



A construção de um paradigma público brasileiro sob a perspectiva da Educomunicação: discurso e representação no telejornalismo da TV Brasil¹

Diego P. Rezende - UFJF²

Resumo

Por meio do diálogo entre o estudo da Educomunicação, da “esfera pública” brasileira e das circunstâncias de elaboração da linguagem televisiva, o presente artigo pretende, através da problematização do discurso da TV Brasil, promover o debate em torno da democratização dos meios de comunicação. Para isso, analisaremos um dos telejornais da emissora, o Repórter Brasil (Noite), durante a semana do dia 22 ao dia 27 de novembro de 2010. Tal análise se fundamenta na avaliação do conteúdo e das vozes presentes no telejornal, almejando assim uma discussão quanto à pluralidade e ao conceito de representação.

Palavras-chave: telejornalismo; educomunicação; público; TV Brasil.

Com o desafio de preencher uma lacuna histórica no que se refere à estrutura dos meios de comunicação social, em particular os eletrônicos, ampliando as possibilidades de expressão democrática no país, surge, em 2007, a emissora pública TV Brasil.

Em seu discurso inicial, baseado em sua Carta de Princípios, criada pela Empresa Brasil de Comunicações (EBC), é possível depreender a promessa da emissora de ofertar aos seus telespectadores um “novo modelo de telejornalismo” que “veio atender à antiga aspiração da sociedade brasileira por uma televisão pública nacional, independente e democrática. Sua finalidade é complementar e ampliar a oferta de conteúdos, oferecendo uma programação de natureza informativa, cultural, artística, científica e formadora da cidadania” (TV BRASIL, 2010).

O argumento no qual a Carta de Princípios se fundamenta, de trazer à tona uma inédita “independência”, parte do pressuposto de que, sendo financiadas por empresas e instituições que se orientam pela lógica econômica ou política, as emissoras comerciais e estatais não possuem autonomia para o desenvolvimento de seu conteúdo. Ou seja,

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011. Orientadora: Profa. Dra Iluska Maria da Silva Coutinho.

² Estudante de graduação do 7º período do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora. Membro do Grupo de Pesquisa em Telejornalismo sob orientação da Professora Iluska Coutinho. Bolsista do projeto “Educomunicação para a cidadania: processos de leitura crítica dos meios e construção identitária”. Email: diegoprezende@yahoo.com.br



estruturalmente, a emissora pública distingue-se da comercial (sustentada por empresas e pela publicidade) e da estatal (sustentada pelo governo).

A televisão surgiu de um esforço da iniciativa empresarial, consolidou-se como TV comercial e também prestou importante contribuição à modernização e à integração do país. Mas por sua própria natureza – financiada pela publicidade e, em consequência, orientada pela lógica da busca da audiência – não abriga, em sua programação, conteúdos destinados exclusivamente à difusão cultural e à formação da cidadania (TV BRASIL, 2010).

Dentro de sua programação, a emissora possui três telejornais: Repórter Brasil (Manhã e Noite) e Jornal Visual. Para fins de análise, debruçaremos o decorrer da nossa observação no telejornal noturno Repórter Brasil.

Desse modo, o presente artigo tem o intuito de verificar de que maneira é dada a representação no telejornalismo da emissora, ou seja, de que modo e em quais circunstâncias os “falantes” são apresentados e representados. Buscando contrapor, assim, a existência de uma “pluralidade de vozes” a de um “consenso narrativo”. Para isso, destacaremos um fragmento do seu conteúdo: o telejornal Repórter Brasil (Noite), durante a semana do dia 22 ao dia 27 de novembro de 2010.

Correlacionado ao estudo proposto, pretende-se examinar a potencialidade democrática e transformadora de uma mídia pública sob a perspectiva da “leitura crítica dos meios”, a Educomunicação. Procura-se assim, problematizar a construção histórica de uma “esfera pública” contextualizada na dialética de emancipação da sociedade brasileira.

Por uma “Educomunicação pública”

Segundo Paulo Freire,

Comunicação é a co-participação dos sujeitos no ato de pensar, implica numa reciprocidade que não pode ser rompida. O que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo. A educação é comunicação, e diálogo, na medida em que não é transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados (FREIRE, 1973, p. 137).

Em uma releitura do entendimento do conceito de comunicação em Freire, Venício Artur de Lima destaca: “A ação cultural dialógica para a liberdade e a revolução dialógica são os caminhos propostos por Freire para que os homens e as



sociedades possam reconquistar sua verdadeira voz num mundo desumanizado” (LIMA, 1984).

O método de “leitura crítica dos meios”, a Educomunicação, proposto por Mário Kaplún (1998), tem o intuito de construir através da educação um receptor ativo e crítico diante do conteúdo vinculado pelos meios de comunicação. No entanto, o acesso à informação não garante que as pessoas sejam mais ativas. É necessário aguçar a percepção e a formação crítica dessas pessoas por meio da transitoriedade de um discurso jornalístico baseado em um “paradigma informacional” para um discurso que se embasa em um “paradigma comunicacional” que possua em seu âmago o caráter dialógico.

Para transpor a relação vertical adquirida historicamente pelo discurso televisivo (um emissor para muitos receptores), torna-se necessário a busca de uma atividade dialógica, horizontal e plural que perpassa além do que é descrito por Umberto Eco (1984) em seu ensaio, ainda atual, “Tevê: a transparência perdida”: “na realidade vigora a opinião radicada (que se traduz em comportamentos políticos e culturais) de que os programas de informação têm relevância política enquanto os programas de ficção têm relevância cultural”.

Por exemplo, dentro da programação da TV Brasil existe um espaço dedicado ao cinema. Dentre esses programas, há o Cine Ibermedia que apresenta filmes latino-americanos, que não possuem difusão dentre as demais emissoras brasileiras. Sendo assim, a emissora está trazendo à tona uma perspectiva de criação cinematográfica até então marginalizada pelos outros meios de comunicação, dando voz, portanto, àqueles que não a tinham.

Realizar a Educomunicação está na consumação da expressão democrática. Pois, o olhar, a voz, daqueles que vivem à deriva do discurso dos meios tradicionais, daqueles que não se sentem representados, daqueles que discordam, daqueles que questionam, é um modo de se pensar o papel e a experiência dos próprios meios de comunicação. Dessa forma, promover programas que problematizem a própria mídia é uma “leitura crítica”, no entanto, há de se atentar, sempre, no fato de “quem” está fazendo essa leitura.

A conquista do direito à voz, o “direito de pronunciar a sua palavra”, de acordo com Paulo Freire, torna a pessoa sujeito de suas próprias opções, que “projeta livremente o seu próprio destino”:



Aprender a ler e escrever deve se constituir numa oportunidade para que os homens conheçam o verdadeiro significado da expressão *dizer a palavra*: um ato humano que implica reflexão e ação. Como tal, trata-se de um direito humano primordial, e não privilégio de uns poucos. Dizer a palavra não é um ato verdadeiro a menos que esteja simultaneamente associado ao direito de auto-expressão e expressão do mundo, de criar e recriar, de decidir e escolher e, em última análise, de participar do processo histórico da sociedade (FREIRE, 1970, p. 12).

A “leitura crítica dos meios” tem como objetivo a composição emblemática de sujeitos históricos que assumem uma postura dialética diante do mundo – sujeitos que transformam o contexto em que vivem enquanto transformam a si próprios.

Como assinala Cicilia Peruzzo (1998), ao participarem de uma práxis cotidiana voltada para o grupo a que pertencem, os indivíduos se inserem em um processo social de “educação informal” que contribui para a reelaboração das culturas populares e para a formação da cidadania.

Realidade (esfera) pública brasileira

Segundo Habermas (2003), “a esfera pública política provém da literária” – ou seja, da imprensa –, e “intermédia, através da opinião pública, o Estado e as necessidades da sociedade”.

As contradições, historicamente construídas, que permeiam o conceito do que é, de fato, “público” tem condicionado um desentendimento quanto a sua noção social. Pensemos a realidade brasileira presente, enquanto a imagem criada pelo senso comum é de que o “público” é aquilo que não é de ninguém – quando na verdade é de todos –, os representantes políticos se apropriam do “público” enquanto privado. Desse modo, utilizam o que é “direito de todos” em benefício próprio.

Tanto a apreensão comum (perante um histórico de advento do capitalismo intrínseco a emancipação de políticas de privatização), como a corrupção, traz à tona uma concepção flexível (portanto, incerta) do que é “público”.

Ao se referir a um momento específico, a uma “época revolucionária”, no século XVIII, Habermas destaca:

Uma imprensa que se desenvolvia a partir da politização do público e cuja discussão ela apenas prolongava continuou a ser por inteiro uma instituição deste mesmo público: ativa como uma espécie de mediador e potenciador, não mais apenas um mero órgão de transporte de informações e ainda não um instrumento da cultura consumista (HABERMAS, 2003, p. 215).



Entretanto, com o estabelecimento do que o autor denomina Estado burguês de Direito e com a legalização de uma esfera pública politicamente ativa é que a imprensa crítica pôde abandonar a sua posição polêmica e assumir as chances de lucro de uma empresa comercial.

Mas não só os interesses econômicos privados passaram a ter maior peso: o jornal acaba entrando numa situação em que ele evolui para um empreendimento capitalista, caindo no campo de interesses estranhos à empresa jornalística e que procuram influenciá-la. A história dos grandes jornais na segunda metade do século XIX demonstra que a própria imprensa se torna manipulável à medida que ela se comercializa. Desde que a venda da parte redacional está em correlação com a venda da parte dos anúncios, a imprensa, que até então fora instituição de pessoas privadas enquanto público, torna-se instituição de determinados membros do público enquanto pessoas privadas – ou seja, pórtico de entrada de privilegiados interesses privados na esfera pública (HABERMAS, 2003, p. 217).

Levando em consideração em nossa análise o contexto em que Habermas desenvolveu o seu estudo em torno da “esfera pública burguesa”, no qual a televisão era uma “nova mídia” do século XX, é necessário compreendermos a relevância do processo histórico de edificação da “opinião pública”. Partindo da constatação de que “monopólios” do rádio e da televisão assumiram a forma de empresas de economia privada nos Estados Unidos, o autor destaca a origem de “serviços públicos” na Europa:

Na Inglaterra, na França e na Alemanha, esses novos mídias foram organizados como instituições públicas e semi-públicas, porque senão a sua função pública-jornalística não poderia ter sido suficientemente protegida frente à função capitalista privada (HABERMAS, 2003, p. 220).

No percurso histórico do jornalismo, de pessoas privadas que detinham o controle redacional (a “esfera pública burguesa” pode ser entendida, em sua origem, como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público) até os serviços públicos dos meios de comunicação de massa, a “esfera pública” se modifica de acordo com interesses privados, que usufruem dela de modo privilegiado.

No entanto, com a emancipação da publicidade comercial (chamado primeiramente na França, por volta de 1820, de *reclame*), “pessoas privadas passam imediatamente a atuar enquanto proprietários privados sobre pessoas privadas enquanto público”, segundo Habermas (2003). Desse modo, a comercialização da imprensa se torna conivente à dinâmica da “esfera pública” mediada pela propaganda. Mas, não se constituiu uma “esfera pública” economicamente diversa, separada, da “esfera pública



política”, de acordo com o autor, “a representação jornalístico-publicitária de privilegiados interesses privados esteve desde o começo plenamente amalgamada com interesses políticos”.

Enquanto os *reclames* apreendem pessoas privadas como consumidores, o destinatário das “relações públicas” é a “opinião pública”. Em outras palavras, as “relações públicas” se voltam para pessoas privadas enquanto público e não enquanto consumidores imediatos. Todavia, o autor destaca uma implicação tácita ao se referir às *public relations*, “o emissor esconde as suas intenções comerciais sob o papel de alguém interessado no bem comum”. E complementa, “mediante uma representação dramática dos fatos e de estereótipos calculados, ela pretende uma ‘reorientação da opinião pública mediante a formação de novas autoridades ou símbolos que terão aceitação’” (HABERMAS, 2003).

Habermas descreve a proposição das *public relations*:

Ela empresta a seu objeto a autoridade de um objeto de interesse público, a respeito do qual, como se pretende que isso pareça, o público das pessoas privadas cultas forme livremente a sua opinião. A tarefa central é ‘engendrar o consenso’, pois só no clima de um tal consenso é possível ‘promover junto ao público, sugerindo ou exigindo a aceitação de uma pessoa, um produto, uma organização ou uma ideia’. A disponibilidade despertada nos consumidores é mediada pela falsa consciência de que eles, como pessoas privadas que pensam, contribuam de um modo responsável na opinião pública (HABERMAS, 2003, p. 228).

Perante um descontentamento da “opinião pública” quanto à complexidade narrativa de seus filmes, o cineasta brasileiro Glauber Rocha questionava: “Dar ao público o que o público quer será uma forma de conquista ou de aproveitamento comercial do condicionamento cultural do público?”.

Nessa perspectiva, é imprescindível relevar a singularidade brasileira diante dos exemplos europeus de conquista de um “serviço público” de comunicação, como a BBC inglesa, a TV France, a RAI italiana, a TVE espanhola e a RTP portuguesa. Pois, é a partir compreensão e da experiência embasada na estrutura circunstancial de um país que se torna possível, conscientemente, transformá-lo.

Tomemos como molde de reflexão a luta da esquerda pela “revolução socialista” na América Latina. Tendo em vista a forte influência norte-americana no desenvolvimento da cultura desses países ao decorrer do século XX, durante o período



da Guerra Fria, grande parcela da esquerda latina se alinhou politicamente com a ex-URSS.

Nossa observação se debruça sobre o fato de que um amplo setor da esquerda latina que almejava a revolução social se espelhou no modelo da Revolução Russa (ou ainda, da Revolução Cubana).

Ou seja, a transformação que propomos aqui, baseada na construção de um paradigma público brasileiro sob a perspectiva educacional, necessita estar dialogicamente integrada na totalidade que abrange diversas etnias, raças, gêneros, sexualidades, ideologias, crenças etc., e que representam a dimensão sócio-cultural de nosso país.

Televisário

Tendo em vista a presença cotidiana da televisão na vida das pessoas, Dominique Wolton afirma “o caráter contraditório de um objeto cujo consumo é essencialmente privado, mas que traduz uma atividade coletiva”. (WOLTON, 1996). Ou seja, a televisão como um meio consumido em esfera privada enquanto é projetada para um “público”.

Retomando o conceito de Habermas (2003) de “esfera pública”, Eugênio Bucci (1997) aborda o espaço público no Brasil a partir dos limites definidos pela televisão: “Ele se estende de trás para diante: começa lá onde chegam a luz dos holofotes e as objetivas das câmeras; (...) o que é invisível para as objetivas de TV não faz parte do espaço público brasileiro”, e complementa, “fora da TV, talvez seja muito improvável encontrar algum Brasil para ser visto”.

Seguindo uma linha de raciocínio baseada na concepção de “recepção televisiva”, Umberto Eco (1984) descreve que não se trata mais da televisão “espelho do real” e sim da “produtora do real”, na qual a participação do espectador é fundamental, pois, para ele, e nele, que uma “verdade” se estabelece e passa a se constituir.

Sendo a mídia contemporânea de maior acesso dentre a população brasileira – de acordo com José Arbex Júnior, tal questão está relacionada ao fato de nossa cultura privilegiar a percepção visual como fonte de conhecimento –, a televisão pública possui um papel relevante e problematizador de difusão cultural e formação cidadã.

No entanto, uma barreira quanto ao intercâmbio de linguagens entre educação e comunicação, uma “segunda alfabetização”, seria o “despreparo da escola para a experimentação, compreensão da cultura audiovisual” (COUTINHO, 2003). Estamos,



atualmente, diante de uma mudança no processo de leitura, de uma dinâmica de inserção textual que flexibiliza o modo de se navegar pelo texto – o que condiciona, simultaneamente, o modo de se pensar a escrita e a produção visual. Pois, é por essa “pluralidade de escritas que passa, hoje, a construção de cidadãos, que saibam ler tanto jornais como noticiários de televisão, videogames, vídeos e hipertextos” (MARTÍN-BARBERO & REY, 2001).

Omar Rincón, em um artigo publicado na *Revista Científica de Educomunicación*, descreve as *nuevas narrativas televisivas*:

Habítamos los tiempos de la multiplicidad de pantallas, el negocio de los formatos, las lógicas de otras emociones, el estallido de las narrativas audiovisuales, la multiplicación de las estéticas, la diversidad de sensibilidades/identidades. Tiempos donde cada uno puede hacer la televisión como se le da la gana. Lo significativo es lo cercano, lo vital, lo emocional, lo imprevisto (RINCÓN, 2011, p. 46).

Desse modo, a “leitura crítica” requer o entendimento desse ambiente múltiplo presente nas novas narrativas midiáticas. Pois, nada se resolve quando um meio, como a internet, possui uma potencialidade “horizontal” (comunicação todos-todos) se esse não é democraticamente distribuído – tendo em vista a situação brasileira, mesmo que o número venha crescendo nos últimos anos, atualmente, menos de um terço da população tem acesso à rede.

Sobre o telejornalismo da TV Brasil

O telejornal Repórter Brasil (Noite) tem duração de uma hora e é apresentado de três cidades distintas: São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília. Entretanto, tal dinâmica é apenas evidenciada no início e no fim do programa, não concretizando de forma plena o objetivo de “descentralizar o discurso”.

Em outras palavras, se esse, de fato, é um diferencial comparado aos demais telejornais tradicionais, esse aspecto não é, de todo, aproveitado. Pois, os apresentadores não dialogam entre si e o cenário estético é igual, dando a impressão, assim, de estarem em um mesmo estúdio. Apenas a legenda, vista na primeira fala do apresentador, refere-se à dinâmica.

Através de reportagens de “filiais” do norte, do nordeste e do sul do país, como a Ulbra TV (RS), a TV Aldeia (AC), Aperiipê TV (SE) e a Amazon Sat (AM) – além da Rede Minas (MG) –, o telejornal tem assim uma maior abrangência do espaço social e



discursivo. Parece pretender atuar em diálogo com o sotaque e os vocábulos regionalizados dos repórteres, produzindo assim uma “linguagem local” – comparado ao Jornal Nacional, por exemplo, que possui um sistema no qual um mesmo repórter cobre uma ampla rede de localidades – que contribui para a emancipação do conceito de representação que propomos aqui.

Entretanto, as notícias produzidas fora do âmbito sudeste e do Distrito Federal são de editoria cultural e cotidiana, a apresentação da esfera política (não restrita ao seu aspecto eleitoral, ou seja, ligada a representantes políticos), por exemplo, é centralizada em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

Enquanto potencial fonte de debate, a reportagem de cunho social e cultural possui uma importância singular no discurso de cidadania do telejornal. Contudo, restritas ao final do telejornal, essas são oferecidas em tom leve como uma expressão de “alívio” após notícias de economia, judiciário e política.

As matérias internacionais (enquanto nota coberta) possuem um amplo espaço no discurso do telejornal. Notícias da crise econômica européia e protestos na Ásia foi destaque durante a semana analisada.

Tendo um correspondente na África do Sul na época em que acontecia a Copa do Mundo, o repórter Eduardo Castro, o telejornal apresentava notícias do país africano que iam além do cunho esportivo, como constatações sociais e políticas.

Tendo em vista o conceito estrutural do telejornal noturno, traremos à tona três quadros: “Outro Olhar”, “Repórter Brasil Pergunta” e “Repórter Brasil Explica”.

Os dois primeiros sustentam um caráter de debate público relevante ao nosso estudo. O quadro “Outro Olhar” é composto por vídeos postados pelos telespectadores no *site* da TV Brasil, tais vídeos são de temáticas diversas, variando de questões cotidianas a considerações políticas internacionais. Na quarta-feira da semana tomada como recorte para a realização da análise que fundamenta o artigo, foi apresentado um vídeo sobre uma fábrica em Sumaré, São Paulo, que é administrada pelos próprios trabalhadores.

O quadro “Repórter Brasil Pergunta”, por sua vez, se baseia na utilização do recurso “Povo Fala”; a partir de uma questão central (na maioria, questões cotidianas, muitas vezes polêmicas), temática que irá ser explorada em uma matéria do telejornal, (como, por exemplo, “o que você vai fazer o com 13º salário”, “você tem o hábito de medir a pressão arterial” ou “você tem cartão de vacinação”) ouve pessoas, populares, de diversas localidades do país.



O “Repórter Brasil Explica” traz à tona um aspecto pedagógico que podemos observar no discurso do telejornal como um todo. Há a preocupação em se explicar de forma didática o conteúdo que se apresenta. Na semana analisada, o quadro não se revelou todos os dias. Adquirido como ilustração, explicou-se, durante a semana, “hipertensão” e “vacinação” (ligados à pergunta do “Povo Fala”), a explicação se dá por meio de arte gráfica e narração. O fato dos exemplos estarem pautados na “saúde” não proporciona ao quadro essa característica, perante a observação do telejornal em dias além da semana proposta, podemos considerar um aspecto muito mais jurídico nos temas.

Notamos também, em determinadas circunstâncias, que há na construção das reportagens uma atmosfera de encanto “otimista” em relação à emancipação do país e ao desenrolar do governo em curso. O que está intimamente ligado ao processo catártico proporcionado pela estrutura narrativa da “dramaturgia” no telejornalismo, como assinalado por Iluska Coutinho (2003).

Partindo de tais fatos, podemos observar que, apesar de uma estrutura narrativa e linguística muito próxima dos demais telejornais brasileiros, há em contraponto o oferecimento de um conteúdo mais diversificado que não tem espaço nos outros meios. Contribuindo, desse modo, para a pluralidade do discurso jornalístico.

Em busca da pluralidade

A dinâmica envolta pela complexidade identitária e pela miscigenação étnica presentes na sociedade brasileira tornam o entendimento do conceito de representação um estudo em constante reescrita.

A televisão, como um meio originalmente estruturado na relação vertical emissor-receptor, baseia-se no discurso da busca pela representatividade. Tendo em vista a impossibilidade de se ouvir, de fato, toda a população, diante às limitações de linguagem e estruturais do meio, a televisão dá voz a um grupo de pessoas (que “represente” essa população, seja por meios sociais, culturais, políticos, profissionais etc.) no intuito de abranger um máximo número de telespectadores.

Entretanto, perante o desenvolvimento histórico dos meios de comunicação brasileiros, tal abrangência carrega um caráter tácito ditado por interesses estatais e privados – por exemplo, a Rede Globo foi criada, e emancipou-se, durante o período regido pela ditadura militar.



Dessa forma, para observar de que maneira os “falantes” são representados, atrelado à problematização do meio televisivo enquanto uma “democracia eletrônica” (COUTINHO, 2002), partimos dos seguintes critérios utilizados por Cohen (1989): o número de entrevistas e de histórias apresentadas em cada programa; a edição, exibição da pergunta formulada pelo repórter; o tempo de fala e a identificação do entrevistado. Atrelado a tais critérios pretendemos também analisar o conteúdo das falas presente nas entrevistas.

As editorias foram divididas entre: cultura/comportamento; economia; cotidiano; política; internacional; justiça; segurança; esporte e saúde. Os grupos de fontes foram classificados seguindo as determinadas categorias: iniciativa privada; órgãos públicos; judiciário; associações/sindicalistas; show-business e/ou atletas; internacionais; governo; autoridades políticas; populares e experts.

Ao percorrer da semana houve 324 “falantes”, as fontes populares foram as mais ouvidas (pouco mais da metade dos entrevistados), seguidas pelos experts (16%) e pelas fontes referentes aos órgãos públicos (12%), enquanto as que tiveram menos espaço foram os sindicalistas, judiciário e internacional (todas com menos de 2%), show business e/ou atletas foi o único grupo de fonte que não foi apresentado.

Observando a estrutura do telejornal, percebemos a importância da “legenda” (que identifica o “falante” pela profissão, partido, localidade etc.) na representação. Ou seja, a “representação” parte da “apresentação”, se não há uma apresentação nítida e contextual do entrevistado (assim como uma qualidade de som e imagem) não há modo de se ter a identificação. A edição e a produção de um aspecto técnico, muitas vezes, distorcem a construção imagética. Devido a constante aparição de legendas que são colocadas e tiradas num espaço de tempo não plausível para a leitura, de erros de português na escrita e de trocas de identificação referentes aos entrevistados, esse aspecto se torna no telejornal um obstáculo ao processo de apresentação e de representação.

Outro aspecto relevante de se observar se dá quando o repórter usa a fonte com o intuito de afirmar, dando credibilidade, a um determinado argumento. Tal comportamento tácito, podendo ser produzido de forma até mesmo ingênua (ou seja, sem a consciência do ato de fazê-lo), vai de encontro à preocupação que ronda a manipulação ideológica da matéria. Entretanto, o que se acusa não é o fim do diálogo entre repórter e entrevistado, há uma diferença entre usar as fontes para afirmar algo de interesse próprio e, a partir da ideia dita pela fonte, formular o discurso. Nesse sentido,



quanto mais diversas forem as ideias apresentadas pelo repórter, por meio da voz do entrevistado, mais plural se torna a matéria.

Relacionando editorias e fontes, podemos destacar algumas tendências: na semana observada, os populares tiveram mais voz em matérias de cultura e cotidiano, as vozes ditas “oficiais” (governo, autoridades políticas, judiciário e órgãos públicos) em matérias de economia e política e os experts em reportagens da editoria saúde.

O fato dos populares possuírem um maior número de aparições não significa que estejam mais representados. Pois, além da condição quantitativa, é necessário haver uma procedência do conteúdo da fala. Ou seja, usar fontes populares para meramente “ilustrar” a ideia que permeia o senso comum é uma forma de manipular a representação popular.

Nesse sentido, trazemos a tona o papel da Educomunicação. Por meio dela, tem-se um autêntico modo de promover a representação e a pluralidade de vozes. Pois, “a leitura crítica dos meios” e a exposição dessa leitura são processos de expressão popular que proporcionam uma perspectiva anti-etnocêntrica de construção de conhecimento e de emancipação humana. No telejornal Repórter Brasil, podemos destacar essa perspectiva no quadro “Outro Olhar”, onde emerge a voz independente (não reativa a uma pergunta definida e de criação livre) do público.

Considerações finais

Posto em comparação com os demais telejornais brasileiros há no discurso do Repórter Brasil uma busca mais atenta pela pluralidade (tanto de vozes, como editorial) no sentido de se criar um “novo modelo de telejornalismo”. Contudo, essa busca ainda possui algumas limitações. Tais limitações se dão por meio de obstáculos que para serem transpostos necessitam de uma apreensão social e política.

Portanto, o presente artigo pretende, elucidado pelo estudo da Educomunicação e da realidade de nosso país, problematizar essa apreensão almejando a democratização midiática – visto que a criação de uma televisão pública se torna um ponto potencial para tal propósito.

Arelado à continuidade de nosso estudo, pretende-se a realização de oficinas em escolas do bairro Borboleta, em Juiz de Fora, com o intuito de dar voz a esse(a)s jovens para compreendermos conjuntamente de que maneira ele(a)s enxergam a realidade e de que forma se sentem representados. Pois, como diria Paulo Freire (1985), o processo de Educomunicação está intimamente ligado à *praxis* comunicativa e ao diálogo.



Torna-se, desse modo, necessária a reinvenção constante do estudo e do debate em torno de um “novo modelo de telejornalismo” – não só por meios acadêmicos, como também pela própria mídia – relacionada à emancipação e à construção coletiva de uma emissora pública considerando as singularidades do espaço público brasileiro.

Referências Bibliográficas

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

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Trad. Mauro Gama, Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: JZE, 2004.

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

COELHO FILHO, Marco Antônio. **O desafio do Jornalismo Público**. São Paulo, 2001. Mimeo.

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

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo brasileiro: a estrutura narrativa das notícias em TV**. Tese de doutorado (Umesp). São Bernardo do Campo, SP, 2003.

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

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ECO, Umberto. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FREIRE, PAULO. **Pedagogia da autonomia**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

_____. **Pedagogia do Oprimido**. São Paulo: Paz e Terra, 1985.

_____. **Ação Cultural para a Liberdade e outros escritos**. São Paulo: Paz e Terra, 1984.

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

GOMES, Itania Maria Mota. **Telejornalismo de qualidade – pressupostos teórico-metodológicos para análise**. Anais do XV Congresso da Compôs. Bauru, UNESP, 2006.

HABERMAS, Jünger. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

KAPLÚN, Mario. **Una Pedagogia de la Comunicación**. Madrid (Espanha): Ediciones de la Torre, 1998.



LIMA, Venício Artur de. **Comunicação e cultura**: as ideias de Paulo Freire. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

PERUZZO, Cicilia M.K. **Comunicação nos movimentos populares** - a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **Vozes cidadãs**: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina. São Paulo, Angellara, 2004.

RINCÓN, Omar. **Nuevas narrativas televisivas**: relajar, entretener, contar, cidadanizar, experimentar. Artigo publicado na Revista Científica de Educomunicación. Bogotá, 2001.

TV Brasil. Disponível em [http: www.tvbrasil.org.br](http://www.tvbrasil.org.br). Acesso: 28 de setembro de 2010.

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