

# Lógicas de uso do telejornal: o público como princípio orientador e legitimador dos noticiários televisivos

**Iluska Coutinho**

Inserida de maneira central na vida cotidiana dos brasileiros, à televisão atribuí-se cotidianamente uma naturalidade, em uma operação que se estende a seus discursos e mensagens, e a partir delas até mesmo aos sentidos e visões de mundo construídas para além de sua tela. Mas a naturalização do meio, nos alerta Silverstone (1994), nos faz atribuir a ele o papel de extensão de nossos olhos e sentidos, de forma fiel à construção teórica de McLuhan, tal como se entre nossos olhos e as imagens exibidas na tela não houvesse uma mediação, nesse caso tecnológica e política.

Talvez até pela sua banalidade, observa Wolton (1996), a TV se constitua em objeto “difícil” de que analisar, como avalia o autor ao tratar das ideologias, técnica e política que em geral emergem nos trabalhos acadêmicos sobre a televisão e suas influências na sociedade. Nessa perspectiva a proposta desse artigo é apresentar uma reflexão mais aprofundada acerca do processo de apropriação dos fazeres jornalísticos nessa mídia, sobre o uso social do telejornalismo, especialmente no que se refere aos processos de (re)conhecimento identitários, e ainda lançar algumas pistas sobre a relação do público/ usuário dos telejornais(?)<sup>1</sup> em um novo ambiente tecnológico, a internet.

E se os telejornais no Brasil há muito se converteram na praça pública privilegiada, como sintetiza título de livro que reúne as primeiras produções da Rede de Pesquisadores em Telejornalismo (SBPJor), é fundamental reconhecer que há diversas evidências, de natureza teórica ou não, acerca da atuação da TV como um dos atores centrais de um projeto de ordenamento do mundo, o que portanto se constituiria como um papel político, que estaria implicado na forma de apropriação das tecnologias de representação e transmissão de imagens e sons. Uma série de pesquisadores já se dedicou a estudar as relações entre TV e poder no Brasil, seja sob o enfoque da Economia Política (Mattos, 2000; Caparelli, 1989; Jambeiro, 2001; Bolaño e Brittos, 2005; Porcello, 2008) ou da análise de gêneros e recepção audiovisuais (Leal, 1986; Porto, 2008; Travancas, 2007).

Esse papel político ordenador do discurso televisivo ganha especial relevo em sociedades como a brasileira, que não teria experimentado a cultura do letramento, tendo passado da cultura oral à audiovisual. No I Fórum das TV's Públicas, realizado em 2006, o ministro da Cultura Gilberto Gil avaliou:

A televisão é também um espaço de realização da vida pública, lugar em que a república brasileira – ainda inacabada – tenta encontrar um espaço de informação, de debate e de repercussão. A televisão captou e foi ela própria um lugar de negociações e mudanças da sociedade brasileira: foi suporte e agente provocador da passagem de um Brasil de fazendas e de negócios privados para a um Brasil complexo, democrático, ruidoso, saturado e vibrante. O nascimento do país urbano que conhecemos hoje é uma história narrada – e impulsionada – pela televisão: ela registra a modernização de um país num espaço em constante mutação, que organiza o movimento das multidões, do consumo de massas, num primeiro momento, e depois dos novos sujeitos e vozes sociais e culturais. (2006: 6)

A proposta aqui é refletir sobre os modos de negociação desse projeto de ordenamento do mundo via telejornalismo. Isso porque se acredita que é especialmente por meio da produção de sentido, apropriação e consolidação de identidades tecidas audiovisualmente e negociadas com o público que o telejornalismo, edição após edição, atuaria como um dos elementos capazes de concretizar esse projeto televisual.

Ao entender a televisão e seus gêneros, entre eles o telejornalismo, como mediação tecnológica e política, assume-se, ao contrário do pressuposto dos profissionais da área ou de abordagens como a Teoria do Espelho, que acompanhar suas emissões em muito se distancia da metáfora da janela, a partir da qual seria possível ver o mundo.

A televisão tem entre nós o estatuto de janela para o mundo, capaz de descortinar os fatos como eles são, como se os víssemos de perto com os nossos próprios olhos, porque vivemos numa civilização em que a imagem se tornou critério da verdade. A televisão desfruta dessa impostura que esconde o artifício para dar a ver a suposta realidade. (Bucci, 2006: 17)

A construção imagética da janela para o mundo inclusive é referência freqüente tanto nos manuais formais, quanto nas orientações cotidianas dos profissionais que atuam no jornalismo em TV. Ao invés disso, por meio de seu ritmo, temporalidades, lógicas de produção e também de uso (mediações), o telejornalismo mostra o mundo por meio de sua janela, cujos enquadramentos envolvem recortes, técnicos e políticos.

Nessa perspectiva é que se propõe uma inversão de direção na maneira de construir a imagem-síntese da inserção da TV, e em particular no telejornalismo,

na sociedade. Em outras palavras, é preciso compreender que os noticiários televisivos apresentam a cada edição não uma janela que permita visualizar o mundo, mas constroem, por meio de textos, sons e imagens, o mundo por meio de sua janela particular, o que envolve desde as características intrínsecas ao meio, até diretrizes relativas à política editorial da emissora responsável pela produção/ veiculação do telejornal.

Esse novo ângulo de concepção do telejornal, e de seus conteúdos, longe de se constituir em uma acusação, com relação a eventuais padrões de manipulação global, com propõe Perseu Abramo (2003) ao tratar de um tipo de distorção que seria característico do noticiário em emissoras de televisão, apenas reafirma seu caráter de representação da realidade. As matérias e reportagens veiculadas são um olhar mediado por diversas tecnologias (de captação, edição, transmissão), profissionais (pauteiros, repórteres, cinegrafistas, editores, apresentadores) e ainda por rotinas produtivas que buscam reconstituir “o que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo”, para lançar mão da expressão de William Bonner ao definir o conteúdo do noticiário do qual é editor-chefe e apresentador, o *Jornal Nacional*, primeiro programa a ser veiculado em rede nacional no país.

Apesar desse reconhecimento, se a opção for seguir o mapa noturno proposto por Martín-Barbero para investigar o campo da comunicação, a compreensão do telejornal e de sua relação com o público, telespectador, deveria partir das mediações: a temporalidade social, as lógicas de produção e de uso. E é exatamente nesse último aspecto que o peso relativo do telejornal e de sua identidade, como produto responsável pela informação cotidiana de significativa parcela da população brasileira, exigem uma reflexão mais cuidadosa. De acordo com Becker:

Na grade de programação das emissoras, os telejornais, produtos de informação de maior impacto na sociedade contemporânea “vendem” credibilidade e atraem investimentos. Além disso, ofertam conceitos, idéias e representações da cultura e da realidade nacionais, partilhadas por grande parte dos brasileiros. É no espaço simbólico dos noticiários que (...) acompanhamos, julgamos e construímos o cotidiano da nação, sob e sobre o olhar dos âncoras, repórteres e editores. (2005: 48).

É nessa perspectiva que ganha relevo a proposta de investigação de uma epistemologia do telejornalismo (Ekstron, 2002), ou seja, do conjunto de regras, rotinas e procedimentos institucionalizados que estruturam uma forma particular de produção de conhecimento, o conhecimento social da realidade via tela de televisão, e também os recursos e estratégias que legitimam esse conhecimento, (tele)jornalisticamente produzido.

A partir do roteiro de estudos estabelecido por Mats Ekstron (2002) propõe-se uma reflexão sobre quais seriam as bases que estruturariam a epistemologia do telejornalismo brasileiro, cuja centralidade no processo de produção de (re)conhecimento social não encontraria paralelo com as experiências que deram suporte empírico a abordagens teóricas americanas e/ou européias. Essa epistemologia incorporaria três aspectos distintos: 1) a caracterização do tipo de conhecimento produzido, oferecido via telejornais; 2) o desvendamento das noções ou estratégias que fundamentam essas práticas de produção de conhecimento telejornalístico e 3) o processo de aceitação e reconhecimento do público.

Vizeu e Correia (2008) reafirmam a necessidade de se refletir sobre o conhecimento do (tele)jornalismo, e sua natureza, ao pensar a construção de uma epistemologia do telejornalismo. Para eles o jornalismo, como forma de conhecimento, teria quatro funções: exotérica, pedagógica, de familiarização e de segurança. A primeira função estaria relacionada a um compromisso com o público, o de tornar compreensíveis discursos antes restritos ao saber especializado, enquanto a função pedagógica estaria relacionada ao ordenamento do discurso (e do mundo, seria possível completar) de forma a orientar e responder ao telespectador. As duas últimas funções elencadas estariam reunidas no conceito de lugar de referência: “(...) conceito que entendemos dar uma dimensão mais ampla ao jornalismo como uma espécie de lugar de orientação nas sociedades complexas a que homens e mulheres recorrem para o bem e para o mal” (Vizeu e Correia, 2008: 19).

Nesse artigo a busca por compreender as bases da epistemologia do telejornalismo brasileiro está ancorada em duas hipóteses centrais. A primeira delas, tributária também de diversas contribuições teóricas anteriormente apresentadas, é a de que o telejornalismo brasileiro se constitui em forma de conhecimento detentora de graus de especificidade, formas de perceber e compreender a realidade, multiplicadas a cada edição, o que ofereceria por empréstimo ao público uma visão peculiar de estrutura e organização do mundo.

Outra premissa é a de que um dos focos centrais dessa epistemologia do telejornalismo brasileiro estaria nas práticas sociais internalizadas por seus profissionais e estudiosos, nos enquadramentos cognitivos, sistemas de classificação e práticas epistemológicas mobilizados pelos envolvidos com o fazer (tele)jornalístico. Essas práticas teriam repercussões nos discursos, dos jornalistas de TV e dos próprios telejornais, que seriam validados por esse conjunto de procedimentos.

Vale ressaltar que nosso percurso reflexivo tem como foco prioritário o diálogo do telejornal com o público, seja como princípio orientador e legitimador do Telejornalismo ou ainda a partir dos olhares sobre as lógicas de uso desse gênero

informativo audiovisual. Dirigido ao grande público, o telejornalismo sempre foi alvo de críticas com relação à profundidade de seus relatos e ainda com relação ao tipo de tratamento das temáticas convertidas em notícia, muitas vezes próximo do espetáculo. Apesar disso, é apenas a partir da queda nos índices de audiência, e de credibilidade, dos noticiários das grandes redes de televisão que há a perspectiva de reflexão dos próprios profissionais envolvidos no fazer jornalístico sobre a questão do público, quer como destinatário da produção midiática, quer como essência e princípio orientador do jornalismo.

É certo que a atenção às diversas dimensões do público na prática jornalística ganha contornos diferentes de acordo com o tipo de relação que a mídia, e especialmente a TV, estabelece na sociedade em que ela se insere, e com a própria universidade, enquanto centro de produção de conhecimento, de ordem distinta daquele oferecido pelo Jornalismo, inclusive audiovisual. Nos Estados Unidos, a preocupação com a chamada crise do jornalismo envolveu profissionais e professores da área em pesquisa que contou com 21 discussões públicas e resultou em publicação, traduzida para o português (Kovach & Rosenstiel, 2003). A obra é definida pelos autores como “uma descrição da teoria e cultura do jornalismo que emergiu de três anos ouvindo jornalistas e cidadãos” (2003: 21) e tenta, por meio de nove princípios, recuperar a identidade do jornalismo americano que passaria por uma “crise de convicção”<sup>2</sup>.

Os problemas com os processos de (re)conhecimento da(s) identidade(s) do jornalismo na contemporaneidade também são experimentados no Brasil, e particularmente na TV. Ao pensar quais seriam o papel da TV Pública no país e ainda os conteúdos a serem veiculados por ela, Eugênio Bucci, então presidente da Radiobrás, avaliou que o entretenimento teria subjogado o jornalismo:

Nos grandes conglomerados da mídia, que se proclamam como “players” do negócio do “entertainment”, o jornalismo se vê cada vez mais restrito à condição de mero departamento dentro das empresas que, além de muitos outros produtos, oferecem atrações que podem ser chamadas de jornalísticas. O campo autônomo do jornalismo é envolvido por um corpo que lhe é maior e que o subjuga, lançando desafios imensos para a sua qualidade e a sua independência. (...)O telejornalismo se abastece do *showbusiness*, em sua dimensão estética, pois foi engolido por essa indústria que lhe é superior. (2006: 15-17).

A baixa profundidade do noticiário televisual, assim como as queixas quanto ao caráter espetacular das coberturas televisivas, são permanências significativas nos discursos produzidos por estudiosos, da Comunicação e de outros campos de conhecimento que têm os mídia como objeto de estudos, e também nos depoimentos

de intelectuais e autoridades, particularmente quando estas atuam também como fonte de informação, sujeitas às lógicas de produção/ edição dos telejornais.

Essas críticas, contudo, parecem distanciadas das lógicas de uso dos telejornais por grande parte da população brasileira, para quem os noticiários de televisão se constituem na nova praça pública (2006)<sup>3</sup> onde o país de (re)conhece cotidianamente. Mais que isso, muitos telespectadores teriam aprendido a confiar à distância, atuando como fiadores daqueles com quem se “encontram” diariamente via telinha, convertendo os telejornais em sistemas peritos, tal qual conceituados por Giddens<sup>4</sup>.

Para Silverstone, é exatamente por meio da análise dos telejornais que seria possível compreender a criação de confiança que possibilitaria, de acordo com o autor, a constituição da TV em objeto transicional, sobretudo para os telespectadores adultos:

O noticiário é uma instituição chave na mediação de ameaça, risco e perigo, (...) essencial para que possamos compreender nossa capacidade de criar e manter nossa segurança ontológica. Sua significação e função nesse sentido são tão importantes quanto seu papel de provedor de informação (1994: 40)

Essa perspectiva reforça as funções de segurança e familiaridade destacadas por Vizeu e Correia (2008), e oferece um bom enquadramento inicial para observar a relação entre Telejornalismo e temporalidade social no Brasil. E é exatamente a partir da centralidade que os noticiários televisivos assumem no Brasil que a opção será por avançar na reflexão sobre a aceitação e reconhecimento públicos, ponto central na epistemologia do Telejornalismo Brasileiro.

### **O TEMPO DO TELEJORNAL: UM OLHAR SOBRE AS RELAÇÕES ENTRE LÓGICA DE PRODUÇÃO E TEMPORALIDADE SOCIAL**

A questão do tempo, e do seu controle, é central nas narrativas sobre o telejornalismo, sejam elas acadêmicas ou profissionais. Nos relatos produzidos por jornalistas sobre suas rotinas de trabalho, seja em entrevistas ou em livros de caráter testemunhal (que se constituem referência importante no ensino e pesquisa em telejornalismo), a necessidade de domínio do tempo emerge como um requisito para a atuação no jornalismo televisivo. Os (tele)jornalistas correriam contra o tempo durante as etapas de pauta/ produção, captação e edição do material cotidiano, e ainda teriam que lidar com as dificuldades para organizar a mensagem telejornalística no tempo, agora de exibição.

Um dos documentos em que se mostra questão da relevância do tempo, e de seu controle, para o fazer telejornalístico é o vídeo “Um dia no JN”, uma produção em formato documental que integra o DVD comemorativo dos 35 anos do Jornal Nacional. Por meio de um texto em gerador de caracteres somos localizados no tempo: 03 de junho de 2004; um dia sem nenhum grande acontecimento segundo informa inicialmente o texto. Em seguida, a dúvida surge como um convite para que o espectador acompanhe “os bastidores de um dia de trabalho da equipe”.

Um *insert* de vídeo no canto superior direito do vídeo, de forma similar a um relógio/ cronômetro, registra: 7:37. Na seqüência, um texto mais uma vez em GC informa: “Faltam 12 horas e 27 minutos para o início do Jornal Nacional. Após depoimentos de produtores e editores flagramos um repórter na redação alertando possivelmente à sua fonte sobre um atraso de “mais ou menos meia hora”, motivado por informação sobre engarrafamento no Tunel Rebouças. Cenas em São Paulo, Rio e Brasília mostram um agitado cotidiano de repórteres, editores e produtores e são intercaladas com inserções do relógio/ cronômetro, índice de ampulheta. Durante a reunião de pauta/ caixa<sup>5</sup> o telespectador assiste a uma negociação entre o editor chefe e o responsável pelo escritório de Nova Iorque, que defende a entrada de um VT<sup>6</sup>, ainda que pequeno sobre a crise do petróleo. Bonner concede:

- OK, vamos fazer enxutinho
- Enxutinho, um minutinho, um minuto e vinte.
- Um e vinte tá grande!
- Um e dez...
- Fechamos, um e dez.

Um texto em gerador de caracteres esclarece: “Dez segundos são um tempo precioso no Jornal Nacional”. A tela seguinte convida: “Confira no escuro”. Dessa forma os dez segundos seguintes são de tela preta, sem nenhum áudio. O espectador estaria convencido, e agora compreenderia/ compartilharia com os editores sobre o sentido daquela negociação de tempo que acompanhara. Nesse caso trata-se do tempo de exibição e não daquele de produção do material jornalístico.

Sob o olhar acadêmico, a necessidade de economizar tempo durante a produção das notícias levaria os jornalistas a recorrerem a uma série de operações de seleção/ edição para estabelecer o que seria ou não noticiável, e ainda para dar tratamento adequado ao material apurado de forma a garantir sua inserção na gramática particular do veículo, televisão em nosso caso, mas também no próprio universo do espectador a quem a notícia se dirige. Os estudos de abordagem construcionista dão relevo ao papel da cultura profissional nessas operações de recorte e enquadramento da realidade,

apontando a existência de critérios de noticiabilidade e valores-notícia, alguns deles relativos ao veículo no qual a informação jornalística se insere. Entre esses estudos, a questão do tempo como valor ganha ênfase na teoria interacionista na qual se defende que os jornalistas e empresas noticiosas estariam sujeitos à sua tirania:

Pressionadas pela tirania da “hora de fechamento”, as empresas do campo jornalístico são ainda mais obrigadas a elaborar estratégias para fazer face ao desafio colocado pela dupla natureza de sua matéria prima: 1) os acontecimentos (...) podem surgir em qualquer parte; 2) os acontecimentos podem surgir a qualquer momento; 3) face à imprevisibilidade, as empresas jornalísticas precisam impor ordem no espaço e no tempo (Traquina, 2004: 181). grifo nosso.

No caso do telejornalismo brasileiro, de forma mais específica, um trabalho de referência no estudo das rotinas produtivas é o de Alfredo Vizeu (2000). O estudo trata do processo de produção do RJTV1, um noticiário televisivo regional da Rede Globo, e em diversos momentos registra a preocupação com os tempos de exibição e produção, esse último surgiria em alguns momentos como um fantasma que paira sobre a redação...

Pressionadas pelo fantasma do tempo as empresas jornalísticas são ainda mais obrigadas a elaborar estratégias para tornar o processo produtivo o mais ágil possível. Não é de graça que os motoqueiros estão na redação para ir buscar as fitas na rua. Por causa das dificuldades do trânsito é necessário *ganhar* tempo. (Vizeu, 2000: 121).

Para além da estratégia para o tráfego de material audiovisual descrita por Vizeu é preciso mobilizar uma série de procedimentos/ rotinas produtivas para realizar o enquadramento dos fazeres (tele)jornalísticos – pauta, apuração e captação audiovisual, edição, apresentação e transmissão – ao tempo de produção disponível. As chamadas teorias do jornalismo já se dedicaram ao estudo dos critérios de noticiabilidade e dos valores-notícia, estes elementos centrais na cultura jornalística de acordo com Traquina (2005).

É certo que essa sistematização, que inclui ainda a distinção entre valores-notícia de seleção (critérios substantivos e contextuais) e valores-notícia de construção, tem reconhecimento e legitimidade em um espaço mais reflexivo. Entre aqueles envolvidos de maneira mais direta com a lógica de produção do telejornal, esses parâmetros são vistos como abstrações impossíveis para a operação em um cotidiano em que “falta tempo”. Dito de outra maneira, para os jornalistas a produção de um noticiário televisivo seria um processo mais intuitivo, em que os produtores se

colocariam na posição do público<sup>7</sup> para selecionar quais seriam os fatos mais relevantes a serem cobertos.

Tudo aquilo que pode ajudar o cidadão, não apenas a compreender o mundo, porque isso faz parte das notícias, mas aquilo que faz um cidadão estar atento para ações sociais, para voluntariado, às vezes para a própria saúde, com campanhas de erradicação dessa ou daquela doença, de vacinação. Tudo o que tenha um caráter social tem espaço garantido no Jornal Nacional. (Bonner *apud* Travancas, 2007: 130).

Essa naturalização dos procedimentos que envolvem o fazer jornalístico encontra respaldo em abordagens como a chamada Teoria do Espelho. Apesar de encontrar grande adesão entre os profissionais da área, essa vertente torna-se cada vez menos exequível na medida em que, com a complexificação do mundo, incluindo a expansão da área de alcance dos interesses operada também via tecnologia, há cada vez mais conteúdos, personagens, fatos e ângulos possíveis de serem “mostrados”<sup>8</sup>. A própria concepção diferenciada do processo noticioso, que de acordo Traquina (2005) seria naturalizado pelos profissionais, evidencia a dificuldade de contar com uma única visão da realidade.

A despeito dessas divergências, a seleção do que noticiar e da maneira de “mostrar” a realidade não estaria condicionada apenas pelo tempo de produção do telejornal, mas também pelo seu tempo de exibição. Como narrativas que se organizam no tempo, as notícias em um telejornal precisam, além de ficarem prontas no momento preciso que lhes garanta a edição/ transmissão, submeter-se ao espaço-tempo de veiculação disponível. Isso definiria, por exemplo, o formato de um determinado conteúdo, como explica William Bonner: “Eu trabalho com necessidade absoluta de tempo. Se eu consigo resumir um VT numa cabeça<sup>9</sup>, eu tiro o VT, dou uma nota pelada<sup>10</sup> e coloco no lugar um outro VT que não seja resumível” (*apud* Coutinho, 2003).

Depois disso, há ainda que se considerar seu instante de exibição ao longo do telejornal. Afinal o momento de inserção de uma notícia, sua presença no primeiro ou último bloco é capaz de denotar valores, cujos significados, no Brasil, são em grande parte compartilhados com a audiência. Esse diálogo é ainda potencializado uma vez que em função da temporalidade social e de sua adesão à grade de programação da emissora, traria elementos importantes para o tempo e momento de exibição de informações jornalísticas no Jornal Nacional, como explicou Bonner ao tratar da forma de encadeamento das informações no programa:

(...) coisas mais difíceis, joga lá no último bloco. Porque no último bloco? Porque no último bloco eu tenho um público que é do Jornal

Nacional, não importa o que eu fizer ele vai ver o Jornal Nacional porque ele gosta do Jornal Nacional ou porque pelo menos ele se sente na necessidade de ver. E eu tenho um público que não é do JN, é um público noveleiro, que está se lixando pro Jornal Nacional, mas como está quase na hora da novela, que ele não sabe exatamente a que horas vai começar, ele ligou lá. E aí, coitado, ele é obrigado a ver mesmo o que ele não quer, uma coisa importante e chata, mas ele viu. Eu fiz isso com alguns assuntos importantes e chatos. E aí com isso eu mato dois: primeiro eu mantenho a audiência em alta, porque eu não coloquei em risco minha audiência; segundo eu fiz com que mais pessoas vissem uma coisa importante, que será importante para elas. Eu parto do princípio de que como concessão pública eu tenho a obrigação de cumprir minha função jornalística. (*apud* Coutinho, 2003).

Por outro lado, os tempos de duração do telejornal, de seus blocos e de cada uma das mensagens informativas nele inseridas imprimiriam uma determinada velocidade ao processo de narrar/ mostrar o mundo, com reflexos também na sua apreensão pelos (tele) espectadores. Na estrutura narrativa hegemônica nos telejornais brasileiros (Coutinho, 2003), esse ritmo seria acelerado pelas próprias características do meio que estabeleceriam, quase como um padrão, a inserção de matérias curtas, compondo um conjunto marcado pela fragmentação entre pequenos “pacotes de informação”.

Ao interpretar a hegemonia audiovisual na contemporaneidade, Martín-Barbero e Rey (2001) avaliam que a percepção do tempo estaria atualmente marcada pelas experiências da simultaneidade, do instantâneo e do fluxo. De acordo com o paradigma do fluxo, descrito pelos autores, caberia à mídia a fabricação de um presente contínuo, o que transformaria o efêmero em chave de produção: “O paradigma do fluxo conecta, hoje, os modos de organização do tráfego urbano com a estrutura do palimpsesto televisivo e do hipertexto” (Martín-Barbero; Rey, 2001: 36-37).

Para além dos reflexos da programação televisiva e de suas ordens e velocidades de veiculação na temporalidade social, o jornalismo também seria uma instituição chave para essa hegemonia do presente, independente do suporte. Segundo Carlos Eduardo Franciscato (2005), a partir de características como instantaneidade, velocidade e aceleração social, simultaneidade, periodicidade, entre outras, o jornalismo teria reformulado a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. Apesar de a análise do autor ter como foco especialmente o jornalismo impresso e lançar olhares também sobre o jornalismo *on-line*, é possível por analogia considerar suas premissas válidas também para o telejornalismo. Essa interpretação seria possível uma vez que na televisão algumas das características apresentadas seriam potencializadas, como a simultaneidade, também destacada por Martín-Barbero e Rey.

## **LÓGICAS DE USO DO TELEJORNAL: SOBRE ACEITAÇÃO E RECONHECIMENTO PÚBLICOS**

Se no caso das rotinas de produção há diferenças significativas entre a interpretação dos profissionais do telejornalismo e a de seus analistas, no que se refere à centralidade do telejornalismo na sociedade brasileira parece haver um consenso. Uma opinião expressa por William Bonner é tomada aqui como síntese da avaliação dos jornalistas de TV acerca de seu trabalho: “(...) somos o produto jornalístico de maior importância hoje no Brasil e não adianta negar isso. (...) nós falamos para um público que é iletrado. Infelizmente, nós somos a única fonte de informação. É o único ponto de contato.” (*apud* Travancas, 2007).

Ainda que a avaliação do editor-chefe do Jornal Nacional possa parecer pouco precisa, especialmente na generalização acerca do público do programa<sup>11</sup>, é necessário reconhecer que o telejornalismo hoje atua como uma forma central de ligação entre os cidadãos e a sociedade no Brasil. Na sociedade do telejornalismo<sup>12</sup>, “o telejornal é uma expressão de poder soberana e quase intocável, onde estão aprisionados múltiplos sentidos”, como avalia Beatriz Becker (2005: 59).

Mais que a participação dos noticiários de TV em um projeto de ordenamento do mundo, anteriormente abordado nesse texto, ou de sua relevância como meio de informação prioritário de significativa parcela da população brasileira, no que se refere ao estabelecimento de uma epistemologia do telejornalismo (Ekstron, 2002), é importante atentar para a forma de apropriação dos telejornais por seu público, e avaliar em que medida esse público os acompanharia como ato ou prática social, conhecer suas lógicas de uso, para resgatar a terminologia de Martín-Barbero.

Para a proposta de construção da epistemologia do telejornalismo proposta por Ekstron, seria necessário estabelecer as bases ou condições para que os noticiários televisivos fossem considerados uma forma de conhecimento socialmente válido. Em outras palavras, adotando o princípio epistemológico da negligenciabilidade, trata-se de definir as características essenciais, os princípios do telejornalismo capazes de convertê-lo em um bem público no Brasil.

Uma das contribuições para essa espécie de carta de princípios poderia vir dos chamados estudos de recepção. No caso da relação entre telejornalismo e recepção no Brasil, constitui-se em obra pioneira, e de referência, “*Muito além do Jardim Botânico*”, de Carlos Eduardo Lins da Silva (1985). O livro apresenta os resultados de pesquisa realizada junto a telespectadores do Jornal Nacional que viviam em bairros periféricos, com forte perfil operário: Paicará (São Paulo) e Lagoa Seca (Rio Grande do Norte). A partir da relevância do telejornal enquanto prática social capaz de reunir brasileiros todas as noites, Lins da Silva realizou um trabalho nos

moldes da pesquisa-ação que ressaltou as características da audiência como instância também produtora de sentidos negociados entre as emissões televisivas e o acesso a outras fontes de informação. “Nem o Jornal Nacional é um produto livre de contradições, nem sua audiência é um corpo social homogêneo que reage como se fosse uma só pessoa às mensagens que recebe” (Silva, 1985: 14).

Itânia Gomes Mota (2002) propõe que a análise da recepção televisiva, especialmente dos telejornais, seja realizada a partir as contribuições dos *cultural studies* e da semiótica: “a compreensão da história cultural do telejornal pode nos ajudar a compreender as relações entre o estudo dos telejornais propriamente ditos e do telejornalismo de modo geral, a análise dos suportes para sua transmissão e suas práticas de recepção, uso, interpretação”. A partir dessa perspectiva, a autora constrói o conceito de modos de endereçamento, de acordo com os quais os telejornais inscreveriam, em seu próprio conteúdo, elementos que contribuiriam para sua compreensão, tal como pretendida pelos jornalistas.

Mais recente, a pesquisa de Isabel Travancas publicada em 2007 aborda a recepção do Jornal Nacional por um grupo de 16 jovens universitários cariocas, intitulados pela autora como “filhos da televisão”. Ainda que limitada a um grupo bastante específico, a obra apresenta dados sobre modos particulares de ver e apreender o telejornal, o que reforça a tese da audiência como instância também de produção de conhecimento, nesse caso a partir de material informativo audiovisual.

A partir das conclusões dos trabalhos de Lins da Silva (1985), Gomes (2002) e Travancas (2007) não é possível ainda fazer inferências precisas acerca das características do conhecimento telejornalístico que lhe garantiriam legitimidade, atribuída nesse caso pelo público. Apesar disso também a partir da interpretação desses trabalhos é possível ressaltar o caráter em certa medida “socializador” desse produto de informação televisual, na medida em que as notícias compartilhadas, via telejornal, criariam uma espécie de repertório comum entre espectadores, e a partir dele, a possibilidade de novas interações sociais.

Ainda que tenha como foco não a natureza das informações jornalísticas, mas a relação estabelecida entre os apresentadores do Jornal Nacional e seu público, o trabalho de Sean Hagen (2007) é capaz de fornecer algumas pistas interessantes sobre a possibilidade de construção de novas comunidades via consumo dos telejornais. O artigo toma como objeto empírico discursos produzidos por telespectadores e veiculados em comunidades do Orkut dedicadas ao elogio/ crítica de Fátima Bernardes e William Bonner, apresentadores-estrela na concepção impressa por Hagen. Muitos desses telespectadores-internautas, por exemplo, registravam suas queixas quando das férias dos apresentadores do Jornal Nacional, o que poderia, por exemplo, permitir

a compreensão da enunciação no telejornal como uma prática social, também de sedução e convencimento do público.

Esse caráter é reforçado por Beatriz Becker ao analisar a linguagem do telejornal: “Os discursos dos noticiários eletrônicos podem ser considerados uns dos mais persuasivos, porque visam a convencer uma audiência significativa das verdades do Brasil e do mundo.” (2005: 50). Os discursos dos telejornais a que se refere a autora contariam para isso com o recurso da imagem, portador de uma credibilidade quase religiosa (Coutinho, 2006), encadeado a um texto narrado por uma voz que é portadora de uma cotidianidade familiar, (re)conhecida pelos espectadores como sua aliada no processo de desvelamento e compreensão do mundo.

Talvez uma das chaves para compreender a legitimidade atribuída ao conhecimento telejornalístico esteja exatamente relacionada ao que Ekstron (2002) avalia como sendo uma relação de ubiqüidade entre televisão e jornalismo. Dessa maneira, se a televisão ocupa lugar de relevância na sociedade contemporânea, se constituindo de acordo com Wolton (1996) em laço social feito à distância, o telejornalismo também seria portador dessa potencialidade, capaz de estimular as relações de projeção identitária em um grupo de telespectadores que, a despeito de suas diferenças geográficas, políticas, econômicas, culturais, entre outras, se reconhece como a nação narrada nos telejornais.

O telejornalismo seleciona as informações e cria uma cartografia da Nação, levando em consideração critérios altamente subjetivos. (...) Os laços sociais que, antes, eram mantidos entre as populações pelo contato da vizinhança nos bairros, pela proximidade dentro da escola, ou pelo convívio para o lazer e o consumo, no centro da cidade, hoje, se encontram dispersos geograficamente, mas são celebrados via encontro catódico, à frente da telinha/ telejornais. (Coutinho e Musse, 2007).

Ainda de acordo com o roteiro de investigação proposto por Ekstron para entender a aceitação e reconhecimento do público, que validariam o conhecimento veiculado via noticiários televisivos, seria fundamental conhecer as convenções de gênero, técnicas retóricas e discursivas que caracterizariam o telejornalismo, além das características específicas do meio, a televisão. Ocorre que, fiel ao que alguns julgam ser uma tônica da comunicação latino-americana, nesses aspectos a serem compreendidos o telejornalismo guarda marcas de hibridismo e mestiçagem.

No que se refere às convenções narrativas e técnicas retóricas, o telejornalismo brasileiro guardaria características semelhantes a gêneros dramáticos, como a telenovela, que na programação televisiva da Rede Globo, estabelece as “fronteiras” do telejornal mais assistido do país, o Jornal Nacional. Assim, não apenas

nessa emissora, mas também na TV Cultura, por exemplo, o modelo narrativo hegemônico no noticiário televisivo, local e de rede, é a dramaturgia do telejornalismo brasileiro (Coutinho, 2003). Narradas por um rosto e/ou voz reconhecidos pelo telespectador, as histórias cotidianamente retratadas a cada edição dos telejornais ganham valor de verdade, de conhecimento válido.

Quanto ao que seria específico da televisão como mídia, a atualidade parece levantar novas questões/ hipóteses de pesquisa. Presentes na rede mundial de computadores, os telejornais da Rede Globo de Televisão se constituem em um novo produto a investigar, cujas relações de uso são diferenciadas daquela experimentada quando da veiculação do mesmo conteúdo via televisão.

Se, como destacamos anteriormente, o telejornal é uma mensagem, que se organiza no tempo, exigindo do telespectador que acompanhe apresentadores e repórteres em uma espécie de percurso informativo padrão, inserida a *web*, com seus conteúdos, sons e imagens, pode ser acessada de acordo com a ordem de interesse do usuário. Afinal, segundo Marcos Palácios (2003), ao analisar as potencialidades do jornalismo em redes híbridas, nessas seria possível passar da lógica da oferta, que marca os meios de comunicação de massa tradicionais, para a lógica da demanda, distinção estabelecida originalmente por Wolton. Isso porque se o telejornalismo funcionaria por emissão/ oferta de mensagens, o que caracterizaria em contrapartida a internet e as novas tecnologias seria a busca/ demanda do usuário (“público”<sup>13</sup>), já que nesse modelo o funcionamento se daria por disponibilização e acesso aos conteúdos jornalísticos.

A oferta de conteúdos telejornalísticos nesse novo ambiente mobilizaria uma nova lógica de uso? Certo é que se torna necessário refletir sobre uma nova temporalidade que seria gerada a partir de um acesso mais autônomo do público ao telejornal, sem a exigência de simultaneidade com o tempo de emissão ou de adesão à ordem de exibição das matérias.

A inserção dos produtos de jornalismo televisivo no ambiente digital pode trazer vantagens também para os profissionais envolvidos com o fazer (tele)jornalístico. Afinal a questão do controle do tempo, que seria um limitador à construção de relatos mais aprofundados, deixa de existir na rede. Há algumas experiências inclusive de que a emissão dos telejornais, via telinha, conta com possibilidade de “extensão do tempo” através do acesso à internet. Nesse espaço virtual poderiam, por exemplo, ocorrer *chat's* com entrevistados ou especialistas ouvidos de maneira breve na edição do telejornal. Isso sem contar com a possibilidade de aproximação e aferição dos interesses do público, ou de parte dele, por meio da interatividade.

Em outras palavras, as relações entre público e telejornalismo talvez possam ser melhor compreendidas a partir da mediação de uma tecnologia que funcionaria como uma extensão do noticiário televisivo, ou ainda dos encontros entre o público e a informação audiovisual. Agora resta aguardar os próximos capítulos...

ILUSKACOUTINHO é professora e vice-coordenadora do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

## NOTAS

1 A inserção do sinal interrogativo se justifica na medida em que uma das propostas do artigo é refletir em que medida o conteúdo dos sites dos noticiários televisivos guarda relações com o telejornal, produto midiático original.

2 Entre os nove elementos do jornalismo, três em especial merecem destaque, na proposta de reflexão sobre o Telejornalismo Brasileiro: a) sua primeira lealdade é com os cidadãos; b) deve empenhar-se para apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante e c) deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.

3 Organizado pelos pesquisadores Alfredo Vizeu, Flávio Porcello e Célia Ladeira o livro *Telejornalismo: a nova praça pública reúne textos de oito autores, entre eles um português, e foi lançado em 2006 durante o IV Encontro Nacional dos Pesquisadores de Jornalismo (SBPJor)*, em Porto Alegre.

4 A atuação do Jornalismo como sistema perito contemporâneo é discutida em profundidade na tese de Ananias José de Freitas, “O Eclipse da Política: O mercado e o Jornalismo”. O trabalho foi defendido em 2001 no doutorado em Comunicação da UFRJ.

5 William Bonner esclarece que o termo reunião de caixa é uma referência ao equipamento anteriormente utilizado para viabilizar o contato com aos escritórios da Globo no Brasil e no mundo, e que se manteve a despeito do avanço tecnológico.

6 VT ou videoteipe é usado no jargão do telejornalismo como sinônimo de matéria.

7 Nesse aspecto é curiosa a relação percebida no discurso dos profissionais entre jornalistas e público, como se essas esferas de “atuação” tivessem fronteiras claras e precisas. Mas será que em última medida todos, produtores e espectadores, não seriam público das emissões do telejornal, sujeitos a seus tempos (de emissão e produção)?

8 As aspas se justificariam na medida em que diferente do que postulado na Teoria do Espelho, defende-se nesse texto que as notícias de TV são (re)construções narrativas que envolvem uma série de mediações: políticas, técnicas e profissionais.

9 O termo cabeça nesse caso equivale ao texto lido em estúdio pelo apresentador do telejornal.

10 Nota pelada, nota ao vivo ou nota seca são aquelas informações repassadas

sem a utilização de imagens externas, com o texto lido inteiramente pelo apresentador no estúdio.

11 Sobre esse aspecto é interessante conferir a hipótese da audiência presumida, construída por Alfredo Vizeu e apresentada no livro *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2005.

12 Título do segundo livro com trabalhos de integrantes da Rede de Pesquisadores de Telejornalismo (SBPJor), editado pela Vozes, com organização de Alfredo Vizeu (2008).

13 A tradução aqui se recorre do recurso das aspas na medida em que no ambiente digital em tese não haveria a distinção entre emissor e receptor/ público, na medida em que potencialmente todos poderiam ser difusores de mensagem na rede.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BECKER, Beatriz. *A linguagem do telejornal: Um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil*. 2ªed. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.
- CÁDIMA, Francisco Rui. *O fenómeno televisivo*. Lisboa: Círculo de Leitores, 1995.
- CALABRESE, Omar; VOLLI, Ugo. *I telegiornali: istruzioni per l'uso*. Roma: Gius. Lateza & Figli Spa. 2ªed., 2001.
- CANAVILHAS, João. *O domínio da informação-espetáculo na televisão*. <http://www.bocc.ubi.pt/html>. Acessado em 12/12/2002.
- CASSETTI, Francesco; CHIO Federico di. *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós, 1999.
- CINGOLANI, Gastón (edit). *Discursividad televisiva*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata, 2006.
- COUTINHO, Iluska. *Dramaturgia do telejornalismo brasileiro: a estrutura narrativa das notícias em TV*. Tese de Doutorado em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2003.
- \_\_\_\_\_. *Leitura e análise da imagem*. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org). *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. 2ªed. São Paulo: Atlas, 2006, pp.330-344.
- COUTINHO, Iluska & MUSSE, Christina Ferraz. *Telejornalismo, narrativa e identidade: a construção dos desejos do Brasil no Jornal Nacional*. In: *Anais do V Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. Aracaju: SBPJor, 2007. CD'Rom.
- DAYAN, Daniel; KATZ, Elihu. *A história em directo: os acontecimentos mediáticos na televisão*. Tradução de Ângela e José Carlos Bernardes. Coimbra: Minerva Editora, 1999.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. *Televisão: ensaios metodológicos*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- EKSTRÖM, Mats. *Epistemologies of TV journalism – a theoretical framework*. In: *Sage Publications*, vol 3. (2002).
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. *A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. São Cristóvão, SE: Editora UFS, 2005.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.

- GOMES, Itânia Maria Mota. Televisão, telejornalismo e recepção: o que a investigação sobre recepção pode ganhar no diálogo com os *cultural studies* e a semiótica. In: *Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom: Salvador, 2002. CD’Rom.
- JAMBEIRO, Othon. *A TV no Brasil do século XX*. Salvador: Edufba, 2001.
- JOST, François. *Seis lições sobre televisão*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- KOVACH, Bill; ROSENTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo*. Tradução de Wladir Dupont. São Paulo, Geração Editorial, 2003.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2000
- MARTÍN-BARBERO, J.; REY, G. *Os Exercícios do Ver: Hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac, 2001.
- MOTTA, Célia Ladeira; PORCELLO, Flávio A.C; VIZEU, Alfredo (orgs). *Telejornalismo: A nova praça pública*. Florianópolis: Insular, 2006.
- PALÁCIOS, Marcos. *Fazendo Jornalismo em Redes Híbridas: Notas para discussão da Internet enquanto suporte mediático*. Fevereiro de 2003. Disponível em [http://www.fca.pucminas.br/jornalismocultural/m\\_palacios.doc](http://www.fca.pucminas.br/jornalismocultural/m_palacios.doc) Acessado em: 02/03/2007.
- SILVERSTONE, Roger. *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1994.
- SOUZA, José Aronchi de. *Gêneros na televisão brasileira*. São Paulo: Summus, 2004.
- VIZEU, Alfredo. *Dedicidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: Edipucrs, 2000. 140p.
- \_\_\_\_\_. (org). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- VIZEU, Alfredo; e CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo (org). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público - uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1996.
- I Fórum Nacional de Tv’s Públicas: Diagnóstico do Campo Público de Televisão – Brasília: Ministério da Cultura, 2006. 112 p. (Caderno de debates.) Textos de vários autores.