadores. Para falar do jurídico, Bourdieu (1997) parafraseia um artigo de Remi Lenoir que mostra como, no universo judiciário, certos juízes puderam servir-se da televisão para mudar a relação de forças no interior de seu campo e provocar um curto-circuito nas hierarquias internas. No campo do historiador, ele alega que “um ‘bom historiador’ é alguém de quem os bons historiadores dizem que é bom historiador” (BOURDIEU, 1997, p. 82). Mas a heteronomia - que podemos atribuir como consequência ao poder de promoção da televisão que destaca e torna credível quem aparece nela (CASTRO, 2011) - começa quando alguém que não é reconhecido como historiador pode dar sua opinião sobre os historiadores e ainda sim ser ouvido, devido à “autoridade” que lhe confere a televisão (BOURDIEU, 1997; CASTRO, 2011).

A mídia (agora nos referimos ao todo, não somente à televisão) norteia os parâmetros de funcionamento da nossa sociedade, afinal, ao apostarmos numa democracia representativa, o principal poder é a opinião pública (SERRANO, 2013). Diante disso, esses veículos acabam atropelando e repelindo os outros três poderes; o executivo está à mercê da mídia para explicar aos cidadãos suas políticas; no legislativo os cidadãos não vão até os parlamentos, acompanham ao vivo pela televisão; e, no judiciário, os juízes cada vez mais estão isolando os jurados, de modo que eles não sejam condicionados pelo clima criado pelos meios de comunicação (SERRANO, 2013).

Côncios de toda a complexidade da televisão enquanto uma plataforma comunicacional e da profundidade e amplitude do campo do jornalismo, devemos

estabelecer um vínculo entre eles para conseguirmos interpretar o telejornalismo. Podemos criar esse vínculo através de um conceito primordial para compreender o telejornalismo enquanto um formato: o gênero televisivo. Segundo Itania Gomes (2011), o conceito de gênero é importante para situar a audiência televisiva em relação a um programa/assunto e em relação ao modo como o programa se destina ao seu público.

Nesse sentido, colocar a atenção nos gêneros televisivos implica reconhecer que o receptor orienta sua interação com o programa e com o meio de comunicação de acordo com as expectativas geradas pelo próprio reconhecimento do gênero (GOMES, 2011, p. 32).

Estes gêneros são formas reconhecidas socialmente e, a partir delas, se classifica um produto midiático. Dentro da televisão, os programas pertencem a um gênero particular (como ficção seriada ou programa jornalístico) e é a partir desse gênero que ele é socialmente reconhecido. É nesse momento que há a mistura entre o campo televisivo e o campo do jornalismo, pois os programas telejornalísticos são uma variação específica dentro da programação televisiva e, assim como os demais formatos, compõe um gênero - o programa jornalístico televisivo – “que obedece a formatos e regras próprias do campo jornalístico em negociação com o campo televisivo” (GOMES, 2011, p. 32).

Tribuna Notícias: “O telejornal que faz parte da vida do capixaba”

Foram analisadas 17 edições do telejornal no mês de setembro⁵ de 2013. Cada uma delas tem cerca de 40 minutos de duração, sendo o programa dividido em três blocos. As matérias são alternadas entre as diversas editorias e os quadros - fixos e móveis - presentes na programação semanal do TN 1.

Os programas que vão ao ar aos sábados têm estruturas diferenciadas. Além da folga dos apresentadores tradicionais, o tempo da programação é reduzido. Em média, 13 reportagens eram apresentadas durante os dias de semana, nos finais de semana esse número cai para oito. Além disso, reportagens sobre cultura/entretenimento e acidentes de trânsito ganham mais participação do que as outras editorias aos sábados.

Como ferramenta de análise, foram adotados os operadores de análise desenvolvidos pelo Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornais/UFBA, coordenado pela professora Itania Maria Mota Gomes. Estes operadores – mediador; pacto sobre o papel do jornalismo;

⁵ A escolha pelo mês de setembro foi feita devido à inexistência de temáticas que poderiam interferir na linha editorial do veículo – como Natal, Páscoa etc. que obrigam os telejornais a cobrirem pautas sobre essas temáticas.

organização temática das editorias; contexto comunicativo; texto verbal; recursos técnicos a serviço do jornalismo; recursos da linguagem televisiva; formatos de apresentação da notícia – foram adotados de forma articulada, para identificar as preferências do telejornal, suas estratégias discursivas e a forma como ele dialoga com seu público.

No nosso estudo, quatro operadores tiveram uma atuação destacada para o entendimento dos modos de endereçamento do Tribuna Notícias. São eles: o mediador, o pacto sobre o papel do jornalismo, a organização temática e os formatos de apresentação da notícia.

O papel dos mediadores no TN 1

Antes de pontuarmos a importância do apresentador/âncora na composição de um telejornal, é preciso não confundir os enunciadores de um produto televisual com a figura do ator discursivo que, no interior do texto do programa, por delegação, pode assumir essa tarefa (DUARTE e CURVELLO, 2011). Nessa compreensão, os repórteres também têm o poder de mediação da notícia, de apresentar os fatos, mas o poder em destaque está relacionado com a força simbólica que a presença do apresentador no estúdio de televisão exerce sobre o público; de guiar o telespectador em meio aos acontecimentos através de seus movimentos, expressões e até vestimentas que “podem influenciar, em cada enunciado, por um motivo ou outro, a compreensão/interpretação da recepção” (BRAIGHI, 2013, p. 71).

Atentando ao exame do processo de tonalização do discurso televisual nas suas relações com a temporalização; nas expectativas tonais dos diferentes subgêneros televisuais e nas estratégias de ruptura com essas expectativas; e nas formas de expressão responsáveis pela manifestação do tom na produção televisiva, Elizabeth Bastos Duarte e Vanessa Curvello (2011) apontam que o processo comunicativo televisual comporta diferentes níveis de sujeitos enunciadores.

Há uma instância enunciativa institucional, cujo enunciador é responsável institucionalmente pelas informações veiculadas; há uma instância de realização, representada pelos sujeitos que fazem parte da equipe de produção/realização de programa, cujo enunciador é coletivo; há uma instância discursiva, que pode conter enunciadores enunciados: são os atores discursivos, figuras de discurso que operam, no texto televisual, como apresentadores, animadores, âncoras, repórteres e/ou entrevistadores e que, no interior do programa, representam o papel de enunciadores (DUARTE e CURVELLO, 2011, p. 62).

As autoras destacam que esse “tom” [que podemos interpretar como sentido/enfoque e até posicionamento] está ligado às lógicas de realização das emissoras, que falam através de sua programação, entre outras coisas, do ponto de vista a partir do qual seu texto deve ser lido. Entretanto, alguns subgêneros televisuais vão além e preveem não só a própria programação/conteúdo como esse “ponto de vista que o texto deve ser lido” e se apropriam da figura do condutor (apresentador, âncora, animador etc.), “que é, muitas vezes, convocado, simultaneamente, para desempenhar também a função de mediador entre a instância de enunciação e os telespectadores virtuais ou reais” (DUARTE e CURVELLO, 2011, p. 63).

Entendendo esse o conceito de tom, a figura do apresentador se torna indispensável, na medida em que ele é capaz de cativar o telespectador. Acertar esse tom implica que ele seja reconhecido e apreciado pelo telespectador. “Se isso não ocorrer, todo o processo de tonalização fica comprometido” (DUARTE e CURVELLO, 2011, p. 64). Este mediador está presente em praticamente todos os programas televisivos, independente do formato, e pode ser descrito como a “cara” do programa, visto que é ele que constrói uma relação de empatia com o público e é através dessa relação que o programa [também] é lembrado.

A performance do mediador é um aspecto central dos modos de endereçamento dos programas telejornalísticos – isso se torna mais evidente em programas como *Cidade Alerta* e *Balanço Geral*, por exemplo, que se organizam muito claramente a partir da competência performática de seus apresentadores (GOMES, 2011, p. 38).

Assim, para compreender o TN 1 é fundamental analisar como se posicionam diante das câmeras e dos telespectadores os apresentadores Torino Marques e Ingrid Schwartz. Para tentar classificar esse posicionamento dos apresentadores de televisão, Eliseo Verón (2003) os descreve em duas grandes vertentes: o ventríloquo e o moderno.

O modelo que mais se aproxima do apresentador ventríloquo é o adotado pelo telejornalismo do Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, e alguns outros veículos do horário nobre de outras emissoras. Este apresentador anula completamente sua gestualidade, a postura do seu corpo é relativamente rígida e, boa parte das vezes, as mãos do apresentador ficam fora do enquadramento. O texto, discurso e a postura do apresentador/âncora são descritivos (factual, como se diz no jornalismo). Assim, “el conductor es un soporte neutro, un punto de pasaje del discurso informativo que, en cierto modo, ‘habla por su boca’” (VERÓN, 2003, p. 17).

Dessemelhante ao apresentador ventríloquo, no moderno a ordem “padronizada” e formal se desenrola em um sistema gestual complexo e representativo. Esses apresentadores

transformam esse texto formal em algo mais pessoal e constroem outro laço significativo com o telespectador (VERÓN, 2003).

Diante dessa diferenciação, parece claro que os apresentadores do TN 1, Torino Marques e Ingrid Schwartz, não se encaixam no primeiro formato; todo o “corpo visível” deles, seus sorrisos e interações ajudam na construção de sentido. Além disso, ambos modalizam o discurso também através da entonação da voz que, em alguns momentos, adjetiva os fatos apresentados nas reportagens.

Mas eles também não se enquadram na segunda categoria, porque, apesar de todo o gestual empregado, os enquadramentos são tradicionais. Marques e Schwartz em muitos momentos são enquadrados em um plano americano, dos cotovelos para cima, mostrando a televisão ao fundo com o logo do telejornal. Toda a dimensão corporal está restrita aos braços, mãos e rostos de ambos. Além disso, o caráter formal é bem evidente nos textos lidos pelos apresentadores, que alguns momentos são formais e sem entonação; outros despojados e com expressões de felicidade.

Devido à inexistência de modelos adequados, adotamos o “apresentador ator”, categoria que estaria entre o “apresentador intérprete”, criada pelo Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo para designar o mediador que interpreta o texto através de gestos faciais e modalização da voz de forma discreta - como o praticado pelo Jornal Nacional, da Rede Globo (BORJA, 2011; GOMES, 2005), e o “apresentador moderno” (VERÓN, 2003). “No caso do ‘apresentador ator’, o corpo participa mais da interpretação da fala, embora essa dimensão não se expanda com a multiplicação de cenários e enquadramentos” (BORJA, 2011, p. 231).

Um ponto de destaque na análise da programação do Tribuna Notícias Primeira Edição é a constante participação dos apresentadores através de comentários após as reportagens. Diferentemente da formalidade que uma bancada jornalística induz e a imparcialidade da profissão, o TN 1 se apropria fortemente desta característica muito presente em telejornais com foco em polícia e que apelam para as sensações. No período analisado, 38,6% de todas as reportagens do telejornal foram comentadas de diversas formas pelos apresentadores – desde comentários com indignação ou crítica, até simples e engraçadas como: “ah uma laje para o Vinicius bater, ein!” (Programa dia 10/09), referindo-se a um jovem que foi detido pela polícia por se exhibir com uma arma após uma festa.

Os apresentadores do TN 1 cumprem com louvor o papel de identificação com o público, e mantêm um diálogo simples e objetivo. Eles demonstram o seu carisma com

piadas e interações entre eles e com os telespectadores. Destaque para o Torino Marques, que é bem humorado e traz uma leveza ao telejornal durante temas mais sérios - um formato que aparenta estar dando certo, diante dos dados da Pesquisa IBOPE⁶ em que o TN 1 figura como líder de audiência no segmento.

“Um telejornal com prestação de serviço, forte perfil comunitário e factual” - Divisão editorial e suas interpretações

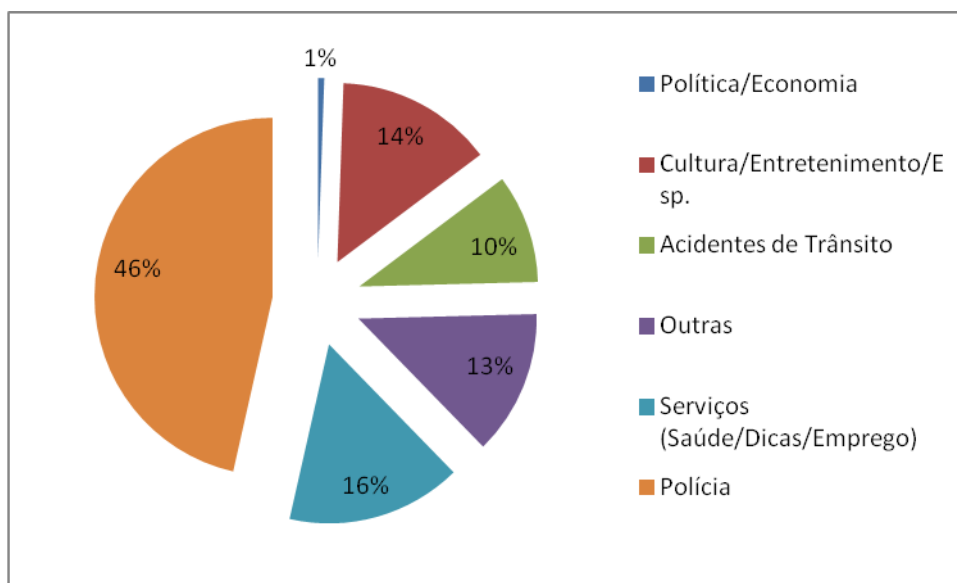
Um dos operadores mais expressivos durante a análise da programação de um telejornal é a divisão editorial (GOMES, 2004). A arquitetura implica, por parte do programa, na aposta em certos interesses e competências do telespectador. Entre os fatores que podem ser observados estão a frequência com que matérias de uma editoria específica estão na programação e de que forma elas são apresentadas, além de como a relação de proximidade geográfica é construída com a audiência. Destacamos que isso não necessariamente diz que o telejornal é temático, pois, sem ser temático, o telejornal pode enfatizar diversas editorias, como de economia e política, ou a de cultura e lazer etc.

Em um artigo anterior (CARRIÇO, 2014), apresentamos uma estruturação composta por algumas divisões editoriais para a análise desse mesmo telejornal. Neste novo trabalho, também nos apropriamos do mesmo mecanismo, porém com aprimoramentos que tornaram os dados mais claros e representativos, como exemplo a categoria “Outras”, que na abordagem anterior não foi devidamente avaliada. Nesta nova proposta, as categorias escolhidas foram: Política/Economia, Cultura/Entretenimento/Esporte, Acidentes de Trânsito, Outras, Serviços e Polícia, sendo esta última mensurada nas subdivisões Homicídio, Drogas/Tráfico, Assalto/Roubo/Violência.

Segundo os dados apresentados no gráfico, a editoria de Polícia se mantém com uma grande fatia do total de matérias apresentadas (46%). Com esse resultado, é possível indicar o pacto sobre o papel do jornalismo, em que há muitas matérias policiais, logo esse jornalismo serve para sabermos acontecimentos factuais do dia a dia – polícia e violência.

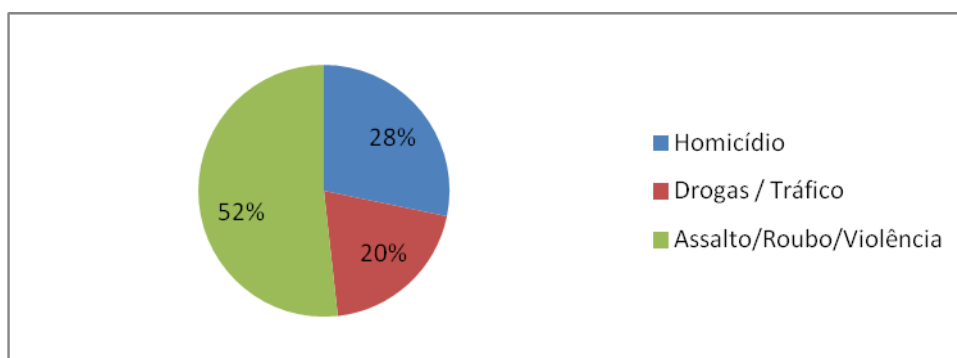
Gráfico 1 - Divisão Editorial

⁶ IBOPE – MW – RAT# - GRANDE VITÓRIA – Total Indivíduos – Segunda a Sexta – 12h00 – 12h30 – 03/12 a 07/02/2014. TN 1 (99,217), TV Gazeta (59,855), TV Vitória (19,067).



Ainda dentro da editoria Polícia, foram criadas três subcategorias para tentar identificar quais são os acontecimentos de maior cobertura dentro dessa área tão representativa. Reportagens com conteúdos que envolvessem assalto, roubo e violência em geral figuraram com mais de 50% do total dessa editoria. Temáticas envolvendo Drogas/Tráfico e Homicídios tiveram menor percentagem – mas, mesmo assim, grande representatividade na programação, 20 e 28%, respectivamente.

Gráfico 2 – Subdivisão Polícia



Os dados indicam que o foco do telejornal está em polícia, contudo, a editoria de serviços é constantemente reforçada – o próprio site destaca essa função. O TN1 se esforça para ocupar um espaço de prestador de serviço, o telejornal que “te ajuda de alguma forma”. A categoria figurou com 16% da divisão editorial e aborda os mais diversos temas, mas com um grande destaque para a área da saúde, que é constante na programação com quadros fixos e móveis como “Dr. João Responde”, “Blitz da Saúde” e “Fala Doutor”.

“Oferecer o melhor produto ao nosso público” – Conclusões e ponderações

Vale destacar que os operadores de análise utilizados não tem nenhuma intenção de qualificar a programação ou de pontuar o “certo” ou “errado”. O que interessa são quais estratégias o TN1 reivindica para si: no caso, situar-se discursivamente no lugar de alguém que quer prestar serviço. E isso, por si só, já é bastante significativo.

Frisamos a necessidade e relevância de uma análise cultural para entender um telejornal, mas, apesar disso, em uma sociedade capitalista é difícil se abster da economia e, obviamente, ela também influenciou a análise. A nossa conclusão remete ao/a desafio/falha que não é exclusivo do Tribuna Notícias e que está presente em praticamente todo o telejornalismo: a luta contra o tempo e as pressões empresariais; os veículos de comunicação, antes de serem jornais/TV, são empresas.

Sobre isso, Bourdieu (1997) faz interessantes ponderações ao debater a audiência e a pressão por urgência nas reportagens e conteúdos televisivos. “O índice de audiência exerce um efeito inteiramente particular: ele se retraduz na pressão da urgência” (BOURDIEU, 1997, p. 38). Essa pressão, que se dá muitas vezes pela concorrência, não ocorre somente entre as televisões, mas também se expande para a concorrência entre os jornais e a televisão e, hoje, entre a televisão e a internet. Esta pressão também se dá pelo investimento na produção da notícia, que, na televisão, demanda mais tempo e, principalmente, dinheiro.

A presença bastante significativa de notas na programação do TN 1 (26,8% das inserções totais no telejornal eram de notas peladas ou cobertas) transparece a dificuldade de se produzir conteúdos telejornalísticos. Não devemos, todavia, vitimizar a empresa, pois esta complexidade na produção, da mesma forma que é uma característica não só do telejornalismo - mas também do veículo televisão - é também um reflexo da ausência de investimentos na produção de um jornalismo de qualidade (GOMES, 2004). O pouco investimento em aparatos técnicos e imagens influenciam fortemente na credibilidade do veículo com seu público e na interpretação da veracidade da notícia.

Bourdieu (1997) questiona se é possível se pensar com velocidade e se a televisão, ao dar a palavra a pensadores que supostamente pensam em velocidade acelerada, não está condenada a exibir apenas *fast-thinkers*, pensadores que pensam mais rápido que a própria sombra. Essa velocidade é a marca do telejornalismo atual. A disputa com outras empresas e, principalmente, com a internet, transformou o fazer jornalístico que, por um lado sofre

com a concorrência com um continente midiático totalmente novo no jornalismo (blogs, redes sociais etc.), o que faz com que os cidadãos deixem de ser apenas receptores de informação, mas também produtores. Por outro, há a “crise habitual” do jornalismo (RAMONET, 2013), que se reflete na perda de credibilidade dos jornalistas devido ao forte vínculo que muitos deles mantêm com o poder econômico e político.

Bourdieu (1997) alega que o que esse imediatismo traz são “ideias feitas”, ideias aceitas por todo mundo, banais, convencionais, comuns; mas também que, quando as aceitamos, já estão aceitas, de sorte que o problema da recepção não se coloca.

Ora, trate-se de um discurso, de um livro, ou de uma mensagem televisual, o problema maior da comunicação é saber se as condições de recepção são preenchidas; aquele que escuta tem o código para decodificar o que estou dizendo? (BOURDIEU, 1997, p. 40).

Um dos casos de maior representação dessas “ideias feitas” e dos *fast-thinkers* no Tribuna Notícias Primeira Edição é a forma como o telejornal aborda os casos de assassinatos por envolvimento [ou até suposto envolvimento, que é muito comum] com o tráfico de drogas. A partir dos nossos operadores de análise, em específico o texto verbal, percebemos que o TN 1 repete, de forma indireta, a ideia de que é normal/natural/banal a morte de uma pessoa quando ela começa a consumir/traficar drogas. Esta interpretação não se dá pela escolha de termos, frases ou palavras que se repetem no telejornal durante as coberturas, pelo contrário. Diante da comoção e revolta de todos [tanto apresentadores, quanto repórteres] quando alguma pessoa morre em algum acidente de trânsito ou assalto, é pela ausência dessa mesma reação que constatamos a banalização da morte.

O que nossos operadores indicam é que o Tribuna Notícias Primeira Edição constrói um telespectador pouco exigente em relação ao conteúdo do telejornal e em relação ao próprio jornalismo. Seus telespectadores aparentam não buscar informação qualificada ao assisti-lo, fato que é comprovado pela ausência de matérias interpretativas e de uma diversidade maior de conteúdos; o foco está no fato policial, sendo todas elas factuais, sem profundidade e interpretações, ou seja, não procuraram e exploraram as possíveis causas dos eventos, muito menos suas consequências.

O entretenimento é muito presente no telejornal por meio de quadros fixos e não fixos⁷. Como bem destacou Wolton (1996), a televisão continua sendo um instrumento

⁷ Durante o período analisado, foram constatados 10 quadros no telejornal, são eles: “Crack, um desafio do tempo”; “Espelho Meu”; “Dr. João Responde”; “TN Saúde”; “Pronto, falei!”; “Dica do Chefe”; “Qual é a Bronca?”; “TN Revela”; “Blitz da Saúde”; “Divã do TN”.

dedicado a todos e, ao mesmo tempo, a ninguém na totalidade das suas aspirações: “A televisão geralista joga no certo, nos grandes fatores de identificação coletiva” (WOLTON, 1996, p.105).

Reforçando uma constatação que a mudança na coleta dos dados também apresentou, o TN 1 se apropria do entretenimento com frequência para dar “respiro” ao telejornal. Há muitas reportagens e quadros com opiniões dos telespectadores que, por um lado, criam um laço, uma aproximação física com o público, por outro, retiram o foco da violência diária para evitar cair no “se torcer, sai sangue”, como é normalmente chamado os telejornais que se apropriam da violência de forma exagerada em sua programação.

Segundo os resultados coletados, o Tribuna Notícias assume um ponto de vista da classe C e D, em especial as mulheres. Essa interpretação pode ser feita com base na divisão temática do telejornal e, principalmente, na sua estruturação textual – uma linguagem simples. O caráter feminino da programação é representado pelos vários quadros focados nas mulheres (como dicas de cozinha, maquiagem, roupas, saúde para crianças etc.) o que, de certa forma, aparenta ser um posicionamento estratégico⁸. A tendência para público feminino nos chamou a atenção, porque transparece a representação que o telejornal faz das mulheres; são pessoas que somente se importam com cozinha, criação dos filhos e coisas banais. Não existe a mulher trabalhadora, a mulher independente, só existe a mulher do lar – o problema está no lado monocultural desta programação, que é preocupante, visto que a televisão é uma formadora de opinião e pode ajudar a reforçar e até criar preconceitos e estereótipos.

O imediatismo (diretamente ligado também às questões monetárias e operacionais, como custos com equipamentos, profissionais e transmissão) induz o Tribuna Notícias a uma abordagem com “ideias feitas”, em que, na reportagem, o bandido é apresentado, e, nos comentários feitos pelos apresentadores, os políticos são cobrados por soluções – como indicado anteriormente, 38,6% de todas elas são comentadas pelos apresentadores, sendo a maioria de temática policial.

Por fim, o TN1 pode ser definido como “aquele que vende o peixe para quem quer comprar”. Todo conteúdo do telejornal é exclusivamente focado em seu público e na suposição, com base em estereótipos/estatísticas, do que esse público gosta: Polícia e serviços. O desdobramento do pensamento que Bourdieu (1997) defende, o de desconstruir

⁸ A Pesquisa de Mídia (2014) mostra que mulheres se expõem com maior frequência à Televisão que os homens (67% delas assistem à TV todos os dias, enquanto 63% deles têm a mesma rotina). No que diz respeito à intensidade nos dias úteis, a média feminina é de 3h47 de exposição, enquanto a masculina é de 3h10.

as “ideias feitas”, não existe no TN 1 - característica que não é exclusiva deste telejornal, seja pela escassez de tempo ou por opção. A grande questão é que se apropriar das “ideias feitas”, apesar de tudo, é “eficaz”; é confortável, pois quando emitimos uma “ideia feita” é como se o problema estivesse resolvido, o diálogo é instantâneo porque, em certo sentido, ora está comunicação é aparente; ora não existe.

Referências

BORJA, Janira. O grito da cidade: Balanço Geral, qualidade e modos de endereçamento. *In*: GOMES, Itania Maria Mota. (Org.). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011, p. 223-242.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRAIGHI, Antônio Augusto. **Análise de Telejornais: Um modelo de exame da apresentação e estrutura de noticiários televisivos**. Rio de Janeiro: E-papers, 2013.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em Tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 2000.

CASTRO, Maria Lília de. A linguagem da promoção no telejornalismo. *In*: GOMES, Itania Maria Mota. (Org.). **Televisão e realidade**. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 125-140.

GOMES, Itania Maria Mota. Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modos de endereçamento no telejornalismo show. **Revista FAMECOS: Mídia, Cultura e Tecnologia**, Porto Alegre, n. 25, p. 85-98, dez. 2004.

CARRIÇO, C. F. Estratégias Discursivas: uma análise do Telejornal Tribuna Notícias Primeira Edição. *In*: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom**, Vitória, 2014.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CURVELLO, Vanessa. Telejornais: quem dá o tom?. *In*: GOMES, Itania Maria Mota. (Org.). **Televisão e realidade**. Salvador: EDUFBA, 2011. p. 61-74.

FRANÇA, Vera. (Org.). **Narrativas televisivas: programas populares na TV**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

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

GOMES, Itania Maria Mota. (Org.). Metodologia de Análise de Telejornalismo. In: GOMES, Itania Maria Mota. (Org.). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011.

GOMES, Itania Maria Mota. Modo de endereçamento no telejornalismo do horário nobre brasileiro: o jornal nacional, da Rede Globo de Televisão. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom**, Rio de Janeiro, 2005.

JOHNSON, Richard. O que é, afinal, estudos culturais?. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.). **O que é, afinal, estudos culturais?** 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014: Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília, 2014. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/orientacoes-gerais/pesquisa/livro-pesquisa-brasileira-de-midia_internet-pdf/view>

SERRANO, Pascual. Democracia e liberdade de imprensa. In: MORAES, Dênis. (Org.). **Mídia, poder e contrapoder**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013, p. 71-84.

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade Excitada**: filosofia da sensação. Campinas: Editora da Unicamp, 2010.

TRUBUNA NOTÍCIAS. Disponível em:
<http://www.redetribuna.com.br/televisao/tribunanoticias/oprograma>

VERÓN, Eliseo. **El living y sus dobles**: arquitecturas de lapantalla chica. In: El cuerpo de las imágenes. Buenos Aires, Editorial Norma, 2003.

WOLTON, Dominique. **Elogio do Grande Público**: Uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.