

Universidade Federal de Juiz de Fora
Programa de Pós-Graduação em Comunicação
Mestrado em Comunicação

Jhonatan Alves Pereira Mata

**UM TELEJORNAL PRA CHAMAR DE SEU: IDENTIDADE,
REPRESENTAÇÃO E INSERÇÃO POPULAR NO TELEJORNALISMO
LOCAL**

Juiz de Fora
2011

Jhonatan Alves Pereira Mata

Um telejornal pra chamar de seu: identidade, representação e inserção popular no telejornalismo local.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação, área de concentração: Comunicação e Sociedade, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Orientadora: Prof.^a Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho

Juiz de Fora
2011

Jhonatan Alves Pereira Mata

Um telejornal pra chamar de seu: identidade, representação e inserção popular no telejornalismo local.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Área de Concentração em Comunicação e Sociedade, da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovada em 21/02/2011.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dra. Iluska Maria da Silva Coutinho Orientadora)
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof^a. Dr^a. Cristiane Finger Costa
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Prof^a. Dr^a. Christina Ferraz Musse
Universidade Federal de Juiz de Fora

Com amor,

À minha avó Aparecida Abreu (sempre presente), apaixonada por televisão, pela família e pela vida. E que me ensinou a sorrir no meio do caos.

*Power to the people
Power to the people*

*Power to the people, right on
Say you want a revolution
We better get on right away
Well you get on your feet
And out on the street*

Singing power to the people

(Power to the people)
Composição: John Lennon

AGRADECIMENTOS

A Deus e à Lola, por me colocarem num caminho de luz. E por me ofertarem sempre mais do que peço.

Aos meus pais, Jairo e Maria de Ramos, que me deram a educação necessária, as palavras mais precisas e um amor sem medida.

Aos meus irmãos Jheffertan e Jhennifer, que me ensinaram a conjugar a vida no plural

À Raquel, meu amor, doce de chimarrão, infinito particular, que viu todo esse trabalho nascer e por acreditar em mim. Minha inspiração principia em você.

À tia Rita, por me apoiar e por se fazer tão presente em minha vida. Daqui veio boa parte do amor que hoje espalho por aí...

Aos meus tios José, Toninho, Vandelina, Romeu, Nelma e Imaculada pela felicidade genuína que sempre manifestaram a cada conquista minha-nossa.

Ao meu avô Nico, força que não cessa, carinho disfarçado de cabelo branco.

Aos primos João Victor, Fernanda, Luana, Alexandra, Marcela, Paula e Mateus, mosaico de personalidades a enfeitar nossa festa genética.

A minha “orientadora” Iluska Coutinho, que me apresentou cores mais vibrantes pra tudo: da pesquisa ao amor pela vida. Todo agradecimento possível será sempre menos colorido do que isso.

À professora Christina Musse pelo carinho e interesse manifestados em cada trabalho meu.

À professora Cristiane Finger, que veio do Sul trazer sua contribuição para esta pesquisa.

Às “amadas-mestras” Bianca Alvim e Lívia Fernandes, amigas pra todas as horas, citações, reuniões e risadas.

À grande amiga Fernanda Coelho, que sempre esteve do meu lado, seja na lista de aprovados, seja em pensamento, torcendo por mim.

À amiga Kelly Scoralick, que sempre me ofereceu um abraço dos mais sinceros e por gravar parte do material que apresento neste trabalho.

Ao amigo Jorge Felz, pela amizade, pelos conselhos e deboches de sempre e também por me auxiliar nas gravações das edições-recorte.

Aos amigos Iara, Luiz Otávio, Rominho, Raphael e Rubens por toda a alegria que compartilhamos até hoje. E o show está apenas começando...

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Ficha da análise de conteúdo.....	92
Tabela 2- Modos de apresentação da notícia e personagens.....	93
Tabela 3- Tipo de vítima no MGTV2.....	136
Tabela 4 - Tipo de vítima Jornal da Alterosa.....	139
Tabela 5 - Tipo de vítima no Jornal da TVE.....	142
Tabela 6 – Especialistas no MGTV2.....	149
Tabela 7 – Especialistas no Jornal da Alterosa.....	150
Tabela 8 – Especialistas no Jornal da TVE.....	152

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1- Formatos de apresentação da notícia.....	95
Gráfico 2- Matérias produção local Jornal da Alterosa.....	96
Gráfico 3- Matérias produção local Jornal da TVE.....	96
Gráfico 4- Matérias produção local MGTv2.....	97
Gráfico 5 – Modelo de dramaturgia Jornal da Alterosa.....	101
Gráfico 6 – Modelo de dramaturgia Jornal da TVE.....	102
Gráfico 7 – Modelo de dramaturgia MGTv2.....	102
Gráfico 8- Matérias produção local Jornal da Alterosa- direcionamento.....	105
Gráfico 9- Matérias produção local Jornal da TVE- direcionamento.....	105
Gráfico 10- Matérias produção local MGTv2- direcionamento.....	105
Gráfico 11- Matérias produção local Jornal da Alterosa – Editorias.....	107
Gráfico 12- Matérias produção local Jornal da TVE- Editorias.....	108
Gráfico 13- Matérias produção local MGTv2- Editorias.....	108
Gráfico 14- Matérias produção não local Jornal da Alterosa – Editorias.....	109
Gráfico 15- Matérias produção não local Jornal da TVE – Editorias.....	109
Gráfico 16- Matérias produção não local Jornal MGTv2 – Editorias.....	109
Gráfico 17- Matérias produção não local Jornal da Alterosa - Dramaturgia.....	110
Gráfico 18- Matérias produção não local Jornal da TVE - Dramaturgia.....	111
Gráfico 19- Matérias produção não local MGTv2 - Dramaturgia.....	111
Gráfico 20- Matérias produção não local Jornal da Alterosa.....	112
Gráfico 21- Matérias produção não local Jornal da TVE.....	113
Gráfico 22- Matérias produção não local MGTv2.....	113
Gráfico 23- Entrevistas em estúdio/monitor.....	116
Gráfico 24- Notas cobertas- Jornal da Alterosa.....	117
Gráfico 25- Notas cobertas- Jornal da TVE.....	117
Gráfico 26- Notas cobertas- MGTv2.....	118
Gráfico 27- Notas cobertas- Jornal da Alterosa- Direcionamento.....	118
Gráfico 28- Notas cobertas- Jornal da TVE- Direcionamento.....	118
Gráfico 29- Notas cobertas- MGTv2- Direcionamento.....	119
Gráfico 30- Notas ao vivo- Jornal da Alterosa.....	120
Gráfico 31- Notas ao vivo- Jornal da TVE.....	120
Gráfico 32- Notas ao vivo- MGTv2.....	120

Gráfico 33- Notas ao vivo- Jornal da TVE- Direcionamento.....	122
Gráfico 34- Notas ao vivo- Jornal da Alterosa- Direcionamento.....	122
Gráfico 35- Notas ao vivo- MGTV2- Direcionamento.....	123
Gráfico 36- Notas ao vivo- Jornal da Alterosa- Editorias.....	123
Gráfico 37- Notas ao vivo- Jornal da TVE- Editorias.....	124
Gráfico 38- Notas ao vivo- Jornal MGTV2- Editorias.....	124
Gráfico 39- Personagens- Matérias- Produção local- Jornal da Alterosa.....	132
Gráfico 40- Personagens- Matérias- Produção local- Jornal da TVE.....	133
Gráfico 41- Personagens- Matérias- Produção local- MGTV2.....	133

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	A QUESTÃO DA IDENTIDADE	21
2.1	IDENTIDADE E DIFERENÇA: PARALELAS QUE SE CRUZAM.....	22
2.2	NARRATIVA DA IDENTIDADE LOCAL: CRIAÇÕES, RE-CRIAÇÕES E REPRESENTAÇÃO DA CIDADE DE JUIZ DE FORA E DO JUIZFORANO.....	31
3	TELEVISÃO, IDENTIDADE E PARTICIPAÇÃO POPULAR	38
3.1	TV E (RE)CONSTRUÇÃO DAS IDENTIDADES	39
3.2	MÍDIA, CIDADANIA E PARTICIPAÇÃO POPULAR.....	48
4	TELEJORNALISMO: O TELEJORNAL COMO PRAÇA PÚBLICA	58
4.1	TELEJORNALISMO LOCAL.....	66
4.2	BREVE PASSEIO HISTÓRICO PELO TELEJORNALISMO EM JUIZ DE FORA: DA TV MARIANO PROCÓPIO ÀS TVS ATUAIS.....	67
4.3	TELEJORNALISMO: REPRESENTAÇÃO, DRAMATURGIA E NARRATIVA.....	77
5	OLHARES SOBRE O TELEJORNALISMO JUIZFORANO: METODOLOGIA, INSTRUMENTOS E PRÁTICAS DE INVESTIGAÇÃO UTILIZADOS	85
6	ANÁLISE DE CONTEÚDO TEXTUAL DO JORNAL DA ALTEROSA ED REGIONAL, JORNAL DA TVE E MGTV 2ª EDIÇÃO	91
6.1	OS FORMATOS NOTICIOSOS NOS TELEJORNAIS LOCAIS.....	93
6.2	OS PERSONAGENS NA DRAMATURGIA DO TELEJORNALISMO LOCAL	125
7	ANÁLISE TEXTUAL DA TV NOS VT'S DO JORNAL DA ALTEROSA ED REGIONAL, JORNAL DA TVE E MGTV 2ª EDIÇÃO	134
7.1	A DOR DA GENTE TAMBÉM SAI NO (TELE) JORNAL- O LUGAR DAS VÍTIMAS.....	135

7.2 A SÍNDROME DE DARTH VADER- OS VILÕES SEM ROSTO DO TELEJORNALISMO LOCAL.....	144
7.3 FATO CONSUMADO: A FUNÇÃO DOS ESPECIALISTAS NA NARRATIVA.....	146
7.4 ENTRE OS DEUSES E OS POPULARES- A FIGURA ARQUETÍPICA DO HERÓI.....	152
7.5 NA ESTANTE, AO LADO DO TELEVISOR- A EXALTAÇÃO E DISPOSIÇÃO DOS TROFÉUS.....	155
7.6 NO MEIO DO CAMINHO TINHA UM MEDIADOR.....	156
7.7 TUDO DE BOM QUE VOCÊ ME FIZER- A POSIÇÃO DOS BENEFICIADOS.....	157
7.8 ELE É O BOM- A PERSONIFICAÇÃO DO BEM NO PAPEL DO MOCINHO.....	159
7.9 DENUNCIAR OU ANUNCIAR? FISCAIS E ARAUTOS PRESENTES NA NARRATIVA.....	160
8 OS JORNALISTAS COMO PERSONAGENS: OS TELEJORNAIS E PÚBLICOS PERCEBIDOS PELAS EQUIPES DE TV LOCAIS.....	162
8.1 JORNAL DA ALTEROSA- UM TELEJORNAL QUE OUVI O “CLAMOR DO POVO”.....	163
8.2 JORNAL DA TVE- UM TELEJORNAL EM BUSCA DE SEU PÚBLICO.....	169
8.3 MGTV 2ª EDIÇÃO- UM TELEJORNAL QUE QUER SUSTENTAR UM PÚBLICO “GLOBAL”.....	174
9 CONCLUSÃO	180
REFERÊNCIAS	184

RESUMO

A dissertação teve como proposta analisar de que maneira(s) os telejornais locais com sede em Juiz de Fora - Jornal da Alterosa Edição Regional, Jornal da TVE e MGTV 2ª Edição, - tentam estabelecer relações de vínculo e pertencimentos com seu público por meio dos discursos que veiculam em suas produções. Interessa-nos perceber como estes telejornais, ao utilizarem-se da representação popular- inserindo a população como “personagem” das matérias constroem uma identidade local para garantir a adesão do telespectador e convertê-lo em audiência.

O estudo utilizou-se do conceito contemporâneo de identidade, vislumbrado a partir de suas crises e hibridações e em leitura baseada nos Estudos Culturais. Como referencial teórico, trazemos as contribuições dos estudos sobre telejornalismo, identidade local, imaginário urbano e construção de personagens. A metodologia se alicerça na utilização da análise textual da televisão - que toma como parâmetro ferramentas da análise de discurso e de conteúdo - de cinco edições de cada um dos três telejornais locais objeto do estudo empírico; o recorte temporal estabelecido foi de 03 a 07 de maio de 2010. A análise do produto midiático foi associada a técnicas de coleta de dados com profissionais envolvidos na realização dos três programas.

Palavras-chave: Comunicação. Identidade. Telejornalismo local. Representação popular

ABSTRACT

The dissertation proposed to analyze in what way (s) the local TV news based in Juiz de Fora - Journal of Alterosa Edition Regional, Journal of TVE and MGTV 2nd Edition - try to establish bonds and affiliations with their audience through discourses that are presenting in their productions. We are interested in to see how these news shows, is the use of popular representation-entering the population as "character" of materials and through interactive channels (such as telephone and internet), build a local identity to ensure adherence to the viewer and convert him an audience.

The study made use of the contemporary concept of identity, glimpsed from their crises and reading based on hybridizing and Cultural Studies. The theoretical contributions bring studies of television journalism, local identity, and construction of urban imaginary characters. The methodology is founded on the use of textual analysis of television - which takes as a parameter of speech analysis tools and content - of five editions of each of the three local TV news object of empirical study, the temporal cut was set at 03 to 07 May 2010. The analysis of the media product has been linked to techniques of data collection with professionals involved in implementing the three programs.

Keywords: Communication. Identity. Local TV journalism. Popular representation

1 Introdução

Todos nós precisamos de motivos que nos levem adiante. Estímulos, razões, incentivos, angústias. Não importa o nome que oferecemos a isto. Numa questão de pesquisa, a história não é muito diferente. O trabalho que aqui se descortina, por mais que tenha sido coerentemente embasado em termos de definição de hipóteses, projeto de pesquisa, suporte teórico, contou, em seu desenvolvimento, com duas situações emblemáticas. Fatos “pulsantes” da vida, que me ofereceram, como numa escalada de telejornal bem elaborada, tónus extra para continuar esta análise, com a atenção desperta e a curiosidade em riste.

Na primeira delas, esta pesquisa andava pelas metades. Era início da manhã de 24 de junho de 2010. Acordei, no quarto andar de meu prédio, com o barulho de sirenes de ambulâncias, polícia e certo alarde da multidão na Avenida Independência, onde moro. Algo, inclusive o barulho comum nesta avenida, estava fora de seu padrão normal. Desço e encontro vários colegas de profissão ao lado de meu prédio, querendo saber o que tinha acontecido. A polícia ainda não havia permitido a entrada de ninguém no local do crime. Sim, ao que tudo indicava, um crime havia sido cometido. Duas paredes - e nada mais - me separavam do fato. Perguntavam-me os jornalistas se havia ouvido tiros, gritos, ou outro detalhe que lhes enriquecesse a narrativa do incidente ainda não apurado. “Não ouvi nada”, respondi, embora minha apreensão se apresentasse de forma duplicada: na função de jornalista e também de morador daquele lugar, queria saber o que se passava. Os populares coloriam a Avenida com olhares precisos e apuração duvidosa. Pra uns, a vítima já teria morrido. Pra outros, estava viva. Dois, três ou quatro tiros? Uma ou duas vítimas? Ouvi uma dezena de versões diferentes.

Na hora do almoço, tudo se explicava no telejornal local: “Um crime passionai movimentou a Polícia Militar e chocou os moradores do bairro São Mateus, em Juiz de Fora, na Zona da Mata mineira, na manhã desta (sic) quinta-feira. De acordo com a PM, um homem de 50 anos matou a mulher, da mesma idade a tiros e, em seguida, cometeu suicídio. Segundo a polícia, os dois foram encontrados pela empregada da vítima, que chegou para trabalhar por volta das sete e meia na casa que fica na Avenida Independência e encontrou os dois caídos no chão”.

Nos telejornais noturnos, as apurações se aprofundaram e outros detalhes foram surgindo: “Conforme a polícia, o homem teria atirado na cabeça da mulher, ligado para

a filha para contar sobre o crime e, depois, atirado na própria cabeça. Quando os militares chegaram ao local, o autor ainda estava vivo. O motivo do crime seria a insatisfação do homem com o divórcio. Os corpos foram encaminhados ao Instituto Médico Legal (...), anunciava um telejornal.

Riqueza de detalhes à parte, o fato foi que precisei dos telejornais para tomar ciência de que pessoas perdiam a vida (por “opção” e por falta dela) a poucos metros da minha cama. Foi pelos telejornais que meus pais, que moram em Rio Pomba, município vizinho, identificaram “minha cidade, meu bairro, meu prédio”. E me ligaram pra saber como eu estava. E para saber se eu conhecia o vizinho, a mulher do vizinho. Não tinha informações suficientes para oferecer-lhes algo além do que os noticiários lhes repassaram. E tudo isso me fez repensar a importância da análise dos telejornais locais, que muitas vezes nos apresentam, por exemplo, aos vizinhos de condomínio, mesmo que em situações nada convencionais.

O segundo incentivo para a pesquisa, menos denso que o primeiro no quesito dramático, que muito será abordado nesta dissertação, ganha pontos por sua relação direta com a importância dos telejornais locais na vida dos cidadãos comuns. Nas visitas às emissoras para captação de entrevistas com as equipes locais, pude vivenciar momentos em que os jornalistas são vistos como pessoas capazes de salvar o exercício de cidadania de um suicídio, ainda que discursivo. Junto comigo, à espera no sofá da recepção de uma emissora, um senhor esperava alguém da produção com uma caixa de leite na mão. Já não era a primeira vez que comprava leite “azedo” com a data de validade ainda por expirar estampada na caixa. E queria fazer valer seus direitos, denunciar, indicar seu problema como pauta. Com riqueza de detalhes, deixou com o produtor telefones de contato, endereços de vizinhos que também haviam comprado o leite talhado. Afinal de contas, “o problema não poderia ser algo isolado”, informava o produtor ao senhor. Noutra emissora, o repórter chega para a entrevista combinada com uma sacola de berinjelas nas mãos, ofertadas a ele durante as gravações de uma matéria. Vi cartas sendo entregues, telefonemas com indicações de pautas. Percebi, por diversos ângulos, a responsabilidade e a necessidade de um estudo que re-tratasse essa representação da população na TV.

No percurso histórico do telejornalismo na cidade, diferentes emissoras como as TV's Industrial, Tiradentes e Mariano Procópio e as atuais TV's Panorama, TVE e Alterosa procuram estabelecer relações de pertencimento com os juizforanos. Estudar esse “sentimento de pertença”, através da inserção popular no telejornal local, nos ajuda

a compreender como os meios de comunicação de massa conquistaram um lugar relevante de significado cultural e social na sociedade contemporânea. No caso específico de Juiz de Fora esse “laço social” (WOLTON, 1996) se materializa na produção de programas que reforçam (e reforçavam) traços e mitos fundadores presentes na identidade e cultura do próprio município, como o pioneirismo e a relevância da “Manchester Mineira”. A comparação com a famosa cidade industrial inglesa se deve, sobretudo, ao salto econômico vivenciado por Juiz de Fora a partir de 1870, indo até as primeiras décadas do século passado. Foram muitos os empreendimentos e as conquistas. Em 1870, a cidade tem seu primeiro telégrafo, o seu primeiro jornal, abre-se o banco Territorial Mercantil de Minas. São construídas as estradas de ferro Dom Pedro Segundo e Leopoldina. Os bondes e o telefone chegam em 1880. Em 1889, é a vez da instalação do Banco de Crédito Real. As indústrias se multiplicam. Principalmente os setores têxtil e de produção de alimentos. Em 1911, havia 58 indústrias em Juiz de Fora. Em 1921, já eram 107 estabelecimentos. Tanto desenvolvimento só poderia levar a essa comparação, que, conforme veremos, tenta ser mantida enquanto discurso (telejornalístico ou não) até à atualidade.

Nessa direção, investigar as “maneiras” como os telejornais locais dão voz ao seu público em uma cidade pólo da Zona da Mata Mineira, é relevante para fugirmos de conceituações clichê sobre a TV e compreender como as emissoras tentam resgatar/estabelecer uma juizforaneidade e uma identidade local. A mídia, nesse sentido, analisada sob a ótica do telejornal, tanto em esfera local quanto nacional, se constitui atualmente como nova “praça pública” (COUTINHO 2003), onde significativa parcela da população brasileira celebra senão o único, ao menos o mais importante encontro cotidiano com informações de caráter jornalístico. Acreditamos que estudar a inserção popular na mídia local nos permite transcender o nível contemplativo do espetáculo televisivo, numa compreensão crítica da realidade, que não exclua o espetáculo, mas que possa subsidiar ações transformadoras, principalmente o exercício da leitura crítica dos telejornais em seus recortes e produção de “realidades”.

Apurar e compreender as características particulares da representação do tele-espectador dos telejornais produzidos localmente torna-se relevante para o estudo dos meios de comunicação na região e também no país, uma vez que crescem as discussões (acadêmicas e extra-acadêmicas) sobre o hibridismo que se configura entre informação e entretenimento, ao passo que o envolvimento evidente do público nos leva a repensar o papel dos telejornais na constituição das identidades contemporâneas.

Parte-se do pressuposto de que os telejornais locais ancoram a representação da identidade juizforana por meio da utilização de características míticas da cidade, como seu espírito empreendedor e de vanguarda. Tais traços discursivos se manifestam no discurso veiculado sobre a própria população, que, inserida nos noticiários como “povo fala” e como personagens nas matérias, passa a ser (re) tratada como aquela que reclama, que exige restabelecimento de ordem (nas mais diversas esferas) para que o “progresso” da Manchester Mineira se viabilize. E mais: os telejornais locais, ao utilizarem-se da participação popular, negociam, no fluxo do discurso audiovisual, as “realidades” ofertadas a cada edição, para garantir a adesão do cidadão e convertê-lo em telespectador. Nesse cenário, os principais objetivos da pesquisa consistiram em analisar a forma como é feita a produção, apuração e edição de matérias que utilizam a participação da população como recurso para aproximação com o público, bem como estudar as possibilidades e os desafios de caracterização do povo juizforano e da região, diante das atuais conceituações sobre identidade e suas hibridações.

Para essa empreitada, o trabalho teve como recorte empírico o estudo das edições do Jornal da Alterosa Edição Regional, Jornal da TVE e MGTV 2ª Edição veiculadas diariamente de 03 a 07 de maio de 2010, no “horário do jantar” – examinadas por meio da utilização de ferramentas metodológicas de Análise de Conteúdo e de Análise de Textual da TV. Além disso, por meio da pesquisa de campo, temos as contribuições das entrevistas realizadas com produtores, editores chefes, repórteres, cinegrafistas e apresentadores destes telejornais, a fim de avaliar a relação da equipe com o público/ população representados nos noticiários.

O conceito relacional de identidade, sob um viés anti essencialista perpassa todo o corpus desta pesquisa. Ele é abordado no capítulo dois, no qual o objetivo foi estudar a construção identitária na contemporaneidade e sua afirmação por meio da diferença. A sistematização e interpretação foram feitas a partir de leitura baseada nos Estudos Culturais, no qual a identidade é considerada fenômeno simbólico que emerge como construção social da realidade e é efetivada na vida cotidiana. Trata-se de uma perspectiva que enfatiza a “atividade humana”, a produção ativa da cultura, ao invés de seu consumo passivo. A observação contemporânea global de um processo de estilhaçamento do indivíduo em múltiplas e cambiantes posições e/ ou identidades transforma-se tanto em tema de estudo como reflete a própria perspectiva deste campo e seu leque de teorias - que privilegiam a cobertura jornalística. Para tal objetivo, foram utilizados os trabalhos de diversos autores como: Stuart Hall, Jesús Martín-Barbero,

Zygmunt Bauman, Peter Berger, Thomas Luckman, Homi K. Bhabha, Erving Goffman, Tomaz Tadeu da Silva, dentre outros. Resgatamos, de forma mais específica, as construções discursivas, os artefatos narrativos, que permeiam a identidade juizforana ao longo do tempo e podem, segundo nossa hipótese, alimentar a representação de sua população no/ pelo telejornalismo local. Para esta empreitada foram ainda importantes as contribuições de autores como Alain Bourdin, Christina Musse, Iluska Coutinho e Frederico Belcavello, atrelados aos estudos sobre o telejornalismo local desenvolvidos por nosso grupo de pesquisa. Paralelamente, trabalharemos com autores que pesquisam as novas configurações do espaço urbano na atualidade, como Carlos Antônio Leite Brandão, Yvana Fachine, Ângela Prysthon e Miracy Gustim.

Na sequência do trabalho, no capítulo três, estudamos o estabelecimento de identidades e representações do “povo na TV”, mediadas nestes 60 anos da presença e influência da televisão no Brasil e em Juiz de Fora. A participação popular tecida nos meios de comunicação de massa, com ênfase na televisão e sua importância para o exercício da cidadania na atualidade. Considerado por Murilo César Ramos como um direito de “quarta geração”, o direito à comunicação, ainda estaria, segundo o autor, muito longe de ser reconhecido como tal. O que não impede que rostos, aspas e vozes de cidadãos ditos “comuns” apareçam, diariamente, nos espaços reservados ao jornalismo nos mais diversos veículos de comunicação, com o objetivo de, sobretudo, dar crédito ao controverso discurso de objetividade jornalística. É importante, ainda, atentar para o papel da representação do popular pela mídia, as maneiras como esta reconfigura a identidade da população ao lhe reservar espaço em suas produções.

O quarto capítulo foca-se em analisar o papel específico que pode caber ao telejornalismo neste trabalho reconstitutivo identitário. Pesquisamos a importância do jornalismo televisivo, sua formação no Brasil, características e especificidades. Destacamos os aspectos relacionados às suas narrativas e aos modos como tenta criar laços de pertencimento com seu público, por meio da linguagem e de outros recursos empregados. A importância dos telejornais se solidifica no Brasil, país no qual a população acredita mais na mídia que no Governo, segundo pesquisa da agência de notícias Reuters¹. Isso exige do mundo acadêmico um olhar mais atento para o

¹ A pesquisa foi realizada pelo Instituto GlobeScan para a BBC, a Reuters e o The Media Center, e entrevistou 10.230 adultos em 10 países. No Brasil foram ouvidos, por telefone, mil adultos de nove regiões metropolitanas - Belém, Belo Horizonte, Curitiba, Fortaleza, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo - no período de 16 a 22 de março de 2006. 45% dos brasileiros acreditam que os meios de comunicação são confiáveis e 30% consideram o governo confiável.

telejornalismo como praça pública, na concepção do pesquisador Alfredo Vizeu.

Neste sentido, o telejornal, como lugar de construções simbólicas, converte o exercício de publicização dos fatos como a possibilidade prática da democracia. Em uma seção do capítulo, percebemos a formação e as especificidades do telejornalismo local. As suas características próprias, como a valorização dos acontecimentos locais e a relação da produção local com as redes nacionais da qual são afiliadas. Importou-nos analisar os formatos empregados, a questão da autonomia de produção, a concentração da produção em âmbito local (ao passo que as emissoras se intitulam regionais).

Reservamos um espaço dedicado ao estudo dos três telejornais que nos servem como objeto de pesquisa. Foram analisadas as trajetórias dos telejornais e as suas características e diferenças, com a referência à questão das posições de sujeito construídas pelos programas, seus tons ou estilos. “O que seriam o MGTV, o Jornal da TVE ou o Telejornal da Alterosa Edição Regional?” e “de que modo eles convocam o telespectador?” Concentramo-nos no telejornalismo local, e sua importância enquanto fomentador de discursos desde sua implantação em Juiz de Fora até a atualidade.

Além disso, elucidamos a proposta de escalação de personagens para compor as histórias, sob a ótica de uma Dramaturgia do Telejornalismo, conforme evidenciado por Iluska Coutinho (2003). De acordo com a autora existe, nesse contexto, um telejornalismo baseado na estruturação de notícias e reportagens através de uma narrativa dramática, tanto em nível local quanto nacional. As ações se desenrolam na medida em que nos são dados a conhecer os personagens e ainda outros elementos daquela história, tais como cenário, contextos, referências temporais.

Bondade, mediocridade, felicidade, infelicidade, surpresa e reconhecimento são caracteres antagônicos fundamentais na representação do drama proposto por Aristóteles. Essa distribuição de “papéis” e conseqüente categorização de personagens em vilões, mocinhos e heróis estereotipados são freqüentes em obras ficcionais e também em parte do modelo hegemônico de telejornalismo brasileiro e regional/local, conforme veremos

No capítulo seis, destacam-se as evidências extraídas da cobertura do povo na TV por meio da metodologia de Análise de Conteúdo e no seguinte é feita a interpretação mais aprofundada dos resultados, com o respaldo de ferramentas de Análise textual da TV; as opções e bases de análise são explicitadas no capítulo cinco,

dedicado à elucidação da metodologia. Realiza-se, sobretudo na Análise textual da TV, proposta por Francesco Casetti e Federico Di Chio, uma avaliação da inserção dos personagens que compõem as narrativas dos três telejornais locais. Utilizamos como base a pesquisa qualitativa, aliada a um esforço exploratório a partir da gravação e decupagem dos programas selecionados.

Discutimos no último capítulo, as estratégias narrativas típicas empregadas pelas equipes dos telejornais locais ao se dirigem ao seu “público imaginado”. Interessou-nos perceber como as rotinas de trabalho desses profissionais são mobilizadas para maximizar os processos de identificação entre as propostas discursivas ofertadas via televisão e as múltiplas narrativas de Juiz de Fora e da região. Na conclusão, os discursos da equipe foram confrontados com as posições dos personagens em cena, evidenciados nas matérias analisadas, o que nos ofereceu a compreensão do cenário atual da dramaturgia empregada pelo telejornalismo local, na tentativa de configurar aquilo que, ao parodiarmos a canção de Erasmo e Roberto Carlos, definimos como “um telejornal pra chamar de seu”.

2 A questão da identidade

Tendo-se em vista que o conceito relacional de identidade alinhava de maneira sistêmica todo o corpus desta pesquisa, nossa proposta é analisar a construção identitária na contemporaneidade e sua afirmação por meio da diferença. A análise se processa principalmente a partir de leitura baseada nos Estudos Culturais, nos quais a identidade é considerada fenômeno simbólico que emerge como construção social da realidade e é efetivada na vida cotidiana. Para iluminar nosso olhar sobre essa “construção social da realidade” trazemos ainda a contribuição de uma espécie de “conversa”, por nós estabelecida, entre os Estudos Culturais² e o Interacionismo Simbólico³. Trata-se de um diálogo possível a partir de nossa questão de investigação, que foge da intenção de fusão de conceitos ou tradições teóricas culturalistas e interacionistas.

Trata-se de uma perspectiva que enfatiza a “atividade humana”, a produção ativa da cultura, ao invés de seu consumo passivo. Além disso, interessa-nos a problemática teórica de repercussão internacional que os Estudos Culturais focalizam, para além do eixo anglo-saxão que lhes origina. A observação contemporânea global de um processo de estilhaçamento do indivíduo em múltiplas e cambiantes posições e/ ou identidades

² Os estudos culturais se iniciam, de forma organizada, por meio do Centre for *Contemporary Culture Studies* (CCCS), na Inglaterra, fundado em 1964, por Richard Hoggart. As relações entre cultura contemporânea e a sociedade, isto é, suas formas culturais, instituições e práticas culturais, e relações com as mudanças e permanências sociais vão compor o eixo principal de observação. Três textos que surgiram no final dos anos 50 são identificados como base dos estudos culturais: Richard Hoggart com *The Uses of Literacy* (1957), Raymond Williams com *Culture and Society* (1958) e E.P. Thompson com *The Making of the English Working-class* (1963). Os estudos culturais são caracterizados pela multiplicidade de objetos de investigação, em resultado da convicção de que é impossível abstrair a análise da cultura das relações de poder e das estratégias de mudança social. De forma geral e abrangente, o terreno de sua investigação inscreva-se ao temas vinculados às culturas populares e aos meios de comunicação de massa, e as temáticas relacionadas com as identidades, sejam elas sexuais, de classe, étnicas, geracionais etc. (ESCOSTEGUY, 2001)

³ Ramo da sociologia norte-americana, o interacionismo simbólico é um produto da Escola de Chicago. A expressão “interação simbólica” foi cunhada por Herbert Blumer em 1937. Este ramo da sociologia e psicologia social se concentra em processos de interação e tem um conceito básico de interação que lhe enfatiza o caráter simbolicamente mediado. As relações sociais neste contexto são abertas e dependentes da aprovação em comum. O interacionismo simbólico está relacionado aos estudos do filósofo e sociólogo George Herbert Mead que elabora o conceito de interação simbolicamente mediada no quadro de uma teoria antropológica da comunicação, enfatizando o significado de autopercepção e da previsão de comportamento e demonstrando como essas coisas transformam meras expressões vocais em símbolos significativos. Mead considera a interação do comportamento individual na atividade de grupos através dos meios de mútua previsão de comportamento, em vez de padrões biológicos fixos, como o aspecto característico da sociabilidade humana. (BOTOMORE, 1996, 394).

transforma-se tanto em tema de estudo como reflete a própria perspectiva deste campo e seu leque de teorias - que privilegiam a cobertura jornalística

2.1 Identidade e diferença: paralelas que se cruzam

A percepção de uma fragmentação identitária emerge como marca distintiva da contemporaneidade. Traz consigo uma espécie de “dança” de símbolos, referências e representações que, longe de afetar exclusivamente os telejornais locais, seus editores, sua equipe e o público que pretendem representar - foco deste trabalho - interfere na própria constituição fluída da identidade pós-moderna.

Esta identidade pode ser entendida como a fonte de significado e experiência de um povo. Para Calhoun não existe um povo que não tenha nomes, idiomas ou culturas, onde se distinguem o eu do outro, nós e eles.

O autoconhecimento- invariavelmente uma construção, não importa o quanto possa parecer uma descoberta- nunca está totalmente dissociado da necessidade de ser conhecido, de modos específicos, pelos outros. (CALHOUN, p9-10, 1994 apud CASTELLS, 2003, p.2)

Zygmund Bauman também discute a questão das identidades a partir da perspectiva de que elas não constituem algo sólido (2005, p.17), natural ou imutável. Pelo contrário, são negociáveis e revogáveis. As pessoas, de modo geral, estão expostas a várias comunidades de idéias e princípios. E elas irão ressaltar ou atenuar as suas identidades e diferenças de acordo com a situação em que estão envolvidas.

De acordo com Bauman (2005, p.26), toda identidade nasceu como ficção e precisava de coerção e convencimento, de uma narrativa para se consolidar e se concretizar. E foi o Estado moderno que exerceu este papel de convencimento. “Não fosse o poder do estado de definir, classificar, segregar, separar e selecionar, o agregado de tradições, dialetos, leis consuetudinárias e modos de vida locais, dificilmente seria remodelado em algo como os resquícios de unidade e [...] da comunidade nacional” (BAUMAN, 2005, p.27).

Para Stuart Hall, as discussões atuais sobre identidade e suas crises se devem, sobretudo, ao declínio de velhas identidades e à fragmentação do indivíduo moderno, até então visto como um sujeito unificado, tanto na concepção iluminista quanto na

sociológica. Embora maneje suas formulações com o cuidado de deixá-las abertas à contestação, o autor adianta que

um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX. Isso está fragmentando as paisagens culturais de gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. (HALL, 2004, p.9)

Diferentemente do sujeito racional e centrado no “eu” do iluminismo e do sujeito sociológico clássico, produzido a partir da interação com o mundo social, o sujeito pós-moderno, tem identidade(s) fluída(s), muitas vezes contraditórias ou não-resolvidas. Ou conforme define Stuart Hall:

Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora “narrativa do eu”. (HALL, 2004, p. 13).

Em tempos de globalização, o conceito de uma identidade fixa, segura e única tem dado lugar a um conceito mais flutuante, no qual a identificação é fluída, efêmera e variada. Num mundo do incentivo ao consumo, ao prazer instantâneo, o cidadão é chamado diversas vezes a assumir diferentes identidades ao longo de sua vida. Compreender como o conceito de identidade atingiu esta concepção, por meio da convergência entre os textos de Silva, Hall, Woodward e Frigério⁴ (2002) auxilia nosso trabalho, que se pauta no entendimento do papel dos meios de comunicação em participar de construções identitárias.

As reflexões de Kathryn Woodward reforçam o papel da representação em atuar simbolicamente para classificar o mundo e nossas relações no seu interior. A identidade é vista, neste contexto, como algo relacional, que dependerá não apenas do “em comum” como também da força da diferença, sustentada pela exclusão, daquilo que “não é”, do “outro”.

⁴ Nesse trecho fazemos referência às obras “Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais” de Tomaz Tadeu da Silva (org), (Petrópolis, RJ: Vozes, 2002) com textos de Woodward e Hall e “La construcción de problemas sociales: cultura, política y medios de comunicación”, de Alejandro Frigério

No texto, a autora descreve essas relações de diferença e traços comuns na formação identitária de sérvios e croatas, marcada por meio de símbolos. Quando coloca em questão que ser um sérvio é, acima de tudo, ser um “não-croata”, (na visão de um soldado sérvio) Woodward alerta para a necessidade de se buscar na negação de uma identidade outra (no caso a croata), os critérios de formação da identidade sérvia. Por outro lado, neste mesmo exemplo, o soldado sérvio se contradiz quando afirma que ambos (sérvios e croatas) são “todos lixo dos Bálcãs” (2002, p.9), fixando-se no poder da “mesmidade”, termo que a autora utiliza para tratar da igualdade.

Se partirmos para exemplos que nos são mais “próximos”, constatamos possíveis diálogos com as proposições da autora sobre a “mania” binária (2002, p.53) comumente empregada ao se definir as identidades. Em Juiz de Fora, por exemplo: a narrativa sobre quem seria o “juizforano” é marcada por momentos de crise, conflito e contestação. Ao mesmo tempo em que se tenta estabelecer um discurso de tradicionalismo e provincianismo mineiro, marcado pela força da “vizinhança” e da religiosidade, a identidade juizforana tem seu viés de Manchester Mineira, focado na vanguarda e na negação da mineiridade tradicional, naquilo que poderíamos classificar como “não-mineiro”, ou “forasteiro” na concepção estruturalista de Lévi-Strauss (SILVA, 2002, p.49).

No texto de Tomaz Tadeu da Silva, essa concepção binária entre identidade/diferença aparece na crítica que o autor realiza sobre o discurso atual de “respeito à diversidade”. Isto por que, num contexto de “multiculturalismo”, haveria a limitação de se tomar identidade e diferença como algo cristalizado, deixando-se de lado a crítica ao próprio caráter cambiante dos mesmos. Tomaz defende uma relação de dependência (e não de exclusão) entre estes dois conceitos.

Voltando a nossos exemplos locais, se alguém declara “sou juizforano”, tal resposta afirmativa não se esgota em si mesma. Aqui, trabalha-se com uma “extensa cadeia de negações”(2002, p.75), de identidades e diferenças, onde a “gramática” afirmativa ajuda a simplificar mas também esconde essas muitas negações. Ser juizforano implica em “não ser belo horizontino”, “não ser paulista”, “não ser carioca”, dentre muitas outras não-respostas possíveis.

Pensando numa “pedagogia como diferença”, Tomaz Tadeu propõe a abertura para outro mundo, acolhendo-se o outro em sua natureza. Neste contexto, onde se prioriza a multiplicidade enquanto máquina de produzir diferenças e se critica a diversidade como elemento estático e estéril, os estudantes deveriam ser estimulados a

explorar as possibilidades de perturbação, transgressão e subversão das identidades existentes. De que modo se pode desestabilizá-las, denunciando seu caráter construído e sua artificialidade? Um currículo e uma pedagogia da diferença deveriam ser capazes de abrir o campo da identidade para as estratégias que tendem a colocar seu congelamento e sua estabilidade em xeque: hibridismo, nomadismo, travestismo, cruzamento de fronteiras. (...) Favorecer, enfim, toda experimentação que torne difícil o retorno do eu e do nós ao idêntico (SILVA, 2002, p100).

Também imerso na “explosão discursiva” sobre identidade, Stuart Hall agrupa posicionamentos de diferentes áreas disciplinares para justificar (e por vezes também criticar) a atual crítica antiessencialista ao conceito. O autor desloca sabiamente o eixo da discussão sobre identidade para o termo “identificação”. Esta seria, numa visão simplista, o reconhecimento de uma origem comum que fortaleceria a fidelidade a um grupo. Partindo para uma abordagem discursiva, percebe a identificação como discurso, e, como tal, algo em eterno “processo”, que pode ser “ganhada” ou “perdida”, sujeita ao “jogo da diferença” (p106), questionamento também apresentado em sua obra “A identidade cultural na pós-modernidade”.

É baseado nesta crítica que Hall revisa os estudos “arqueológicos” de Foucault acerca de formação do sujeito. Para Hall, Foucault, ao descrever formalmente a construção de “posições-de-sujeito” no interior do discurso, deixa de lado toda a negociação realizada pelos indivíduos ao ocuparem determinada posição e não outra(s). A “guinada” teórica de Foucault, estaria, para Hall, no momento em que aquele introduz em seus estudos a questão do “poder” como algo central na formação do sujeito. Assim, temos na centralidade do poder a idéia de que o discurso é uma formação reguladora e regulada.

Nessa perspectiva, que prioriza o “discurso” enquanto fomentador de identidades, Alejandro Frigerio defende a idéia de que os problemas sociais são menos objetivamente “construídos” e mais fruto de um processo de definição coletiva. Neste processo, o autor ressalta o poder dos meios de comunicação, da cultura, da ciência e da religião de atuarem numa espécie de “mercado de problemas sociais”. (p138). Aquilo que, de fato, torna-se um problema nos discursos sociais e políticos em determinado período seria apenas uma gota d’água num oceano de inumeráveis outras mazelas que não entram nessa agenda de discussões públicas.

As rotinas de produção do jornalismo estariam, segundo o autor, ofertando temas e eventos em condições desproporcionais. Aquilo que “vira notícia” poderia não ser

relevante para determinados atores sociais, enquanto outros problemas seriam mascarados com a omissão dos meios de comunicação. Sendo assim torna-se necessário questionar se a imagem de um problema “em pauta” na sociedade se ajusta a sua verdadeira dimensão, num universo discursivo onde “as imagens dos problemas criam imagens das soluções”(p147), e afetam as políticas “concretas” de resolução dos problemas tal como estão definidos, para além da representação.

Considerando a realidade humana como uma realidade socialmente construída, Berger e Luckmann problematizam as condições em que ocorre tal processo. Para além da análise puramente científica ou filosófica, os autores se propõem a discutir o conhecimento na vida cotidiana sob um viés fenomenológico-descritivo, embora reconheçam as limitações de todos os métodos mencionados. Dentre as diferentes configurações de realidade possíveis, a vida cotidiana é eleita como predominante, por sua posição privilegiada de “realidade por excelência” (BERGER e LUCKMANN, 1985, p.38). Trata-se de uma realidade objetivada, que ordena o mundo e os objetos antes de mim e que depende, ainda, das relações intersubjetivas, de um mundo partilhado com outros homens.

Nesse aspecto, não é possível existir na vida cotidiana sem estar continuamente em interação e comunicação com os outros - haveria uma contínua correspondência entre meus significados e seus significados neste mundo que partilhamos em comum. Talvez aqui esteja um dos apontamentos da obra que mais nos interessa em nossas reflexões sobre telejornalismo local e representação do real: atrela-se a construção da realidade à vida cotidiana, que, de acordo com nossas hipóteses, tem boa parte dessa “realidade” permeada pela narrativa telejornalística e seus discursos de objetividade e compromisso com o “real”. Nesse contexto, os demais campos finitos de significação (como nos “outros mundos” do teatro, dos sonhos, das teorias, das experiências estéticas e religiosas) passam a ser considerados desvios do “real padrão”. A realidade da vida cotidiana aparece, inclusive, subsidiando interpretações e mesmo traduções para esses “outros mundos”, que exigem transformações radicais na tensão da consciência.

A relação com o outro na vida cotidiana - e também no telejornal - aparece, dessa forma, constantemente alicerçada nas tipificações, nas quais lidamos com os outros através de modelos pré-estabelecidos, que determinarão nossas ações nas situações. A linguagem também pode funcionar como elemento tipificador de experiências, na medida em que vivemos num mundo onde os sinais e símbolos, com

destaque para a dimensão simbólica da TV, constroem esquemas de classificação que ordenam nossas experiências sociais.

Os autores, ao abordarem a questão da linguagem, ressaltam seu poder de tornar presentes objetos que estão espacial, temporal e socialmente ausentes do aqui e agora, de atualizar e re-atualizar o mundo a qualquer momento. Ela torna presente a mim não somente os semelhantes que estão fisicamente ausentes no momento, mas indivíduos no passado lembrado ou reconstituído, assim como figuras imaginárias no futuro.

Partindo para uma análise da sociedade como realidade objetiva, cabe destacarmos que, ao contrário dos outros animais, o desenvolvimento orgânico do homem estende-se para um período pós-fetal. Isso quer dizer que o processo de “tornar-se homem” é viabilizado em correlação com o ambiente (natural e humano). Importamos, para nossa pesquisa, a contínua interferência social já no início de seu desenvolvimento orgânico, o que entrelaça a humanidade do homem com sua socialidade. Ou, conforme preferem Berger e Luckmann, “o homo sapiens é sempre, e na mesma medida, homo socius”. (BERGER e LUCKMANN, 1985, p.75).

Transcendendo as questões biológicas, a ordem social é analisada sob a ótica da institucionalização, que molda as ações humanas de acordo com padrões. Tornar rotina certos procedimentos (o que, posteriormente, poderá institucionalizá-los) reduz os “modos de fazer” determinada ação. Isso é vantajoso, ou econômico, na medida em que se estreitam opções e liberta-se o indivíduo de ter que apelar para um acervo de “opções a serem tomadas”, já que pré-existe uma decisão padrão. O hábito torna desnecessário que cada situação seja definida novamente, etapa por etapa.

Ao podermos predizer as ações do outro liberamos espaço para inovação. Esse processo faz com que retornemos novamente à tipificação, aqui dos desempenhos de um indivíduo e dos outros. Os outros passam a ser encarados como executantes de ações objetivas, recorrentes e repetíveis por qualquer ator. Quando se parte para uma classificação do eu atuante como tipo e não como indivíduo único, atribuímos um papel a esse “eu”, conferimos aos papéis o poder de representar a ordem institucional (izada).

O indivíduo, neste panorama, não nasce membro da sociedade. A interiorização da realidade é um processo dialético, no qual se confrontam, constantemente, a identificação com os outros e a auto-identificação. Berger e Luckmann apontam para o fato de que, uma vez socializados, todos os homens são traidores de si mesmos, já que, constantemente, têm sua identidade e seus diferentes “eus” colocados à prova, num

mundo (ou em mundos) de realidades e significados cambiantes ou mesmo discordantes.

Retomando Hall, agora na obra “Da diáspora: identidades e mediações culturais”, percebemos que o autor se utiliza da dispersão de um povo por motivos políticos e/ou religiosos para analisar a complexidade envolvida na elaboração de identidades na era da globalização. A diáspora estabelece diálogo com a proposta de Berger e Luckmann enquanto elemento norteador da “interiorização da realidade”. É exemplificada, nesse caso, pela migração caribenha para a Grã-Bretanha. Essa dispersão completava, no ano de 1998, seus 50 anos, representados pela consolidação dos assentamentos negros caribenhos no Reino Unido.

Para além de relatos históricos, as reflexões do autor se concentram nas estratégias utilizadas na construção de uma nação/comunidade imaginada, dos sentimentos de pertença e seus jogos sob a ótica da dispersão, onde cada um é cultural e historicamente tão próximo de seu vizinho, e tantos vivem a milhares de quilômetros de casa.

O processo envolve a sensação familiar e moderna de deslocamento, de não-casa, que se reflete não só no caso específico da migração caribenha citada no livro, mas num sentimento de não-pertencimento e de tentativa de resgate identitário experimentado em escala planetária, globalizada e, intrigantemente, também na esfera do local, conforme perceberemos adiante.

Na modernidade tardia, versos, textos e inúmeras músicas refletem a questão do deslocamento e do “voltar pra casa” (que casa?), através de eixos temáticos como a ponte, a casa, o lugar, a cidade, o país. O nomadismo surge aqui confrontando-se ou analisado conjuntamente com as paixões nacionais e bairristas e seus mitos fundadores. Ou, conforme caracterizado no texto “o hibridismo, a impureza, a mistura, a transformação que vem de novas e inusitadas combinações dos seres humanos, culturas, idéias, políticas, filmes, canções é como a novidade entra no mundo”. (HALL, 2003, p34).

A questão proposta por Hall como principal problemática e que mais nos interessa em nossa análise sobre as apropriações mútuas entre telejornalismo e audiência local seria “Como conceber ou imaginar a identidade, a diferença e o pertencimento diante das complexas relações de poder, também de enunciação midiática existentes?

As narrativas e versões sobre um povo e suas origens tornam-se cruciais no momento de formulação de uma *nationhood*, ou nação imaginada. Estas explicam, por exemplo, o fato de histórias sobre o Velho Testamento (envolvendo narrativas que incluem os discursos do sofrimento babilônico, do grande êxodo, da terra prometida) encontrarem mais simpatia entre os negros do Novo Mundo, pelo discurso libertário. A identificação, nesse caso, torna-se mais potente que outros discursos, como o da estória do Natal. Essas metáforas, segundo Hall, funcionam como um mito fundador, que reorganiza a controversa concepção de “tribo”, através da identificação associativa.

O autor alerta, entretanto, para o perigo da interpretação literal das metáforas, transformando os mitos em geradores de conflitos modernos. As apropriações excessivamente “fechadas” dos conceitos de pátria e identidade cultural/local resultam em diversas lutas (por vezes sangrentas) entre os povos, como a que ocorre entre judeus e palestinos. Não existem rotas puras de formação de povos. As origens são bem mais híbridas do que convencionalmente categorizamos. A própria associação entre a África e o tráfico de escravos é crucial para entendermos a questão da diáspora: a escravidão mascara e tenta delimitar nesse ponto de origem comum, nessa “generalização da negritude”(grifo meu) uma variedade imensa de povos, tribos, culturas e línguas- além de um sincretismo total.

De modo semelhante, não é novidade que a caracterização dos “populares” pela mídia local e nacional por diversas vezes se engessa nos estereótipos da insegurança, do crime, dos problemas urbanos, da luta pela manutenção de necessidades básicas. Isso quando não apela para um falso-ingênuo “provincianismo jocoso e caricato da periferia” colocado em contraste com um discurso *high-tech* da região central. Ou, nas palavras das pesquisadoras Cláudia Lahni e Christina Musse ao analisar a participação popular nos noticiários de massa no Brasil, apresentam as pessoas das classes populares “como personagens exóticas ou atrasadas” (LAHNI e MUSSE in COUTINHO e SILVEIRA JR, 2007, p.126).

O reflexo máximo e de proporções internacionais desse tipo de apresentação da “cidade ilegal⁵” (COSTA, 2006, p14) pode ser conferido no cinema (apenas a título de exemplificação, já que nosso foco é o jornalismo), no sucesso de produções como

⁵A expressão “Cidade ilegal” é adotada por Heloisa Soares de Moura Costa para definir os processos de inclusão-exclusão em relação a uma determinada regulação jurídico urbanística. Embora não-sinônimas, as expressões formal-informal, regular-irregular, planejada-espontânea, ideal-real são nuances também ambíguas que caracterizam a assimetria de poder nas relações sociais brasileiras, onde a legalidade da moradia, extremamente elitizante e excludente, transforma-se de direito em mercadoria, de norma geral em privilégio.

“Cidade de Deus” e sua periferia engenhosamente salpicada por malandros cômicos e assassinos típicos.

Na contramão da rotulagem identitária, na pós-modernidade o sentimento de pertença, seja ele a um país, uma cidade, a determinado bairro e, por que não incluir - a este ou aquele telejornal local - pode ser experimentado de diferentes formas, sob a ótica da diferença, de uma rede de significados móveis, mesmo por povos que possuem uma origem comum. Há sempre a permissão para o “deslize” do significado, “sempre existe algo no meio” (HALL,2003, p27) na semiose aberta da cultura. Esse hibridismo acaba por trabalhar o outro e a diferença como conceitos menos herméticos e não excludentes ou antagônicos.

Hall caracteriza essas fronteiras posicionais como responsáveis pela criação de *lugares de passagem*, relacionais, que não são mais aquele lugar histórico, preso ao passado e às origens míticas.

O hibridismo nasce de diferentes re-arranjos, o que não significa que haja igualdade de valores. Conforme já elucidado, ainda permanecem os jogos de poder. Nesse sentido, a globalização, ao mesmo tempo em que nos fornece indícios de seu vínculo com o capitalismo, nos oferta exemplos contrários ao mesmo, como o caso do Fórum Social Mundial⁶. Comemorando 10 anos, o evento se define como um espaço aberto de discussão e articulação de organizações da sociedade civil que compartilham a certeza de que um “outro mundo é possível” pela instigante proposta de “globalização da solidariedade” e não dos interesses do capital. Em paralelo, temos as culturas locais e de bairros, que se recusam a serem encurraladas dentro dessas fronteiras nacionais/globais.

Existem tentativas de homogeneização cultural. O que não impede que cresça a disseminação da diferença cultural no mundo. Trata-se de dois processos opostos, contraditórios. A “vulgata localista”⁷, na concepção de Bourdin (2001), embora ainda não tenha força suficiente para suplantarmos a americanização, representa um descentramento que reflete a necessidade(ou tendência) do próprio mercado cultural/consumidor global de ser assimilado pelo local para ser consumido.

Hall esclarece que, hoje em dia, “o meramente local e o global estão atados um ao outro, não porque este último seja o manejo local dos efeitos essencialmente globais,

⁶ Outras informações sobre o Fórum Social Mundial em <http://www.forumsocialmundial.org.br/>

⁷ Termo utilizado pelo estudioso para definir um intenso processo de afirmação da questão local na atualidade.

mas porque cada um é a condição de existência do outro” (HALL, 2003, p45/46).

Reconstruir identidades torna-se tarefa que exige ir além do retorno às origens. Os significados já não nos são oferecidos prontos, acabados, “de bandeja”. Há sempre a mediação, o poder da tradução que revela uma “terceira coisa” que não é somente a língua original re-codificada nem a língua com que se transmite o código.

A idéia de um “centro fixo” de elaboração identitária, nesse contexto, perde sua força diante da modernidade. Em Juiz de Fora, “cidade-recorte” privilegiada em nosso estudo, o direito à cidade também é permeado por tais jogos de poder e negociações identitárias, desde sua formação até a atualidade.

2.2 Narrativa da Identidade local: criações, re-criações e representação da cidade de Juiz de Fora e do Juizforano

Princesa de Minas. Manchester Mineira. Cosmopolita ou provinciana? Cosmopolita e provinciana? Quais os aspectos identitários que fazem (ou não) com que os juizforanos se reconheçam como tais. Ao longo de seus 160 anos de fundação, Juiz de Fora - e, conseqüentemente, “seu povo”- vêm recebendo definições que, longe de delimitarem uma identidade fixa, refletem a fluidez simbólica com a qual a mesma é encarada-. Àqueles que se dedicam a estudar as especificidades da identidade local, resta o desafio de lidar com as peculiaridades de um município que reforça sua identidade pela diferença em relação a outras localidades mineiras.

Conservadorismo e progresso marcam a identidade de Juiz de Fora. O município, considerado de porte médio, caminha para seus 160 anos e tem população estimada de pouco mais de 500 mil habitantes. É importante salientar sua função de principal cidade da Zona da Mata mineira e sua posição de pólo regional que presta serviços no comércio, saúde e educação a habitantes de vários municípios, extrapolando, inclusive, fronteiras estaduais. Por outro lado, a cidade, quarto maior município mineiro em população, encontra-se tensionada entre as três maiores capitais brasileiras: São Paulo, Belo Horizonte e Rio de Janeiro.

Nesse contexto paradoxal, o que seria e a quem pertenceria Juiz de Fora? Por um lado, existe a cidade como uma “zona de glamour urbano” (GIDDENS, 2004 p572) - um circuito de bons restaurantes e hotéis, edifícios de escritórios, (alguns inclusive

cobertos por painéis de artistas como Cândido Portinari), condomínios residenciais⁸, shoppings⁹ teatros e centros culturais, como o Cine Theatro Central e o Centro Cultural Bernardo Mascarenhas¹⁰.

Nos dois últimos há, frequentemente, por parte da mídia local, um discurso cosmopolita da cidade, que recebe nestes ambientes personalidades de renome nacional e até internacional com a valorização do local, daquilo que poderia ser caracterizado como “prata da casa”, os artistas, personagens e personalidades regionais (sempre valorizados pelo reconhecimento nacional que obtiveram).

Os exemplos mais recentes de valorização de artistas locais podem ser observados com a projeção midiática da cantora juizforana Josiane Oliveira, em função de sua participação no *reality show* da Rede Globo, Big Brother Brasil 9 e da cantora Mylena, que ganhou projeção nacional depois de aparecer no quadro “Garagem do Faustão”, que lhe rendeu inserção de canções nas novelas globais “Caras e Bocas” e “Malhação”. Além disso, temos a participação de duas modelos juizforanas, Bruna Siqueira e Fernanda Moraes no quadro “Garota Fantástica” do Fantástico, Rede Globo. O concurso visou eleger a top model mais profissional e bela do país.

Aliada a esse reconhecimento midiático de juizforanos, a valorização de pintores e escritores regionais confirmam a tese de Christina Musse de que: “a imprensa juizforana trata de intitular a cidade como a capital intelectual de Minas”. (2006, p86).

Jornalista, professora e pesquisadora das confluências entre Comunicação, Identidade, Memória e Imaginário urbano, Musse caracteriza Juiz de Fora como um caso particular de cidade mineira, principalmente por seu processo de povoação. Ela

⁸Juiz de Fora experimenta nos três últimos anos o boom dos condomínios residenciais, colocando-se em posição de reivindicação de status dos grandes centros urbanos. Infinity e Play são alguns dos sugestivos nomes de condomínios oferecidos às classes média e alta da cidade, em bairros considerados nobres. A publicidade destas construções invade a mídia local atualmente, sugerindo um “american way of life” que vai além dos nomes: trata-se da tentativa de incorporação do estilo de vida das grandes cidades, onde (por questões como violência, trânsito e falta de tempo) o lazer, antes vivenciado em praças e ruas, dá lugar ao “playground”, às salas de jogo e salões de eventos nos próprios prédios.

⁹ Merece destaque a implantação, no ano de 2008, do Independência Shopping, que agora passa a ser o maior da cidade e abriga lojas com marcas de renome nacional e internacional. O Shopping, instalado em local que estimulou inclusive a construção dos “vizinhos” condomínios supracitados, aparece na mídia local como símbolo de status e progresso mas também como ameaça ao comércio da região central.

¹⁰O Centro Cultural Bernardo Mascarenhas (CCBM)- Símbolo do pioneirismo industrial, a antiga fábrica de tecidos Bernardo Mascarenhas, graças à mobilização de artistas, escritores e jornalistas, foi transformada, em 1987, em um amplo Centro Cultural. Inserido na lista dos patrimônios mais populares do município, o CCBM oferece à comunidade galerias de arte, anfiteatro, videoteca, eventos musicais e salas de aula (onde são ministrados cursos como de desenho, artesanato e escultura).

explica, em sua tese de doutorado, que a cidade não “viveu” com intensidade o ciclo do ouro. O desenvolvimento se fundamenta no mito (ainda sem consenso) dos imigrantes empreendedores e na realidade de sua efetiva identidade industrial, moderna e febril no início do século XX e em declínio a partir de 1930, que rendeu ao município a designação de Manchester mineira, em comparação com a cidade inglesa.

[...] diferenças concretas que marcaram a ocupação da região, diferenciando-a do restante do estado de Minas Gerais e, em especial, revelando como a cidade, por não ter compartilhado sentimento barroco característico do período colonial mineiro, desta forma, se afastou daquilo que se convencionou chamar de discurso da “mineiridade”, que forja a sua narrativa nos setecentos e oitocentos (MUSSE:2006, p.46)

A relação de Juiz de Fora com a urbanização só acontece, de fato, após a abertura do Caminho Novo, estrada que encurtava a distância entre Rio de Janeiro e Minas Gerais, e se torna a principal via de entrada de escoamento nas décadas finais do século XVIII, já no período do declínio do ouro. Os primeiros lotes e ruas urbanizados, que hoje correspondem à Avenida Rio Branco, a principal via da cidade, localizavam-se nas adjacências do Rio Paraibuna. Esse tipo de organização das cidades foi descrito pelo teórico social Anthony Giddens.

os padrões de localização, movimento e realocação nas cidades, de acordo com o ponto de vista ecológico assumem formas idênticas (às naturais). Desenvolvem-se bairros diferentes a partir dos ajustamentos feitos pelos habitantes, à medida que lutam pela vida. Uma cidade pode ser representada como um mapa de áreas com características sociais distintas e que contrastam entre si”. (GIDDENS, 2004, p.576)

Quando trabalhamos a questão da formação da cidade, registra-se que Juiz de Fora ganha contornos de área urbana, ao se organizar como vila, somente no cafeicultor século XIX e não no áureo e mineiro século XVIII . É aqui que se torna interessante a apropriação da “abordagem ecológica” à análise urbana desenvolvida pela “Escola de Chicago ” entre os anos de 1920 e 1940 e re-iluminada pelos estudos de Giddens.

A abordagem recebeu o título de ecológica por relacionar a implantação dos sítios urbanos e distribuição de diferentes tipos de bairro nos mesmos à divisão esquemática de diferentes espécies na natureza, buscando um certo equilíbrio.

Giddens relembra que, de acordo com essa tese, as áreas urbanas modernas tendem a desenvolver-se ao longo dos leitos dos rios, em planícies férteis ou na intersecção de rotas comerciais ou de vias ferroviárias

A posterior dominação da região central pelos negócios e espaços de entretenimento, enquanto se promove uma mudança de habitantes para bairros novos na periferia da cidade também é privilegiada no âmbito desta abordagem.

Apesar da desvalorização que essa perspectiva confere à ação e planejamento consciente da organização das cidades, consideramos essencial a quantidade de investigação empírica que fomentou e a preocupação desta teoria com a ocupação humana nas cidades e a interdependência entre suas diferentes áreas.

Na Juiz de Fora de hoje, verificamos um domínio de estabelecimentos comerciais nas três principais vias da cidade, que também são as mais antigas: a Avenida Rio Branco, a Avenida Independência e a Avenida Getúlio Vargas. Bairros periféricos como Aeroporto e São Pedro abrigam construções luxuosas, refúgio dos cidadãos de classe média alta e alta.

Contraopondo-se ao “glamour urbano da atual Manchester Mineira” temos uma outra população de “utilizadores da cidade” que cresce nas periferias (tanto territoriais quanto econômicas), cujas reivindicações à cidade são também legítimas, mas muitas vezes muito menos bem vindas.

No entanto a “natureza do ambiente criado” não resulta apenas das atividades de ricos e poderosos, conforme sublinha Castells ao contrastar (ou complementar) a Escola de Chicago por ver a cidade como parte integral de processos de consumos coletivos, para além de uma localização distinta. Importam para o autor as lutas dos grupos desprivilegiados para mudarem suas condições de vida.

Os problemas urbanos estimulam múltiplos movimentos sociais, que se preocupam com a melhoria das condições habitacionais, protestam contra a poluição atmosférica, defendem os parques e espaços verdes[...] (CASTELLS apud GIDDENS, 2004, p.579).

No caso de Juiz de Fora, se, por um lado, a cidade apresenta em sua “cult-ura” a globalizante contribuição de influências alemãs, italianas, árabes e inglesas, da promoção de concertos internacionais de música erudita, das raves com nomes da cena eletrônica mundial, por outro ganha seu status regionalista com os vendedores de

verduras nas portas das casas e carroças fazendo transporte de cargas nas avenidas centrais.

Essa indefinição entre o cosmopolitismo e o provincianismo de Juiz de Fora torna ao mesmo tempo difícil e primordial a atribuição de uma identificação coletiva ao telejornalismo local.

Tal identificação esbarra na constatação de que a “crise de identidade” proposta por Hall no capítulo anterior, não se configura como sintoma exclusivo de nossa cidade-recorte. Nossas leituras nos permitem observar, que, de maneira mais abrangente, as cidades na atualidade são desenraizadoras com relação às suas instituições, quadros de referência e convicções. O urbano é hoje tão fluido quanto a própria modernidade contemporânea e todos os seus elementos fugazes e contraditórios. Na direção desse pensamento, Irllys Alencar Barreira privilegia as diferentes conexões estabelecidas entre a cidade e seu passado, por meio de discursos múltiplos que dependem de (igualmente múltiplos) contextos e porta-vozes- como é o caso dos jornalistas.

Tendo como base de pesquisa a cidade de Fortaleza, a autora questiona a manutenção da cidade enquanto patrimônio, que para se efetivar necessita de investimentos materiais e simbólicos de toda a sorte.

Interessa-nos, sobretudo, a observação da autora de que, quando se abordam questões como memória e patrimônio, os discursos sobre as cidades tentam forjar-se na efetivação de prioridades que aparentam uma construção coletiva, numa tentativa de mascarar o caráter intrínseco de disputas simbólicas que todo discurso fomenta. Ou seja, “a história ou memória da cidade, materializadas no conceito de patrimônio, expressam versões diferenciadas ou visões de um imaginário urbano, nem sempre convergentes (BARREIRA 2003, p.315).

Nesse sentido, o passado- no nosso caso o de Manchester Mineira, Princesa de Minas ou muitos outros possíveis- para ser “vendido como discurso”, pode ser projetado no presente como o “paraíso perdido”, instrumento de re-ativação de costumes e reinvenção de tradições. Passado mitificado, idealizado, num tempo que não é repetido (embora alguns discursos o pretendam), mas reinventado, ressignificado.

Alencar toma como referência de estudos dois tipos discurso: o da preservação e o discurso da transformação planejada. No primeiro, tem-se a cidade embebida em nostalgia e romantismo, na voz de cronistas e escritores, na luta por se buscar “aquilo que já não se é mais”. Aqui acontece também a crítica o crescimento desordenado e

vertiginoso da cidade, que constantemente percebemos em narrativas que incluem Fortaleza, Juiz de Fora e outras cidades.

Já na “transformação planejada” observa-se uma valorização do “olhar do turista” sobre a cidade, como aquele que busca tradição mas necessita de boas “acomodações”- tanto físicas quanto discursivas. Exige-se preservação, controle e revitalização, ao mesmo tempo em que se apregoa uma “estética da diversidade”, na opinião de planejadores e arquitetos. A municipalização do turismo motiva as cidades a buscarem “vocações específicas”, como a vocação turística, no caso de Fortaleza ou a vocação para a prestação de serviços e difusão cultural, como acontece com Juiz de Fora.

O papel das cidades como conjunto de representações a serem consumidas de acordo com determinadas “vocações” também é discutido por Maria Bernardete Ramos Flores e Emerson Campos. Em “Carrosséis urbanos: da racionalidade moderna ao pluralismo temático”, os autores tentam demonstrar a polifonia simbólica envolvida na construção dos imaginários urbanos ou da “cidade imagem” (CAMPOS E FLORES, 2007, p.269).

Festas “populares”, disputas étnicas e arquitetura, dentre muitos outros elementos discursivos possíveis são apresentados como “cavalos coloridos” presentes neste Carrossel urbano- termo felizmente utilizado pelos autores para dar conta da “proliferação vertiginosa de sinais, luzes e cores que a cidade contemporânea emite” (CAMPOS E FLORES, 2007, p.291).

Segundo os autores, que dessacralizam o papel atual do flâneur¹¹ proposto por Benjamin, o modelo moderno de cidades, pautado na integração racional de territórios não se sustenta na contemporaneidade. As manifestações culturais já não se prendem a lugares definidos. Prioriza-se a performatividade e a produção de imagens identificadoras, numa constante tensão entre lugar e identidade.

¹¹ A atividade (a *flânerie*) constituía a ocupação privilegiada do burguês ocioso (o *flâneur*), da Paris do séc XIX. Aquele que sustentava a convicção da fecundidade da *flânerie*, de que nos fala, não apenas Benjamin, nos seus estudos sobre Baudelaire, como também o próprio Baudelaire, na sua obra *As Flores do Mal*. É através do olhar do flâneur que a cidade de Paris é transfigurada poeticamente por Baudelaire, mediante o estado de spleen. A cidade, experimentando a “modernidade” era constituída por largas avenidas e passeios amplos, que permitiam ao parisiense uma nova relação com a cidade e com a arquitetura. Como Walter Benjamin o afirma, o flâneur é um estudioso da natureza humana. Sob a aparência de um olhar desatento e distraído, esconde-se alguém cuja volúpia reside na decifração dos sinais e das imagens: algo que pode ser revelado por uma palavra deixada ao acaso, uma expressão capaz de fascinar o olhar de um pintor, um ruído que espera o ouvido de um músico atento

Neste contexto, os moradores das cidades figuram como elemento de composição do cenário turístico, com corpos submetidos a normas para que se tornem códigos de determinadas tipificações.

Voltando ao âmbito local, é visível a justaposição de vidas e meios de vidas, na luta por uma re-descoberta de identidades juizforanas. Trata-se de algo que se reflete no telejornalismo e em sua audiência (ou na audiência que os jornalistas presumem¹²). Isso é percebido ao observarmos a tradição da mídia local de resgate de ordem, de desvelamento e demarcação dos problemas e “territórios” urbanos, seguindo uma tendência nacional, tendo-se na “voz do povo”, a materialização das angústias cotidianas.

Neste cenário, cumpre-nos destacar as transformações que afetam o próprio conceito de espaço público, cada vez mais construído através dos sentidos produzidos e disponibilizados pelos veículos de comunicação. A vida nos vem chegando, em progressão geométrica, por meios como a internet, o rádio e pela TV, tendo no telejornal, privilegiado nesta pesquisa, um de seus principais “lugares intersubjetivos de encontro” (FECHINE, 2006, p40).

¹² A hipótese de Audiência Presumida, na concepção do professor e pesquisador na Graduação e na Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, Alfredo Vizeu, pode ser anunciada como a construção antecipada da audiência a partir da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (as regras de redação), da língua e das regras do campo das linguagens para, no trabalho da enunciação, produzirem discursos. Esse trabalho resultaria, nesse contexto, na notícia.

3 Televisão, identidade e participação popular

Diversos trabalhos acadêmicos dão conta de analisar a televisão, inaugurada em setembro de 1950¹³, pelos mais diferentes espectros: seguindo um viés histórico, delimitando períodos que vão desde sua implantação (no mundo, no Brasil, em níveis regionais e locais) até a atualidade, em que o veículo experimenta fenômenos como a possibilidade do *zapping* e da interatividade via rede mundial de computadores. Outros teóricos da comunicação tentam caracterizar a TV como meio popularesco, “de massa”, mercadológico, traçando teorias sobre o funcionamento das sociedades contemporâneas baseadas na inserção deste meio nos sistemas políticos ou econômicos.

Apenas a título de exemplificação, as duas tendências apontadas até agora - da TV enquanto elemento histórico ou como meio norteador pela publicidade- podem fixar raízes numa argumentação conjunta e sólida delineada por Sérgio Mattos (2010). Segundo o autor, que volta seus estudos para uma “evolução histórica da televisão brasileira”, o veículo televisão tem absorvido sempre uma média entre 50 a 60% do total do bolo publicitário brasileiro, o que a torna “dependente cultural, econômica, política e tecnologicamente” (Mattos, 2010, p.25). Mattos define 7 fases do desenvolvimento da TV no Brasil. Estas vão desde a emissão das primeiras imagens de televisão da América do Sul (1950), caracterizada como fase elitista, com 200 televisores importados e programas identificados pelo nome do patrocinador, como o “Repórter Esso” até à fase da portabilidade e interatividade, datada em 2010. Na perspectiva desta última fase, o “reinado” do telefone celular permite ao usuário assumir o papel de receptor, transmissor e fonte de informações, rompendo assim alguns paradigmas da comunicação.

Na reflexão do professor de estudos midiáticos e culturais da *University of Califórnia*, Toby Miller¹⁴, a retórica das mídias audiovisuais mais recentes abriga, como desfecho inevitável, o fim da TV e sua perda de identidade. A internet é o futuro e o grande organizador da vida diária por mais de meio século perde seu lugar de honra na

¹³ A televisão brasileira foi inaugurada oficialmente no dia 18 de setembro de 1950, em estúdios parcialmente instalados em São Paulo, por Assis Chateaubriand. A TV Tupi-Difusora surgiu numa época em que o rádio era o veículo de comunicação mais popular do país. Com isso, acabou por utilizar sua estrutura, formato, técnicos e artistas.

¹⁴ O artigo, cujo título (dramático na definição do próprio autor) é “A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era” integra a obra brasileira “A TV em transição” (Ed. Sulina, 2009). O objetivo é demonstrar a proximidade de discursos sobre a TV extrapolando níveis nacionais, como é o caso.

sala, na ordem cotidiana do drama e da informação.. No entanto, Miller considera tais alegações esparsas, espantos fenomenológicos inconsistentes, já que

Historicamente é verdade que a maioria das novas mídias suplantou as anteriores como órgãos centrais de autoridade e lazer. Pense na literatura versus a retórica, o cinema versus o teatro, o rádio versus a música de orquestra. Mas a televisão é uma mistura de todas elas, um armazém cultural. E que continua crescendo”. (MILLER, 2009, p.19)

3.1 TV e (re) construção das identidades

Antes que nos percamos na sedutora proposta da “crítica pela crítica” destes e de outros repertórios metodológicos- que em muito contribuíram (para o bem e para o mal) – no estabelecimento de novos olhares sobre a televisão, cumpre-nos elucidar a nossa proposta. Esta consiste, grosso modo, em voltar a atenção para o trabalho audiovisual que a televisão- mais especificamente o telejornalismo local- efetivamente produz . E a que os espectadores, de fato, assistem e experimentam, estabelecendo identidades e representações do “povo na TV”, mediadas nestes 60 anos da presença e influência da televisão no Brasil e em Juiz de Fora. Intriga-nos, especialmente, a importância da televisão enquanto presença privilegiada nos lares brasileiros, ou, nas palavras do presidente da Intercom, Antônio Hohlfeld, “unanimidade no país”, já que “a nacionalidade passa pelas imagens da televisão. Nossa identidade é mediada pela televisão”. (2010, p.13)

Esta importância da TV é corroborada pelos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do IBGE de 2009, que revelaram que em 95,7% dos lares brasileiros a telinha marca presença, enquanto as geladeiras contabilizam 93,9%. A informação pode soar repetitiva, visto que aparece em dezenas de trabalhos que têm a TV como tema principal. Mas a relevância e atualidade do fato derrubam qualquer redundância. E quando falamos em presença, muitas vezes esta não se restringe a um aparelho de televisor. Em discussões desenvolvidas no decorrer da oficina “Telejornalismo Novos Olhares¹⁵”, a relação da TV com jovens de bairros periféricos de Juiz de Fora foi vislumbrada a partir da declaração da maioria de possuir, em média, de 4 a 5 aparelhos em casa.

¹⁵ A oficina integra as atividades do grupo de pesquisa Comunicação, Identidade e Cidadania (CNPq)

Neste cenários – nacionais e/ou locais- as representações midiáticas do popular são, de acordo com nossa hipótese, responsáveis por subsidiar opiniões, comportamentos e valores de uma considerável parcela da população.

O estudioso e defensor da TV pública e aberta, Dominique Wolton reconhece que, “como objeto de estudo e consumo, a televisão não deixa ninguém indiferente, sendo constante alvo de controvérsias e discursos apaixonados e políticos que não contribuíram para estabelecer uma lógica do conhecimento” (1996, p.34).

Wolton define esse relação de encontro entre a TV e “seu” público como “laço social”. Embora não se concentre com exclusividade no telejornalismo e sim na análise da importância da TV generalista como possibilidade de exercício democrático, as proposições de Wolton tornam-se pertinentes por apontarem o potencial da TV como produtora e fornecedora de representações e laços sociais e, conseqüentemente, portadora de função referencial e identitária.

Qual o caráter da televisão? Reunir indivíduos e públicos que tudo tende a separar e oferecer-lhes a possibilidade de participar individualmente de uma atividade coletiva. É a aliança bem particular entre o indivíduo e a comunidade que faz dessa técnica uma atividade constitutiva da sociedade contemporânea. (WOLTON, 1996, p. 15).

O pesquisador acrescenta, ainda, que a TV é uma atividade tão importante quanto o voto nas sociedades democráticas, no que diz respeito à participação coletiva, visto que representaria uma “eleição” contínua e diária. Wolton compartilha conosco a confiança na televisão e no julgamento dos públicos, quando estes são, na maioria das vezes, desvalorizados. Ao mesmo tempo, acredita que a TV não pode ocupar todo o espaço da comunicação, caracterizando-se pela tensão entre duas escalas contraditórias, a individual, do consumo privado e a coletiva, tanto no plano das condições econômicas de sua produção, quanto no de sua difusão.

Ao estabelecer o “lugar da televisão na sociedade brasileira”, o autor aponta que a cultura da televisão permanece como laço entre as classes sociais, o que não significa que substitua a luta das mesmas. Trata-se de uma influência essencialmente ambígua, que escapa da tese clássica do meio como suplemento de controle ideológico. No que diz respeito à questão dos laços entre indivíduo e coletividades, temos dois papéis desempenhados pela TV generalista. Primeiramente, aquele estabelecido no passado, subsidiando representações na instalação de uma sociedade de massa. Na contemporaneidade, palco de nosso objeto de estudo, preserva um princípio geral de

comunicação, num contexto no qual a convivência de comunidades se estabelece, em maior ou menor grau, pautada pela indiferença e fragmentação entre elas.

Cumpre-nos observar, de antemão, que a idéia de laço social, tomada de maneira isolada, não se oficializa na definição de Wolton, ao contrário de sua aplicação no caso da TV geralista. O próprio autor argumenta que o conceito, formulado por Durkheim e pela escola francesa de sociologia numa perspectiva mais institucional do que cultural é um dos mais complicados das ciências sociais. Ganhando respaldo da antropologia, o conceito figura com uma aplicação que sugere uma facilidade bem maior de ser aplicada nas “outras” sociedades do que na nossa, nublando-se e assumindo caráter restrito às práticas sociais institucionalizadas- trabalho, escola, família, religião.

Ao incluímos, seguindo os passos de Wolton, a televisão como uma das formas de laço social, assumimos uma perspectiva diferente, a do *common knowledge* (1996, p.124). A tradução da expressão para “um saber compartilhado” nos parece insuficiente. De qualquer forma, tenta dar conta de um laço especular e silencioso “amarrado” entre o espectador e a televisão. Um indivíduo imerso em um público imenso e anônimo que ao assistir determinado programa, sabe que outros o assistem. Esses “outros” também compartilham da idéia de *common knowledge*.

A TV fornece uma espécie de “munição identitária nacional”(grifo nosso) que se opõe a essa vontade de manipulação, num período de modernização poderosa, de identidades e aspirações cambiantes. Sob um ângulo ideal, teríamos neutralizados- ou ao menos atenuados- os efeitos catastróficos da estandardização da sociedade de massa.

Enveredando-se para um panorama regional, que nos é caro, Wolton especifica que as televisões dos diversos Estados não hesitam em se inspirar nas suas tradições regionais em seus programas.

“Evidentemente, trata-se de “identidades regionais arranjadas”, onde as leis do comércio são muitas vezes mais fortes do que a inspiração etnológica. O que não impede, no entanto, que alguma coisa da ordem das identidades se comunique com esses intercâmbios. (WOLTON, 1996, p.157).

Analisando a tentativa de estabelecimento de uma emissora de caráter efetivamente local em Juiz de Fora, percebemos que hoje, muitas dificuldades são semelhantes às enfrentadas nas décadas passadas e desde o surgimento da TV, seja pelo alto custo da produção, seja pela submissão à tecnologia e capital investidos.

Vislumbramos, em pesquisas anteriores¹⁶, que a TV local, por seu pioneirismo e papel de integração, não deixou de unir os laços sociais da modernidade, inspirando-se nas suas tradições regionais para elaborar seus programas, mesmo com toda a influência das grandes redes.

No caso da TV, a imagem dos acontecimentos, sobretudo do “acontecimento jornalístico”, se apresenta como mediadora icônica dos fatos, ou seja, pretende ser uma representação pela semelhança. Os referentes são os próprios acontecimentos, com seus personagens, suas ações, ou conforme aponta Célia Ladeira Mota, citando Duarte.

Ao recompor os significados profundos das narrativas jornalísticas é que se rearticulam os sentidos da nossa vida cotidiana e pública, uma vez que o telejornalismo é este imenso lugar de referência de circulação dos acontecimentos e dos seus sentidos. Um lugar onde as imagens cumprem o papel importante de construir identidades, estabelecer diferenças, fortalecer a nação imaginada, identificar contextos geográficos, históricos, ecológicos, sociais.(DUARTE,2004,p128 apud MOTA,2005, p. 32).

Quando abordamos conceitos como “representação por semelhança” ou mesmo a “rearticulação de sentidos da nossa vida cotidiana e pública” partimos, inevitavelmente, para a uma necessidade de definição de público. E diante das dimensões deste trabalho, é mais conveniente e focal indicarmos seu posicionamento social diante/perante a TV.

Wolton caracteriza o “grande público” como proveniente de 2 origens na contemporaneidade. A primeira trata da transformação da turba em público, no começo do século XX. Na emergência progressiva de uma “democracia de massa”, esta definição relaciona-se com a ampliação dos mercados consumidores e com o nascimento da opinião pública.

A segunda origem, vinculada à sociedade de massa, atrela-se à idéia do espetáculo, ofertando um público de definição instável e de frágil identificação. Essa indefinição que, aparentemente oferece de pronto uma insatisfação por estabelecer um público esfinge, ou para sermos mais nacionalistas “com olhos de cigana oblíqua e

¹⁶ Para maior detalhamento sobre estas pesquisas, consultar “A voz do povo é a voz de Deus?Participação popular no telejornalismo local”. MATA, Jhonatan. Monografia de conclusão de curso. UFJF, 2008. Este trabalho agrega, ainda, as contribuições das macropesquisas “Dramaturgia do Telejornalismo Local: a estrutura narrativa das notícias nas emissoras de TV de Juiz de Fora” e “Telejornalismo e Interesse Público: da narrativa à construção de identidades”, do grupo de pesquisa vinculado ao CNPq “Comunicação, Identidade e Cidadania” da Universidade Federal de Juiz de Fora. Nossos estudos alicerçam-se na importância histórica do telejornalismo como subsídio no processo constitutivo de uma identidade local.

dissimulada” descritos por Machado de Assis ao (in) definir sua Capitu, ao final das contas, acaba por valorizar o grande público.

Isto porque evidencia uma questão fundamental da televisão: Até que ponto a TV, enquanto prática cultural, deve fugir das amarras e exigências do grande público e, de antemão, assumir essa noção e valorizá-la numa luta contra o individualismo? E mais: que cobranças devemos fazer- ou temos o direito de fazer- ao telejornalismo local no momento em que este oferta ou forja uma identidade regional/local por meio da participação popular? Por que insistir no interesse do grande público? Para Wolton

Porque ele é o reverso da televisão de massa, tão desvalorizado quanto ela, mas também tão complexo e tão útil para compreender a televisão. A dificuldade de criar o grande público, a sua instabilidade e sua incerteza se reflete na dificuldade da televisão geralista: ela precisa, a cada dia, seduzir e mobilizar um público que não existe, mas que é, na verdade, a única coisa que lhe confere vida e sentido. Ele é o símbolo da televisão e, no sentido estrito, o que lhe dá seu valor. A incerteza do funcionamento do grande público traduz, enfim, a incerteza da televisão, e existe, neste desafio, uma grandeza que a representa muito bem. (WOLTON, 1996, p.127)

Se temos em Wolton um privilégio da análise da televisão –e a partir dela- as possíveis projeções de público e laço social, na obra de François Jost (2004) viceja, a nosso ver, um campo inverso e ao mesmo tempo complementar ao do teórico francês.

Em “Seis lições sobre a televisão”, Jost, retoma estudos de Eliseo Verón, então aplicados na imprensa escrita, e categoriza as diferentes concepções de contrato. O conceito polissêmico é utilizado principalmente para a televisão e para a literatura, quando se aborda o pacto de leitura. Em televisão, trata-se de um acordo no qual emissor e receptor se comunicam por razões compartilhadas. Primordial o deslocamento que se faz aqui: diante das dificuldades na definição de público(s), parte-se para o diagnóstico e definição clara do contrato que se deseja firmar com o mesmo. Considera-se, portanto, que não pode haver um ato de comunicação sem que a ele esteja vinculado um contrato. E, no caso da televisão, os vínculos se estabelecem num universo em que o espectador estaria ciente do espetáculo proposto, cláusula do contrato.

O pesquisador critica o modelo de contrato de comunicação midiática na medida em que este assume caráter imanente, pacto tácito entre os membros de uma sociedade,

que desconsidera os conhecimentos laterais. Ele atenta que em televisão, há imagens e inexiste a reciprocidade no processo televisivo, no sentido homossemiótico.¹⁷

“Como telespectador, posso também enviar cartas aos emissores, posso utilizar o aparelho, posso mudar de canal: entretanto, não nos comunicamos empregando o mesmo sistema semiótico de comunicação” (JOST, 2004, p.17).

Em contraposição ao modelo de contrato, em que impera a “lei do enunciador”, Jost oferece o modelo de promessa. Tal viés será priorizado, mais adiante, em nossa análise da apropriação do público sobre aquilo que lhe é “prometido” por meio do discurso telejornalístico local. Neste modelo, o gênero aparece como interface, batismo de programa, moeda de troca, promessa ontológica daquilo que o telespectador pode esperar deste ou daquele programa. Há uma “etiquetagem de autenticidade” de quem e do que se oferece. Não haveria, neste sentido, imposição de modos de leitura. O que se tem são promessas do “prazer simbólico que o telespectador vai usufruir”. (JOST, 2004, p.27). Os gêneros, enquanto marcadores identitários, passam a ser terrenos de confronto entre atores sociais com distintos interesses, tornando a comunicação televisual um processo dinâmico e incerto. Ou, nas palavras de Jost:

a emissora faz proposições através do ato de denominação, e o telespectador, dando-se conta ou não, dela se apropria.(..)Parece natural colocar os jogos no espaço lúdico, os telejornais no do autenticante e as séries no do fictício. Não obstante, pode acontecer que a ficção seja apresentada como real ou a realidade como um show”. (JOST, 2004, p.42).

Os produtores, para o autor, serializam seus produtos por meio de identidades genéricas que os fazem circular. Os difusores categorizam a produção para torná-la desejável; os mediadores aceitam ou não essas categorias frente ao público. Por fim, o espectador, o “povo”, excluindo-se aqui a discussão sobre passividade de recepção, categoriza a identidade que a televisão oferta, necessária à sua interpretação.

Tais pacotes identitários televisuais, cabe ressaltar, sucumbem à fluidez e à crise das identidades pós modernas, tratada no capítulo anterior. E se o telejornalismo toma emprestado da ficção a dramatização e o uso de personagens para gerar identificação com o telespectador, o caminho inverso também é possível. Grandes emissoras configuram uma batalha no âmbito da habilidade em apresentar a “realidade” social do

¹⁷ A teoria do contrato, para François Jost só se estabelece numa comunicação recíproca. No seu livro, o autor exemplifica a constatação da homossemiose por meio de uma conversação. “Se eu disser que ele fala rápido demais, e que eu não consegui traduzi-lo, pode-se, então negociar um acordo para falar mais lentamente: isso é um contrato”. (p16, 2004). Na televisão, isto seria impossível.

país aos espectadores brasileiros, tanto no campo jornalístico como no ficcional¹⁸, principalmente o das telenovelas e seriados.

Quando pensamos no formato telenovela, ficção que, de acordo com dezenas de teses universitárias brasileiras baliza a vida de multidões e, ao mesmo tempo, vende quantidades imensas de produtos, somos tentados, quase que instintivamente, a vinculá-la aos interesses do capital. Com isso, a princípio, a produção estaria muito mais sujeita à vigilância de determinada moral por motivos mercadológicos do que o telejornal. Isso afeta, de acordo com a pesquisadora Renata Pallottini, não apenas a estrutura da telenovela, mas também sua sobrevivência e seu caráter.

Para além da polêmica “in natura”, da conversão da exposição da realidade em audiência, é interessante observamos que as experiências recentes de denúncias, de discussões políticas, aprofundamento de conflitos e de personagens que sofrem a influência das condições econômicas- ou do “merchandising social” na visão de Pallottini - tendem a caminhar lentamente no sentido de fugir à simples criação de histórias atraentes, complexas e de apelo, tipicamente associadas à teledramaturgia.

Antes fadadas ao insucesso ou, na melhor das hipóteses, ao êxito exclusivamente de crítica, uma espécie de prêmio de consolação para um gênero no qual a audiência, e só ela, define o bom resultado, essas tentativas de ampliar a abrangência da novela parecem concretizar, cada vez mais, uma tendência vitoriosa, pelo menos na teledramaturgia brasileira.(PALLOTTINI, 1998, p. 71)

Os exemplos desse merchandising são muitos e seguidos por autores como Lauro César Muniz, Sílvio de Abreu, Gilberto Braga, Benedito Rui Barbosa e, principalmente Manoel Carlos (Maneco) e Glória Perez.

Maneco costura temas polêmicos e os negocia com seu público. As temáticas quase sempre relacionadas a doenças, como leucemia, bulimia, Síndrome de Down e Aids, normalmente formam a espinha dorsal de suas tramas.

Em entrevista ao site Ipcdigital, Manoel Carlos compara a inserção do real na ficção a uma brincadeira, um “brincar de Deus” com o destino das pessoas, ao mesmo tempo em que reconhece o poder que tem nas mãos.

¹⁸ “Vidas opostas” e “Poder paralelo”, telenovelas da Record que “retratam” o real e “Cidade dos Homens” e “Antônia”, séries da Rede Globo também apostam no filão, forjando um convite à realidade e à mobilização do “povo” via dramaturgia.

É muito complicado. De repente eu faço uma coisa e o país inteiro passa a comentar. O negócio de uma bala perdida, numa cena, por exemplo, esteve na primeira página dos jornais como se fosse verdade. Meu Deus! É ficção! Estou contando uma história! Em "Laços de Família", quando teve a leucemia da Camila, da Carolina Dieckmann, as pessoas tinham medo que eu a matasse. Um dia eu estava na padaria e uma senhora, com uma menina de uns oito anos, me pegou pela mão e disse: "Essa aqui é minha neta. Ela tem leucemia. O senhor não vai matar a personagem porque senão essa menina aqui também morre!" Falei "Claro que não, fica tranqüila, a personagem vai ficar curada e sua neta também". Aquilo me deu um susto. Essa responsabilidade é difícil de carregar. As pessoas cobram soluções da gente e eu preciso dar satisfação também à empresa em que trabalho. (CARLOS, 2006)

O fascínio do autor consiste, segundo ele, em poder inserir notícias recentes em suas tramas para acrescentar um caráter ainda mais naturalista. "Continuo com o sonho de escrever o capítulo de amanhã depois de assistir ao de hoje. Estou cada dia mais perto disso. Tudo o que acontecer de importante no Brasil vou dar um jeito de colocar no ar" (CARLOS 2006).

A colocação do novelista é praticamente idêntica à de William Bonner quando define os critérios de noticiabilidade no Jornal Nacional. Segundo a definição de seu editor-chefe, o Jornal Nacional apresenta "o que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia". A definição do que seria importante segue, evidentemente, critérios jornalísticos e também editoriais.

Ao categorizar, por exemplo "o que de mais importante aconteceu no Brasil", a televisão, num ambiente que experimenta o enfraquecimento das grandes narrativas e o descrédito nas verdades e identidades, tenta co-responder à projeção do retorno comunitário e sua aspiração de conforto e segurança. Reconhecendo essa crise de narrativas, Vera Veiga França encara a televisão como uma resposta a esta tendência de identificação, retorno ao próximo e à necessidade de segurança, anteriormente apontada por Bauman (2003)¹⁹. Com ênfase no telejornal, a autora destaca um aumento no enfoque da realidade cotidiana, "da vida de todos os dias" (FRANÇA, 2009, p.37), do entorno, das práticas comunitárias. Os gestos de solidariedade, os perigos da vida urbana, as histórias edificantes passam a ser monitorados e valorizados pelos programas televisivos, permitindo a redescoberta de práticas culturais engavetadas, experiências e

¹⁹ Para Bauman (op. Cit, p.9) "Comunidade é, nos dias de hoje, outro nome do paraíso perdido- mas que esperamos ansiosamente retornar".

lugares comuns antes fadados aos museus e à memória coletiva. A narrativa do cotidiano desponta revigorada. Ou ainda

No mesmo movimento que nos projeta para fora de casa, ela reduz o estranhamento, organiza o diferente, atribuindo critérios de inteligibilidade. Recebida no âmbito doméstico, ela compõe e estrutura essa domesticidade. A televisão organiza o mundo e a sua complexidade, facilitando a aplainando nossa inserção nos lugares que são nossos”. (FRANÇA, 2009, p.38)

Em outro momento, em que aborda a eclosão dos indivíduos do povo na luta por visibilidade midiática, França coloca outra tendência contemporânea que é assumida por indivíduos das classes populares- privilegiados no âmbito desta pesquisa- a substituição de um lugar de escuta para um lugar de fala. Assim é que “a gente do povo faz fila para programas de auditório e de ajuda, telefona e participa de shows, faz denúncias, convoca a televisão para registrar e divulgar diferentes transtornos do cotidiano” (FRANÇA, 2009, p.42).

A visibilidade midiática dos representantes das classes populares é, na visão da autora, que se projeta em nosso olhar, um desejo bem demarcado, embora sua entrada na televisão ainda se dê na categoria “figurantes” e, em menor escala, como protagonistas.

Em contraponto à idéia da TV como bloco monolítico, projetor de mesmices, França aborda a diversidade de identidades não apenas de públicos ou audiências, como a pluralidade e mutação dos gêneros televisivos. Estes vão do desenho animado ao futebol, de um telejornalismo mais sóbrio a um telejornalismo dramático, das novelas “globais” às mexicanas, com diferentes perfis. Neste quadro, o meio aponta como “televisão porosa” (2009, p.50), cheia de buracos, lacunas, incongruências identitárias e narrativas. Os poros captam os humores sociais ao passo que secretam sua interação com o mundo- o da TV e aquele fora dela.

Como conceber e categorizar, neste cenário de misturas discursivas que atingem não somente o público como a própria TV, a questão das identidades? A proposta de Arlindo Machado parece ser uma das que mais se enquadra em nossa análise do, não menos “poroso”, telejornalismo local. O autor esquematiza duas maneiras principais de se tratar a televisão: *o modelo de Adorno e o modelo de McLuhan*.

Muito resumidamente, no primeiro verificamos o objetivo, indisfarçável segundo Machado, de demonstrar que a televisão era um “mau objeto”, numa mirada panorâmica superficial que talvez se justificasse na década de 50, mas que não se

sustenta na atualidade, embora ainda exista intelectuais que estudam a TV sem assisti-la. O modelo McLuhaniano inverte a situação, mas percebe a televisão como “congenitamente boa”. Em síntese, o ataque de um se equipara à defesa de outro.

Se McLuhan, ao contrário de Adorno, não pode ser acusado de não conhecer seu objeto de análise, o resultado que ambos obtém no plano teórico se equivale, pois, nos dois casos, a televisão é vista como estrutura abstrata, modelo genérico de produção e recepção (afinal “o meio é a mensagem”), sem conseqüências significativas no nível dos programas e, pior ainda, sem nenhuma brecha para a ocorrência da diversidade e da contradição no âmbito da prática efetiva. (MACHADO, 2005, p.19)

Machado postula que de pouco servem o contexto, a estrutura externa ou a base tecnológica se não servirem de referência àquilo que mobiliza tanto produtores quanto telespectadores: as imagens e os sons que constituem a “mensagem televisual”. Para falar de televisão, é preciso definir o corpus de experiências que a define. Em nosso caso, projetamo-nos sob a ótica da participação popular, pelas imagens e sons da população representada no telejornalismo local. Participação que, no capítulo seguinte, se sub-projeta, se debruça sobre a aplicação do conceito de cidadania à esfera midiática.

3.2 Mídia, cidadania e participação popular

Aliada à prática da cidadania, em que pessoas exercem seus deveres e usufruem do direito de se expressar, a televisão, com destaque para o telejornalismo, tenta subsidiar seu papel como instrumento para o “fazer social”. Os noticiários locais, neste sentido, oferecem aos “cidadãos” a possibilidade de traduzir suas preocupações sociais em imagens e retorná-las à sociedade, em uma busca coletiva pelo bem estar comum.

Essa “tradução” se ancora, de acordo com nossa hipótese, em estratégias enunciativas e identitárias utilizadas por produtores, repórteres, cinegrafistas e apresentadores para dar “voz ao povo”. E tenta, desse modo, estabelecer com este “povo” uma suposta relação de projeção de angústias, que se converterão em audiência. Nossa indagação se projeta, com especial cuidado, sobre as especificidades dessa relação entre televisão e público: Há igualdade de discursos nessa representação popular mediada pelos jornalistas de TV?

Na obra “Ação cultural para a liberdade” (1978), Paulo Freire chama atenção para a necessidade de postura crítica diante do texto. Evita-se, desta maneira, a

“educação bancária”, ingênua e sem criatividade, centrada exclusivamente na memorização. Crítica parecida é assumida por Mário Kaplún (1984), que, em suas análises no campo da Educomunicação, caracteriza tal modelo educacional como “conteudista”.

Neste cenário, os meios de comunicação dão-nos indícios de que preferem o monólogo ao diálogo, tomando o “povo” exclusivamente como unidade receptora de conhecimento. Tendência que precisa ser revisada com urgência se considerarmos a força discursiva atual da internet. Embora figure como análise complementar deste trabalho, a influência da rede mundial de computadores altera, revira, sobremaneira, os posicionamentos outrora herméticos de produtor e receptor da informação. Exige que se repense, inclusive nos telejornais, a questão da participação popular, do exercício da cidadania e das formas de representação desse “novo povo” e suas novas reivindicações por salubridade midiática.

Voltando a Freire, temos que é preciso desafiar o texto, não sucumbir às palavras de seu autor, capazes de magnetizar e domesticar. Embora, neste caso, os apontamentos se voltem para a educação de adultos, as reflexões propostas, aliadas à ironia fértil e útil do educador nos são válidas também para nossas pesquisas que relacionam telejornalismo local, cidadania e construções identitárias.

O “analfabetismo midiático”, bem como o “analfabetismo clássico”, exige um posicionamento que esteja não apenas no ato de consumir idéias, mas de criá-las e recriá-las, para além do simples processo de depositar palavras e imagens. Na concepção crítica do autor é importante “não negar o direito de pronunciar o mundo”. (FREIRE, 1978, p.16). Trata-se de um problema de caráter político, mais do que de aspectos metodológico-pedagógicos.

Considerado por Murilo César Ramos como um direito de “ quarta geração”, o direito à comunicação , nas palavras do autor “ainda está muito longe de ser reconhecido como tal”(RAMOS, 2005, p.45). Ao mesmo tempo, Ramos considera-o um direito cada vez mais concebido como o direito de comunicar, suplantando o direito de receber comunicação ou de ser informado

Nesta luta por reconhecimento, as possibilidades de atuação do cidadão são diversas. Dentre elas, destacamos a participação popular na avaliação das renovações de concessão de emissoras²⁰ e cumprimento das obrigações em relação ao conteúdo de

canais de televisão brasileiros. Emissoras privadas e entidades sociais travam batalhas, imersas em uma legislação totalmente fragmentada. Palco que não impede que o momento seja de importante discussão sobre a qualidade da prestação de serviço, sobre o que o consumidor quer receber e o cumprimento das obrigações legais.

Ainda nessa direção, temos, no Decreto de 16 de Abril de 2009, a cidadania em pauta na convocação para a I Conferência Nacional de Comunicação- CONFECOM, presidida pelo Ministério das Comunicações e com a participação da sociedade civil e poder público . Com realização ocorrida em dezembro de 2009, em Brasília, após um período de conferências municipais e regionais, a CONFECOM trouxe articulações sobre o tema: “Comunicação: meios para a construção de direitos e de cidadania na era digital”.

Inserido neste contexto, este trabalho surge na pretensão de contribuir para o exercício da cidadania via telejornalismo local. Amparados por dois recortes anteriores do noticiário local²¹, que trazem a temática dos problemas que envolvem os transportes coletivos- indispensáveis para o “ir e vir” de grande parte da população local e nacional- e portanto, elemento que contribui para o exercício de cidadania, questionamos: É possível, para a população, contar com a mídia local para efetivar o “direito de pronunciar o mundo” proposto por Freire? Que respostas ofereceríamos a Kaplún sobre a intervenção social neste recorte? Há monólogo ou diálogo entre telejornal e audiência? Observamos, neste trabalho anterior dois momentos: no primeiro, a cobertura da mídia local sobre a participação do povo nos desdobramentos de impasses provenientes do aumento das passagens de ônibus municipais, em 2007. Num segundo instante, discutimos a cobertura específica do Telejornal da Alterosa Edição Regional, ao re-tratar a população e sua relação com a greve dos rodoviários, em 2009. Nossa premissa básica consistiu em perceber a participação do povo nestes movimentos de luta por direitos e o papel discursivo ofertado à população ao ser inserida nas narrativas dos telejornais analisados.

Ao conceituar o termo “cidadania”, Maria de Lourdes Manzini-Covre atenta

²⁰ De acordo com dados da revista *Imprensa*, edição jan/fev 2009, p.29, desde 05 de outubro de 2007, as concessões da TV Globo em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte e Recife, as da Band, Record e Gazeta em São Paulo e a do SBT no Rio estão vencidas. Ainda na publicação, surge a informação de que os contratos de concessão de rádio e TV, apesar de serem públicos, não estão disponíveis nem no sistema da Anatel nem na página do Ministério da Comunicações.

²¹ Para maior detalhamento desse recorte anterior, consultar o artigo “Sobre transportes e discursos coletivos: o povo e seu lugar de fala no telejornalismo local”. MATA, Jhonatan e COUTINHO, Iluska. Revista Estudos em Comunicação n° 7, vol I, pág. 205-218, Portugal, maio 2010. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/07/pdf/mata-coutinho-transportes.pdf>

para a conscientização, por parte do cidadão, dos direitos e deveres presentes na Constituição. Trata-se de um direito que precisa ser construído coletivamente, não só em termos do atendimento às necessidades básicas, mas de acesso a todos os níveis de existência. Ao recuperar a proposta de cidadania descrita na Carta de Direitos da Organização das Nações Unidas (ONU), de 1948, a autora ressalta que:

Todos os homens são iguais ainda que perante a lei, sem discriminação, raça, credo ou cor. (...) O direito à educação, à saúde, à habitação, ao lazer. E mais: é direito de todos expressar-se livremente, militar em partidos políticos e sindicatos, fomentar movimentos sociais, lutar por seus valores. (...) E mais: pressionar os governos municipal, estadual, federal e mundial (em nível de grandes organismos internacionais como o Fundo Monetário Internacional – FMI). (MANZINI-COVRE, 1991, p.9-10).

No entanto, para que essa série de direitos e deveres da cidadania tenha valor, deve haver reivindicação, ou seja, é preciso que haja sujeito participativo na ação. A luta por valores e estabelecimento de “identidades cidadãs populares” pôde ser observada em nosso primeiro recorte empírico: os impasses causados pelo aumento das passagens de ônibus urbanos em Juiz de Fora e a cobertura do acontecimento pela mídia local, no ano de 2007.

Neste período, a empresa responsável pelo gerenciamento dos ônibus urbanos na cidade reajustou o preço da passagem de R\$1,55 para R\$1,75. Isso fez com que a população, sobretudo a classe estudantil, tomasse as ruas em manifesto contra o acréscimo, com direito a passeatas, paralisação do trânsito nos pontos mais movimentados da cidade, carros de som anunciando os descontentamentos do movimento estudantil, distribuição de panfletos, dentre outros aparatos presentes em espécies de “kits de sujeito participativo”.

A princípio, a população- ou o povo- aparecia na tela com uma postura que negava a idéia de simples massa homogênea e remetia, na concepção defendida por Peruzzo (1999), a um grupo maior de pessoas que luta por algo comum e que se mostrava solidária à causa estudantil.

O “povo”, por meio do telejornalismo local (no duplo sentido de retratado nas matérias e informado pela TV sobre os acontecimentos) participa das manifestações. Estas renderam pautas diárias por mais de uma semana. O apoio da população aos jovens vinha, provavelmente, da causa em comum, que gerava certa unidade em torno do conflito: o aumento das passagens afetava não só aos estudantes, como também a boa parte da população que depende diariamente dos coletivos para se locomover até o

emprego, casa, etc.

Além disso, muitos cidadãos tinham a indignação reforçada pelo fato de terem filhos, sobrinhos e outros parentes ou “conhecidos” dependendo dos ônibus para estudar. Em síntese, todos tinham um pouco de “subversão” e indignação no discurso. O jogo das identidades e o exercício da cidadania, nesse caso, ganhavam respaldo através da potencialização e publicização dos fatos. Aqui, mais do que “substituir a praça pública na definição do espaço coletivo da política do mundo contemporâneo” (KUCISNKI, 1998, p.16) os telejornais duplicavam este espaço, já que a “praça física, material” também estava ocupada pelos manifestantes.

O posicionamento diante do conflito se polariza quando os dois telejornais locais- MGTV e Jornal da Alterosa Edição Regional²² começam a mostrar cenas de depredação de ônibus e violência contra manifestantes, responsabilidades atribuídas, na voz dos jornalistas, à classe estudantil. Embora não possamos aferir o tamanho da influência que este discurso da mídia local teve na reviravolta identitária sofrida, o fato é que, logo após tais ocorridos o movimento perdeu força, as passeatas foram se reduzindo, ganhando um caráter exclusivamente estudantil. Já não havia mais o apoio irrestrito da população. Escasseou-se o número de juizforanos (não estudantes), que antes se mesclavam aos estudantes (juizforanos ou não) nas declarações à imprensa de apoio ao movimento de luta contra o aumento de passagens.

Agora apareciam nos diversos “povo fala” demonstrando contrariedade com os rumos do movimento, medo do caráter violento que tomara e, de certa forma, se não fortalecendo a posição da gestora de trânsito, ao menos definhando a razão do discurso estudantil. Tal agendamento de discursos é apontado por Bernardo Kucinski, quando afirma que

“Cabe à televisão brasileira o papel de popularização da agenda. Num país de cultura predominantemente oral, é a TV que massifica a agenda, por meio dos recursos da sincronia, da unificação da linguagem e da emoção. Para isso servem todos os seus programas e formatos, desde o Jornal Nacional até as novelas” (KUCINSKI, 1998, p.28)

A polarização começou a se desenhar na TV e nas ruas de maneira fragmentada, na medida em que prevalecia uma dentre as diversas identidades. De uma inicial (e suposta) sociedade ativista, indignada com o ônus do transporte público- e relativamente coesa, começaram a emergir múltiplas bases de apoio ou oposição às

²² O Jornal da TVE, objeto de estudo desta dissertação, ainda não existia neste período.

manifestações. Estudantes permaneciam na militância, negando a autoria das infrações. Outros estudantes repudiando a violência e tecendo oposição ao movimento, se negando a continuar “no combate” por prevalência da identidade cidadã. Não-estudantes que eram solidários à causa (dependentes ou não do transporte coletivo, ligados direta ou indiretamente à classe estudantil) se dividindo entre uma nova problemática: a indignação contra o vandalismo e a indignação contra o aumento da passagem. As identidades contraditórias se entrecruzaram, deslocaram-se mutuamente.

Não pretendemos discutir aqui a controversa responsabilidade dos estudantes pelos “atos de vandalismo” descritos nos noticiários ou ainda “culpar” a televisão ou o telejornalismo local por determinado posicionamento discursivo diante do acontecimento. Mesmo porque estamos longe de acreditar numa suposta passividade frankfurtiana do receptor, que, na concepção de uma “mídia cidadã” não apenas recebe como re-assimila os enunciados que lhe são ofertados. O importante é percebermos que neste recorte nenhuma identidade deu conta de subsidiar seguramente uma tomada de opinião pública unificada. A busca de referência(s) foi significativamente mediada por meio das imagens e múltiplos textos dos telejornais, que politizaram, por meio de representações sobre “o que é ser cidadão” as identificações ganhadas e perdidas neste jogo.

No decorrer da obra “Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado (ALTHUSSER, 1970 apud BRANDÃO, 1998), Althusser assinala que a diferença entre os aparelhos repressores e os aparelhos institucionais estaria em sua forma de ação. No primeiro caso temos a atuação da repressão, inclusive física prevalecendo sobre a força da ideologia. Já nas instituições, o inverso se sucede. A hegemonia ideológica figura como algo imprescindível para reproduzir as relações de produção.

No caso do telejornalismo local de Juiz de Fora, “produto” que ofereceu recorte empírico para esta reflexão específica (e também objeto central de análise para a presente dissertação) a criação e manutenção de vínculos com a comunidade/audiência constitui-se em desafio cotidiano para os jornalistas. E tem na força discursiva da representação do “universo do popular”- viabilizada por entrevistas de populares e utilização de recursos como “povo fala”, sua principal estratégia de aproximação com o público. Vale reforçar que o produto oferecido aos telespectadores é uma (re) construção da realidade, operada via coleta de imagens, redação de texto, edição, ângulos de enunciados, cuja “vontade de verdade” é garantida muitas vezes pela soma de tentativas de repetição de alguns fatos, amarrados pelos textos de repórteres e

apresentadores, numa imitação da ação humana.

Considerando a atual força do telejornalismo e seu papel institucional na disseminação de lutas simbólicas e o “impacto desempenhado pela mídia na democratização da sociedade” (RABOY, 2005, p.181), destacamos para análise a matéria que abre a edição do Telejornal da Alterosa Regional, no dia 20/05/09. A produção aborda uma (ainda) provável paralisação dos rodoviários, no caso motoristas e outros funcionários de ônibus coletivos de Juiz de Fora. Exemplar, a matéria nos faz pensar sobre a função do discurso da mídia na produção de identidades e propagação de temáticas cívicas. Neste recorte, é possível “experimentar com olhos e ouvidos” o jogo polissêmico utilizado na representação do povo na TV.

A começar pelo texto da matéria na escalada do telejornal. Nele, a âncora anuncia que “O Jornal da Alterosa mostra hoje o perigo das paralisações. Educação, saúde e até os rodoviários ameaçam cruzar os braços”. A rememoração da expressão “cruzar os braços”, de pronto, tenta fixar-se no passado e estabelecer com o telespectador um rápido jogo de “flashback imagético”, onde, dentre muitas outras conceituações possíveis, temos a tradicional cruzada de braços símbolo de rebeldia. O mesmo gesto lançado contra a exploração de trabalhadores da indústria, num contexto de pós- guerra ou feito por metalúrgicos do ABC Paulista contra patrões, o “sistema”, as más condições de trabalho.

A memória da narrativa tradicional, sob a forma de “materialidade repetível” (Foucault, 2004, p. 121) trans-portada para o acontecimento jornalístico e aliada à expressão *perigo* tenta produzir, na audiência, medo e apreensão. Nesta transfiguração temos o cruzamento de sentidos imemoriais de resistência, repreensão e violência, produzindo entrelugares nos quais as identidades travam uma “incômoda batalha”. Sem falarmos do encadeamento de enunciados - a possível falta de educação, saúde e transporte, que, no papel de elementos fundamentais para o bom “funcionamento” (e por que não dizer controle) do corpus urbano cumprem o papel de reforço do medo nesta narrativa do noticiário. O efeito é potencializado na cabeça da matéria, onde a apresentadora reforça que “Professores municipais, médicos de braços cruzados e para piorar ainda mais a situação surge agora a possibilidade de uma outra paralisação: dos profissionais dos transportes coletivos”. Por abordar um fato que ainda não aconteceu, as imagens de arquivo de uma greve do gênero ocorrida há dois meses atuam no sentido de oferecer ao público a contextualização pretendida.

Dessa forma, como é possível em todo processo discursivo, o emissor pode

antecipar as representações do receptor e, de acordo com essa antevisão do “imaginário” do outro, fundar estratégias de discurso. Emblemática, as imagens cumprem um trabalho discursivo tradicionalmente desempenhado pelos mitos- a reprodução de imagens culturais. O processo é assegurado pela ampla oferta de modelos difundidos e impostos socialmente pela imitação e formas ritualizadas, relatividades estabelecidas pelos jogos dos “micropoderes” citados por Foucault. Ou ainda passa a estabelecer, na concepção de Kucinski, “papel mais ideológico do que informativo, mais voltado à disseminação de um consenso previamente acordado entre as elites em espaços reservados” (KUCINSKI, 1998.p. 17). Tais pacotes de identidades são, na concepção de Gregolin socialmente úteis, pois estabelecem paradigmas, maneiras de agir e pensar que, simbolicamente, inserem o sujeito na “comunidade imaginada”. A pesquisadora completa que

“a sofisticação técnica produz uma verdadeira saturação identitária pela circulação incessante de imagens que têm o objetivo de generalizar modelos. A profusão dessas imagens age como um dispositivo de etiquetagem e de disciplinamento do corpo social” (GREGOLIN, 2007, p. 17)

Gestos, comportamentos, circunstâncias e todo um conjunto de signos acompanham o discurso e tentam impor, através da coerção, seu efeito sobre aqueles aos quais se reportam. Tal processo, ao ser transposto para o campo da comunicação, colide com preceitos básicos de cidadania aqui levantados e traz como ponto de partida da análise a seguinte questão: Como o acontecimento é contado pelo discurso do telejornal?

De maneira cognitiva, a “leitura” de uma notícia, no caso do telejornal ou de qualquer outro meio, leva à construção de um modelo particular da situação ou do evento tratado no texto, por meio da atualização dos modelos mais gerais. Em virtude do próprio tempo neste tipo de produção, relativamente curto, a contextualização torna-se grande desafio para o profissional de comunicação. Isto evidencia o papel do leitor na compreensão daquilo que é relatado e reforça nossa preocupação em uma verdadeira “alfabetização midiática” para exercício de cidadania.

A pesquisadora Cícilia Peruzzo compartilha conosco tais angústias, e acrescenta que, neste início de século, a questão da liberdade de acesso aos meios de comunicação não se refere apenas ao alcance dos meios a que o cidadão tem direito- o que quer dizer poder receber as mensagens transmitidas pela mídia-, mas também à sua participação ativa como sujeito em outras fases do processo de comunicação. Peruzzo tenta, ainda, se

desvencilhar dos rótulos que caracterizam a comunicação comunitária. A autora, em “Comunicação para a cidadania” lança, mesmo que indiretamente, luz ao nosso trabalho, que focado numa estereotipada “grande mídia local” poderia, neste contexto, se não ser considerada uma “mídia comunitária” ao menos compartilhar de princípios comunitários. Isto se levarmos em conta que

Diferentes manifestações de comunicação que ocorrem em nível local são colocadas indiscriminadamente sob o rótulo de comunitárias.(...) Assim sendo, a comunicação comunitária diz respeito a um processo comunicativo que requer o envolvimento de pessoas de uma “comunidade”. O que não quer dizer que outras formas não tão democráticas de fazer comunicação (por exemplo, aquelas centralizadas em espaços para conteúdos de caráter público na programação de meios comerciais) possam ser prontamente descartadas como não comunitárias. (PERUZZO, 2003, p246)

Os exemplos aqui apresentados caminham distantes da pretensão de apontar, equivocadamente, “falhas discursivas” nos telejornais analisados em pesquisas anteriores. Cumpre-nos valorizar a sutura que ocorre entre os diversos elementos que compõem as matérias e nos dão a dimensão simbólica que o telejornalismo local possui na composição das identidades, da “comunidade”, dentre as quais a classe denominada “popular” emerge como elemento “(des) norteador” de nossas anteriores e futuras análises.

Nossa relativamente breve discussão da relação mídia e cidadania nos parece satisfatória em apontar o valor da compreensão de sentidos e representações tecidos pelos meios de comunicação de massa. Principalmente se considerarmos que esses agenciamentos de formação discursiva sobre o “cidadão na tv” não são passivos e acotovelam-se, constantemente, com discursos de resistência, singularizações e outros pontos fugidios. É o que observaremos, mais adiante, em nosso recorte empírico.

Dividimos com Peruzzo a idéia de que a participação é uma das dimensões essenciais da comunicação, independente das amarras que tentam categorizá-la como comunitária, comercial, educativa, tradicional, dentre outras. Contudo, é preciso ressaltar que há vários níveis de participação, elencados pela própria pesquisadora.

Num nível mais elementar, teríamos o foco privilegiado na recepção. Assim sendo, a “pessoa” recebe e lê o jornal, assiste ao noticiário, ouve o rádio. Em seguida, há a participação que se concretiza no nível das mensagens, quando a pessoa contribui com entrevistas, depoimentos, cartas, etc. No nível elevado, há a possibilidade de se atuar como sujeito ativo, como protagonista da elaboração das mensagens. Peruzzo

completa que nos dois primeiros tipos de participação, a pessoa, ao participar, não tem domínio sobre o que vai ou não ao ar. “Muitas vezes ela é usada para “enfeitar” a programação e torná-la mais variada, divertida e dinâmica (2003, p.248).

Observar os processos de produção dos telejornais aqui selecionados como recorte nos permitirá maior detalhamento sobre o processo de participação do telespectador. Pretendemos, de acordo com a metodologia anunciada, aferir tais momentos de inserção do “cidadão-enfeite” ou analisar seu poder de,(na função de sujeito ativo aqui proposta) por exemplo, sugerir pautas, fornecer imagens e decidir sobre conteúdos preferenciais e temáticas abordadas.

Se Manzini-Covre alerta que a cidadania está em permanente construção, não é forçoso anunciar que o discurso do telejornalismo local siga o mesmo princípio. Trabalhamos, a todo o momento, com enunciados marcadamente institucionalizados, onde à realidade não resta outra opção se não a do recorte, do enfoque, do enquadramento da notícia. O que não deve servir como estímulo para que os múltiplos discursos dos telejornais, estimulados pelo poder das representações, sucumbam às tentações da estereotipia.

Partimos para os próximos tópicos guiados pelo princípio de que o acesso à informação pública é um direito (de quarta geração) inerente à condição de vida em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum tipo de interesse. Daí lutarmos para que esta a oferta de “pacotes discursivos”, distribuídos, conscientemente ou não, pela mídia local possa funcionar como instrumento de democratização de uma “cidadania em massa”. E para que não se restrinja a “scripts de discursos” que delimitam a atuação do povo na TV, em suas lutas por melhores condições de representatividade na tela.

4 Telejornalismo: O telejornal como praça pública

A importância dos telejornais se solidifica no Brasil, país no qual a população acredita mais na mídia que no Governo, segundo pesquisa da agência de notícias Reuters²³. Isso exige do mundo acadêmico um olhar mais atento para o telejornalismo como praça pública, concepção ofertada pelo pesquisador Alfredo Vizeu. Neste sentido, o telejornal, como lugar de construções simbólicas, mesclaria o exercício de publicização dos fatos como a possibilidade prática da democracia.

Na publicização, o telespectador “elege” determinado programa e se converte em audiência. Cumpre ressaltar que, na prática diária do telejornalismo, os profissionais envolvidos elegem enquadramentos do real de acordo com a sua visão de mundo, escolhendo e construindo uma determinada realidade. Dentro desse fluxo de experiências particulares, o jornalista teria a função de absorver e ao mesmo tempo repassar suas impressões da realidade, num constante diálogo com o conhecimento adquirido (e que será posteriormente repassado).

Desde os primeiros telejornais veiculados na televisão brasileira²⁴ - e lá se vão 60 anos- significativas mudanças se apresentam e extrapolam, em muito, uma simples discussão sobre o avanço na qualidade técnica das produções. O advento do videotape, a busca de uma linguagem própria que ofertasse algo mais que as narrativas e técnicas herdadas do rádio, e a “proliferação” dos aparelhos de televisão nas casas tupiniquins, mais do que demarcarem aspectos fundamentais do telejornalismo, parecem servir como pano de fundo ou mote para a discussão sobre as mudanças que afetam, desde “aqueles tempos” o elemento fundamental da comunicação classificada como “social”: o homem.

²³ A pesquisa foi realizada pela agência de notícias Reuters, da BBC, e dos Media Centre Poll, pertencente à Globescan. O resultado identificou a centralidade e importância da televisão na sociedade brasileira (VIZEU e CORREIA, 2008, p. 11). Dentro deste contexto, o campo do telejornalismo ocupa um lugar de destaque como a principal fonte de informação para 56% dos entrevistados.

²⁴ O paradigma de telejornalismo da década de 50, Repórter Esso, veiculado inicialmente na TV Tupi do Rio (1952), espelhava as características mais evidentes da primeira fase da TV brasileira: a herança radiofônica e a subordinação total dos programas aos interesses dos patrocinadores. Para maior detalhamento sobre a trajetória do telejornalismo no país, consultar “60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica”, orgs. Alfredo Vizeu, Flávio Porcello e Iluska Coutinho. Florianópolis, Insular, 2010.

E é justamente esse esforço de tentar tornar o telejornal algo mais “humano” ou “Humano, Demasiado Humano²⁵” para lembrarmos Nietzsche, o responsável por mudanças das mais diversas, -inclusive técnicas- conforme observaremos adiante.

“Na conversa da sociedade, três quartos das perguntas feitas e das respostas dadas são para magoar um pouco o interlocutor; é por isso que muita gente tem sede da sociedade: ela confere a todos o sentimento de sua força”. (NIETZSCHE, 1878,p.45).

A filosofia de Nietzsche contribui, de maneira indireta, com nosso diálogo sobre telejornalismo. Nietzsche sacode a humanidade nesse livro-resumo da história da Filosofia e do nascimento da Ciência, que não cumpriram seus papéis de criarem espíritos verdadeiramente livres. Assim, o homem precisa descobrir-se como Humano, Demasiado Humano. O telejornal, a nosso ver, contribuiria – ou talvez aposte na promessa proposta por François Jost - para o cumprimento dessa liberdade.

A começar pelo ressentimento inicial do telejornalismo por sua falta de estilo próprio. O crítico de TV Luís Lobo (LOBO, 1969, apud REZENDE, 2010, p.57) questiona, na década de 60, a eficiência²⁶ de outrora dos telejornais, que ilustravam informações verbais com mapas e fotos. “Ler um papel em frente às câmeras não é informar. Mostrar uma foto que todo mundo já viu também não. Jornalismo de televisão tem de ser muito mais” ressaltou.

Neste sentido, quais seriam, então, os recursos disponíveis para desprender os telenoticiários das paternas amarras radiofônicas e oferecer esse “muito mais” que não nos parece ser exigência exclusiva de Lobo?

Como acreditamos que, no telejornalismo, operamos a todo o momento com recortes, nossa pesquisa não foge à regra e elucida um ponto de análise e possível estratégia de fuga da então inadequação telejornalística: a questão da humanização. O Jornal de Vanguarda, na TV Excelsior figura, neste momento- a década de 60- como

²⁵ "Desde que acabou a crença de que um Deus dirigiria os destinos do mundo em seu conjunto e, apesar de todas as curvas do caminho seguido pela humanidade, os conduziria como senhor a bom termo, são os próprios homens que devem propor-se à fins ecumênicos que abrangem toda a terra." (NIETZSCHE, 1878,p.47) Humano, demasiado humano, um livro para espíritos livres ('Menschliches, Allzumenschliches'), foi a primeira obra de Friedrich Nietzsche após o rompimento com o romantismo de Richard Wagner e o pessimismo de Arthur Schopenhauer . Na obra o autor mergulha na Filosofia e na Epistemologia implodindo as realidades eternas e as verdades absolutas e nos alerta para a inocuidade da metafísica no futuro. Busca registrar o conceito de espírito livre, isto é, aquele que pensa de forma diferente do que se espera dele: o homem do futuro.

²⁶ Guilherme Jorge de Rezende (2010, p.58) explica que, embora haja significativos avanços técnicos na televisão da década de 60- como a chegada do videotape, encomendado para a cobertura da inauguração de Brasília, câmeras de estúdio mais ágeis a lente de *zoom* no lugar da torre de lentes, as mudanças na linguagem televisiva só eram visíveis em novelas e shows. Ao telejornal, cabia a alcunha de “audiovisual da notícia”, pela semelhança com os noticiários radiofônicos.

exemplo de exceção criativa e aposta na “humanização do relato”. Esta ancora-se na participação de jornalistas como apresentadores, produtores e cronistas especializados: Newton Carlos, Millôr Fernandes, João Saldanha, Gilda Muller, Stanislaw Ponte Preta.

A partir do final dos anos 60, o modelo predominante de organização e funcionamento das emissoras de televisão no Brasil passa a ser aquele pautado por redes nacionais, por meio de contratos de afiliação. Em 1969, o Jornal Nacional instaura o modelo de transmissão de programas em rede, trazendo a perspectiva de “integração nacional” via telinha. O anúncio de criação do JN, veiculado na época pela Rede Globo, indica-nos o tom “humanista” pretendido, “cutucando”, pretensiosamente, a própria língua portuguesa: “Vamos lançar um telejornal para que 56 milhões de brasileiros tenham mais coisas em comum. Além de um simples idioma”, (VEJA, 1969, p.68).

Desafiando a “última flor do Lácio²⁷”, tão inculta e bela quanto a própria proposta da televisão naquele momento - e plena de virtudes técnicas, a Rede Globo, chamada à época de “Vênus Platinada”, propõe, com seu telejornal, um modelo desenvolvimentista do brasileiro, perspectiva defendida pelos ideólogos do regime militar. Para além desta afinidade ideológica, interessa-nos as tentativas de inserção do público, por parte desta e de outras emissoras, esbarrando nas mordanças da censura nos anos 70, experimentando a abertura política num momento seguinte.

Em “60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica”, o pesquisador Guilherme Jorge Rezende, indica, ao elucidar os “percalços e conquistas” do jornalismo na TV brasileira, que produções que apostaram no filão “popular” em suas empreitadas pelo jornalismo diário de TV não representam algo recente. No quadro listado por Rezende, a “realidade brasileira” se consolida via telejornalismo em 1970, com “A Hora da Notícia”, na TV Cultura de São Paulo, apostando num noticiário onde “todos os assuntos que abordava tinham forçosamente uma ligação direta com o telespectador” (REZENDE, 2010, p.61). A prioridade ao depoimento popular não agradava ao governo e o auge da intolerância política pode ser medido com a morte de Wladimir Herzog, substituto de Fernando João na direção do telejornal.

O enfraquecimento da censura, no início da década de 80 traz consigo o boom dos programas de entrevista, tendo na “voz do povo”- representado por populares

²⁷ A expressão "Última flor do Lácio, inculta e bela" é o primeiro verso de "Língua portuguesa", famoso poema de Olavo Bilac, poeta brasileiro que viveu no período de 1865 a 1918. Esse verso é usado para designar o nosso idioma: a última flor é a língua portuguesa, considerada a última das filhas do latim. O termo inculta fica por conta de todos aqueles que a maltratam (falando e escrevendo errado). O que não a impede, entretanto, que continue a ser bela.

“genuínos” e também por personalidades seu ponto de referência. Destacamos os programas “Canal Livre” e “Bastidores” da Bandeirantes, “Ferreira Neto” na Rede Record. “Canal Livre” teve como apresentadores, além de Roberto D’Ávila, Marília Gabriela e Sílvia Popovic.

As profissionais sustentam, até hoje²⁸, mesmo que com estilos diferentes e não voltados especificamente para o telejornalismo, uma espécie de função de porta-vozes do povo brasileiro. A primeira passeia, desde o “Canal Livre” por programas que, grosso modo, tentam travar contato entre o “povo” e as celebridades. Popovic, numa proposta mais popular, atua como “mãe do povo”, aquela que estabelece, em seus programas, o diálogo entre a população e os especialistas (psicólogos, médicos, nutricionistas, advogados). Esta estratégia, de relacionamento entre fontes populares e especialistas, a ser melhor analisada nos capítulos seguintes, também surge como promessa discursiva em nossos telenoticiários - recorte.

Voltando ao telejornalismo e sua narrativa do “humano”, perceberemos, na preocupação com a aparência requintada e objetiva dos locutores, apresentadores e repórteres- sobretudo pela Rede Globo a partir da década de 80- a tentativa de conquista e manutenção de um público acostumado com a beleza plástica das telenovelas brasileiras. Cid Moreira, Sérgio Chapelin e Celso Freitas e repórteres da época ilustram a iniciativa, que segundo Rezende “requeria uma aparência de “neutralidade” e formalismo, essencial para uma imagem de isenção na abordagem dos fatos e credibilidade junto aos telespectadores”. (REZENDE, 2010, p.64).

Da década de 90 nos interessa a abundância de programas jornalísticos com forte apelo popular, como “O povo na TV” (SBT). Referência no período, o TJ Brasil, conduzido por Boris Casoy²⁹ (SBT) teve na emissão de comentários pessoais do âncora seu ponto crucial de captação de audiência. O programa se transformou no segundo produto da emissora a atrair publicidade, superado apenas pelo programa de Sílvio Santos.

²⁸ Atualmente, Marília Gabriela apresenta o programa “De frente com Gabi”, no SBT. A cada domingo Marília Gabriela recebe no programa, de acordo com as especificações do site da produção “grandes nomes e trata de assuntos de interesse nacional. Política, economia, medicina, cultura e temas como pedofilia, eutanásia, bioética e sexo, entre tantos outros, estão na pauta do programa”. Popovic é responsável pelo programa “Boa Tarde com Sílvia Popovic”. A atração é exibida às 15h, com uma hora de duração e foco em matérias jornalísticas, na TV Bandeirantes.

²⁹ Merece menção o contraponto atual a emissão de comentários, corriqueira em Casoy. O jornalista, âncora do “Jornal da Band”, pediu desculpas no ar durante a exibição do telejornal de 01/01/2010 depois que o áudio dele, ofendendo dois garis na véspera (31), vazou e foi parar na internet. No áudio, o jornalista diz “Que merda! Dois lixeiros desejando felicidades do alto da suas vassouras. O mais baixo na escala do trabalho”.

Outra produção icônica é o “Aqui Agora³⁰”, que estréia em maio de 1991, com uma narrativa que sugeria a transposição do jornalismo popular praticado no rádio para a televisão. A fatura dos planos-sequência marcava a assinatura discursiva do noticiário, dando realismo e suspense às histórias narradas, nas quais a população clamava por justiça, saúde, dentre outros pedidos.

Tática emblemática da década de 90 consiste na substituição progressiva de um “jornalismo de estúdio” para um “jornalismo de rua”, onde o povo está. As imagens de Pedro Bial ao vivo, em diversas capitais do oriente cobrindo a Guerra do Golfo em 1991 são icônicas deste momento. Rezende observa o recurso com um olhar mais voltado para a “briga de narrativas e representações” do que uma vontade de aproximação efetiva com o público.

A performance desses jornalistas satisfazia ao que Souza Cruz julgava próprio do trabalho de um novo modelo de âncora, que abandonava a “caverna que é o estúdio”. para ir “ao local onde acontece a notícia”. A observação parecia ter, no entanto, como objetivo principal, desqualificar o modelo de ancoragem que Boris Casoy havia criado, com grande sucesso, no SBT”. (REZENDE, 2010, p.70).

“Voltando aos estúdios”, na Rede Globo, O Jornal Nacional passa a inserir comentaristas especializados (Paulo Henrique Amorim, Alexandre Garcia e Lílian Witte Fibe) para “explicar” aos telespectadores as notícias do dia, sobretudo aquelas de pautas econômicas e políticas. A propósito, Witte Fibe é apontada por Fernando Barros da Silva (SILVA apud REZENDE, 2010, p.71) como responsável pelo processo de “wittebezação” das apresentadoras à frente dos telejornais naquela época: Mônica Waldvogel (no Jornal Hoje), Sandra Annenberg (Jornal da Globo) e Fátima Bernardes (Fantástico) emprestam, em seus cabelos, maquiagem, figurino e “colocação em estúdio”, a imagem “antipática, sofisticada e discreta” de Lílian.

Curiosamente, se temos em Vizeu a utilização, por parte dos jornalistas de uma “audiência presumida”, não nos parece forçoso anunciar uma espécie de “aparência presumida”, adotada pelos mesmos, inclusive na atualidade. Pouca coisa, em termos de mensagem icônica acerca do “parecer jornalista”, mudou da década de 90 para hoje. Atentemo-nos apenas para fato de troca de posições entre Witte Fibe e Fátima Bernardes enquanto paradigmas de aparência de apresentadoras. Sem nos esquecermos

³⁰ Versão brasileira do original argentino “Nuevediarario”.

do “pioneirismo estético” da primeira que, ao que tudo indica, perdeu seu posto para Bernardes pela própria diferença de projeção midiática atual entre as duas³¹.

A postura midiática de Lillian sofre, ainda, com a força de um incidente negativo em sua imagem, símbolo de “discrição e finesse”. A jornalista protagonizou uma cena no mínimo inusitada na história do jornalismo brasileiro ao sofrer, em 2006, uma crise de riso no “Jornal da Lillian”³² enquanto noticiava o caso de uma senhora de 81 anos que havia sido presa, acompanhada do namorado de 56, com cápsulas de ecstasy. Seu parceiro alegava ser Viagra. O vídeo é, ainda hoje, um sucesso na Internet e encabeça, com inúmeras versões e paródias, as páginas de busca quando o nome da apresentadora é digitado.

Em caminho semelhante de supervalorização da “estética telejornalística”, Willian Bonner, editor chefe do Jornal Nacional, tenta, na análise de Iluska Coutinho(2010, p.261) “aderir às redes sociais, como o twitter, como forma de seduzir os telespectadores pretendidos, ainda que em um espaço estendido em relação à TV”.

Com quase um milhão de seguidores até o momento, a criação de um perfil³³ pode ser interpretada, segundo Coutinho, como uma tentativa de estabelecer um diálogo com o público, especialmente com os jovens. A escolha da gravata a ser usada na apresentação do JN, feita por seus seguidores, lidera os comentários feitos na rede e lhe rendeu, em março de 2010, o prêmio “The Shorty Awards”, conhecido como o “Oscar do twitter”.

As mudanças atuais no jornalismo de televisão não se limitam à influência de “fatores externos”, como a das redes sociais, blogs ou da internet em sentido amplo. Configuram-se em mecanismos expressivos e modalizações diferenciados, ou “mudanças de tom”, conforme sugere Bastos (2006).

É essa mudança de tom que coloca Cíntia Benini e Analice Nicolau apresentando, de minissaias o SBT Notícias Breves (2004), conhecido como “O Jornal das pernas”. O programa, criticado porque dava mais ênfase às cruzadas de pernas das apresentadoras em minissaias do que às notícias foi tirado do ar com a chegada da jornalista Ana Paula Padrão ao SBT em 2005. Analice Nicolau volta ao telejornalismo do SBT em 2007, agora com postura “wittebezada”, dividindo bancada com Hermano

³¹ Fátima Bernardes desemprenha, desde 1998, a função de apresentadora e editora do *Jornal Nacional*, ao passo que Lillian Witte deixou a emissora em 2000, quando apresentava o *Jornal da Globo*.

³² A partir de 2000, Lillian deixou a televisão e passou a ancorar noticiários na internet. Apresentou o *Jornal da Lillian* no portal Terra, de 2000 a 2005.

³³ Bonner se anuncia em seu perfil no twitter @realwbonner como um ‘tio’.

Henning. A ex-colega de "jornal das pernas" e de "Casa dos Artistas", Cynthia Benini, também voltou ao meio jornalístico, também com cabelos curtos e roupas longas, no comando do jornal "SBT Brasil", ao lado de Carlos Nascimento, na mesma emissora.

Propostas diferenciadas de divulgação da informação são apresentadas atualmente pelos Programas CQC (Bandeirantes) e Profissão Repórter (Rede Globo). O primeiro, sob a ótica de Caco Barcellos e jornalistas recém-graduados, resgata o apuro investigativo, "os bastidores da notícia" (PROFISSÃO REPÓRTER 2010). O programa privilegia as reações dos repórteres (choro, medo, alegria) e tenta se aproximar do público- especialmente o jovem- por meio de uma formalidade reduzida, na qual o repórter também é notícia. Já o CQC, retoma o "remake" de produções argentinas³⁴ já lançado pelo "Aqui Agora". Veiculado semanalmente desde 2008, há opção pelo humor como forma de tratamento da informação, ainda que a promessa do programa seja de atuar como um resumo semanal de notícias. O vínculo com o público, neste caso, pode se solidificar na maneira irônica com que seus "repórteres" interpelam as fontes de informação, geralmente tratadas com cerimônia, como políticos, empresários e celebridades.

Periodizar os estágios do "humano, demasiado humano" abordado pelo telejornalismo brasileiro nesses 60 anos, permitiu-nos apreender, até o momento a noção de que diferentes foram os "modos de fazer"³⁵, na expressão de Bonner, os telenoticiários. Embora cambiante- ora formal, ora "engraçadinha"- a relação com o público, mensurada por tantas vezes em nossas pesquisas, indica, sobremaneira, a importância desse gênero na orientação das também cambiantes identidades contemporâneas.

Na "sociedade do telejornalismo", título de livro que reúne trabalhos da rede de pesquisadores do tema (SBPJor), Alfredo Vizeu e João Carlos argumentam que os noticiários de TV atuam como um lugar de referência para os brasileiros, colocando em destaque sua função pedagógica, "(...) espécie de orientação nas sociedades complexas que homens e mulheres recorrem para o bem e para o mal" (2008, p.19).

Quando sugerem que o telejornalismo representa um *lugar de referência* para os brasileiros, Alfredo Vizeu e João Carlos Correia (2008) retomam as proposições de

³⁴ O humorístico "CQC" ("Caia Quem Caia" na versão original argentina) é um projeto da produtora argentina Cuatro Cabezas. Foi rebatizado de "Custe o que Custar" no Brasil. Exibido nas noites de segunda-feira, elevou a audiência da Band de 2,4 para 5 pontos no horário (comparativo das médias anuais entre 2007 e 2009).

³⁵ "Jornal Nacional: modo de Fazer" é o título do livro de autoria de William Boner (Ed. Globo, São Paulo, 2009)

Canclini e conferem a este tipo de produção uma função muito semelhante à da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo.

Os autores refutam as idéias de jornalismo como “reprodutor do real” ou “fotografia da realidade”. Tais conceitos colidem com o complexo processo de produção da notícia, que apresenta momentos de contextualização e descontextualização dos fatos, que a tornam algo que pende mais para a construção ativa de uma realidade possível do que para a simples seleção e apresentação dos fatos.

Seja pela escolha das pautas, no cuidado com a linguagem utilizada, ou ainda por meio da inserção direta de personagens populares em cena, o fato é que os telejornais buscam construir uma relação de identificação, um vínculo com o público, que representa na tela. Esse tipo de vínculo foi conceituado por Itânia Maria Mota Gomes (2004) como “modo de endereçamento”, e pode ser entendido como tudo aquilo que é característico das formas e práticas comunicativas específicas de um programa. Diz respeito ao “modo como um programa específico tenta estabelecer uma forma particular de relação com sua audiência” (Gomes, 2004).

No caso do telejornalismo local, que oferece recorte empírico para essa reflexão, essa necessidade de criação e manutenção de vínculos se constitui em desafio cotidiano para os jornalistas. Há uma necessidade de “falar” para toda a comunidade, de se fazer entender, que poderia ser relacionada com a função exotérica descrita por Vizeu e Correia (2008). Ao menos em tese haveria uma preocupação dos profissionais de telejornalismo local em promover a “dessacralização” ou “dessegregação” das falas dos enunciadores autorizados do discurso jornalístico. Dentro desse contexto, caberia então ao telejornal a tentativa paradoxal de mostrar a guerra, os conflitos mais diversos, as mortes e ao mesmo tempo deixar a impressão de que o mundo não está beirando a autodestruição, de que tudo isso se processa dentro dos “padrões de normalidade mundanos”, já que o sentimento de segurança é fundamental para o ser humano. A dúvida deve, portanto, ser constantemente varrida do dia a dia, por uma questão de sobrevivência.

A sucessão e modo de organização das notícias e a mensagem de esperança ao final dos noticiários, tanto em nível local quanto nacional, salientam a função de segurança do telejornal e tentam deixar o público mais confiante senão no mundo, ao menos na cidade onde vive.

No caso da TV, a imagem dos acontecimentos se apresenta como mediadora icônica dos fatos, ou seja, pretende ser uma representação pela semelhança. Os referentes são os

próprios acontecimentos, com seus personagens, suas ações, ainda que sujeitos as necessárias ainda que sujeitos às necessárias seleções de cunho editorial e mesmo operacional.

O “povo”, nesse contexto, é retratado e se converte em audiência, independentemente se os limites de projeção e representação na telinha são globais, nacionais ou locais, sendo esta última via privilegiada neste trabalho e no próximo tópico.

4.1 Telejornalismo local

A criação e manutenção de um vínculo de pertencimento e identidade entre as emissoras locais e regionais e seus públicos é fonte de lucro, também, para as redes, como ressaltou Rogério Bazi ao refletir que “a empresa sabe que é atrás dessa relação estreita com a comunidade que reside a audiência refletida em seus programas e, também, o anunciante” (BAZI apud COUTINHO 2008 p99)

Simone Martins também estuda a relação de envolvimento do telespectador com a produção telejornalística local, e reconhece a importância de se refletir sobre as mensagens que esta veicula:

De maneira talvez paradoxal, *a priori* a ampliação do universo de informações e a facilidade de acesso para obtê-las contribuíram para que o homem globalizado buscasse também reafirmar suas raízes locais. E é nesse aspecto que as temáticas regionais assumem papel relevante no contexto da comunicação, com destaque para a televisão brasileira. (MARTINS, 2008, p. 15)

Nessa busca por reafirmação do local, a hipótese central de nosso é a de que o popular é fabricado. Esse processo começaria na etapa de escolha daquilo que será notícia, dentro do universo dos critérios de noticiabilidade³⁶, da linguagem que é direcionada, da definição da emissora sobre quem é seu público, dentre outros fatores. Dentre eles, o contemporâneo recurso da interatividade via web, potencializando a participação do público, inclusive na sugestão de pautas.

Martins se apropria dos argumentos de Martín-Barbero e German Rey, para expor a tese de que a televisão na atualidade é o mais sofisticado dispositivo de

³⁶ Restrições ligadas à organização do trabalho jornalístico, sobre as quais se criam convenções profissionais, para definir o que é notícia. Englobam desde o uso das fontes até à seleção dos acontecimentos. Impacto sobre a nação, interesse coletivo e quantidade de pessoas envolvidas no fato são exemplos destes critérios.

moldagem e deformação do cotidiano e dos gostos populares e uma das mediações históricas mais expressivas de matrizes narrativas, gestuais e cenográficas do mundo cultural popular. Segundo os autores, existe

a necessidade de uma crítica capaz de distinguir entre a indispensável denúncia da cumplicidade da televisão com as manipulações do poder e dos mais sórdidos interesses mercantis e o lugar estratégico que a televisão ocupa nas dinâmicas da cultura cotidiana das majorias, na transformação das sensibilidades, nos modos de construir imaginários e identidades. (MARTÍN-BARBERO e REY apud MARTINS 2008, p24).

No caso do telejornalismo local, foco de nossos trabalhos, percebemos que os diferentes discursos empregados pelas emissoras de TV que nos servem de recorte empírico, em seus programas noticiosos, nos dão pistas de que essa realidade também é socialmente construída. E ainda, que a mesma varia de acordo com a linguagem empregada, a tematização dos problemas na agenda pública, na tipificação de personagens que compõem as matérias e por meio da cambiante relação discursiva que as emissoras tentam manter com seu público ao longo de cada edição e ao longo do próprio tempo.

Nossas pesquisas anteriores oferecem-nos suportes para acreditar que recursos discursivos dos mais diversos aparecem, são suprimidos e até mesmo ressurgem ao longo de uma “dança de símbolos” audiovisual.

4.2 Breve passeio histórico pelo telejornalismo em Juiz de Fora: da TV Mariano Procópio às TV's atuais

Como a bancada por nós ocupada oferta uma pesquisa de recorte contemporâneo, partimos para um breve percurso histórico da TV e do telejornalismo em Juiz de Fora. Acreditamos que, dessa maneira, será possível vislumbrar com mais clareza, as representações juizforanas ofertadas desde os primórdios da televisão na cidade e suas possíveis projeções na representação atual do povo na TV.

A população juizforana passou a contar, no início dos anos 60, com o sinal de três emissoras cariocas: A TV Tupi do Rio de Janeiro, fundada por Assis

Chateaubriand, a TV Rio- Canal 13, dos empresários Paulo Machado de Carvalho e João Batista do Amaral e a TV Continental- canal 9, de propriedade de Rubens Bernardo e seus irmãos Carlos e Murilo (hoje a atual Rede TV!).

O consumo dessas produções aproxima ainda mais o Rio de Janeiro de Juiz de Fora, tanto pela proximidade geográfica quanto pela formatação do conteúdo daquilo que seria produzido localmente na cidade mineira no período.

A cidade contava ainda com emissões esporádicas da TV Mariano Procópio, canal 7, que esteve no ar em caráter experimental entre 1960 e 1963, embora não se precise a data exata de sua fundação e extinção. A emissora era afiliada da TV Tupi, e integrava as emissoras associadas, pertencentes ao grupo dos Diários Associados, de propriedade de Assis Chateaubriand. Com o fim das emissões realizadas em Juiz de Fora, a emissora ainda chegou a contar, por um período, com a veiculação de um bloco local de cinco minutos dentro do telejornal da TV Tupi do Rio de Janeiro. Todo o material local era gravado em película e enviado de ônibus ao Rio de Janeiro, onde era exibido.

Ainda que a TV Mariano Procópio não tenha chegado a ter cenário, vinhetas ou elementos gráficos feitos especialmente para a cidade, sua história audiovisual foi resgatada por Livia Fernandes de Oliveira (2007). Através de seu trabalho de apuração da história oral sobre a TV Mariano Procópio e de pesquisas no acervo documental da Biblioteca Municipal Murilo Mendes, a pesquisadora destaca o caráter experimental e pioneiro da emissora.

Em meio às transmissões da Tupi do Rio de Janeiro e da TV Itacolomi, também pertencente aos Diários Associados com sede em Belo Horizonte, o público de Juiz de Fora podia assistir a propagandas e telejornais locais, um programa esportivo e eventos da cidade (FERNANDES, 2007, p.27).

Nessas condições, a existência da TV Mariano Procópio reforçava o caráter “progressista” da identidade juizforana, já que na época era o único município que tinha o privilégio de exibir cinco minutos diários de acontecimentos locais na TV Tupi do Rio, de abrangência nacional. Privilégio este que motivou a extinção da veiculação local na TV Tupi, pela situação de vantagem em comparação com emissoras de outras regiões, com Salvador e Campinas.

O grupo de Chateaubriand teve de disputar em Juiz de Fora a concessão do Canal 10 com os proprietários da rádio Industrial, conforme uma matéria veiculada no Diário da Tarde de 16 de abril de 1964, recuperada no trabalho de Livia Fernandes. O

grupo da rádio Industrial recorreu de uma decisão do Conselho de Ministros, favorável à concessão para a TV Mariano Procópio, e conseguiu, dois meses depois, reverter a situação, ao obter um parecer favorável para a concessão da TV Industrial. Assim, ainda que desde março de 1963, os Diários Associados lutassem para conseguir a autorização para veiculação da TV Mariano Procópio na cidade, quem ficou com a concessão foi o proprietário da rádio Industrial, Sérgio Mendes.

Com isso, nos televisores da cidade, a TV Mariano deu lugar a programação da TV Industrial – Canal 10, que entrou oficialmente no ar no dia 29 de julho de 1964, com produção local em Juiz de Fora.

O empresário juizforano Sérgio Vieira Mendes e seus filhos Gudesteu e Geraldo já eram proprietários das rádios Industrial e Difusora. A emissora, que não era afiliada a nenhuma rede de TV nacional, obteve concessão federal na administração do então presidente João Goulart.

A sede da TV Industrial se localizava no Morro do Imperador³⁷, terreno doado pela prefeitura, com altitude e infra-estrutura favoráveis à sua implantação.

A obra, um prédio helicoidal, foi projetada e edificada pelo engenheiro Armando Favatto. De acordo com seu autor, o desenho da torre significa a dimensão da comunicação: a origem do zero ao infinito. Foi considerada uma das mais belas torres do país e já na época, tinha, de acordo com Luciano Cabral, a pretensão de se adequar ao turismo da região.

A construção desse que poderia ser explorado como ponto turístico de grande importância para Juiz de Fora, dadas suas formas, sua localização e utilização, foi bem estruturada, com uma torre para receber as antenas (...) ainda não podemos nos esquecer da colocação geográfica da torre: ao lado da capela do Cristo, no Morro do Imperador, contrapondo o sagrado e o profano, evidenciando a formação da comunicação em função da adesão das massas (CABRAL, 1985, p.8).

³⁷ Conhecido também como Morro do Cristo e Morro da Liberdade, o Morro do Imperador, a 923 m do nível do mar, é um dos pontos mais altos de Juiz de Fora. É assim denominado porque, em 1861, D. Pedro II o escalou para apreciar a vista da cidade. Nas comemorações da passagem do século, nele foi construída uma capela e, em 1906, um monumento ao Cristo Redentor, símbolo da vitória contra uma epidemia que assolou o município. Lá se encontra também a torre helicoidal, primeira do tipo na América do Sul, que serviu à TV Industrial, emissora pioneira em geração de imagens no interior brasileiro. Embora seja considerado um dos cartões postais e a melhor vista da cidade, o turismo ainda continua subaproveitado no Morro do Imperador. O local tem as visitas aumentadas durante o funcionamento da casa noturna “Amnésia”, que acontece no Mirante do Morro na temporada de verão. A grande maioria da população não costuma frequentar o local, alegando dificuldades de acesso e risco de assaltos.

Cinegrafistas, iluminadores e vários outros profissionais de TV cariocas, principalmente da TV Tupi, foram contratados para repassar aos profissionais juizforanos as técnicas e orientações para os primeiros programas.

O objetivo era construir uma emissora de TV com cunho genuinamente local, alicerçada na estrutura popular do rádio, representando a cidade pólo de Juiz de Fora e a Zona da Mata Mineira. O regionalismo da TV Industrial se confirmava com uma programação em que 80% da produção era gerada no estúdio juizforano e o restante complementado com filmes fornecidos principalmente pela Herbert Richards, Viacon e Century Fox. Com relação à natureza dos programas, a emissora produzia e veiculava mesas de debates sobre esporte, programas educativos e de auditório.

O êxito da TV Industrial junto a seu público deveu-se, sobretudo, aos programas de calouros, “que superlotavam o espaço de que dispunha a emissora, com transmissão ao vivo e distribuição de prêmios. Programa de auditório era uma boa oportunidade de público. Em média, era um número muito grande de pessoas, por vezes mais de 600 no estúdio” (CABRAL, 1985, p. 13).

Apresentadores de rádio e TV famosos na época, como Raul Longras³⁸ e Dárcio Campos³⁹ e vários outros profissionais vinham a Juiz de Fora nas suas folgas e gravavam programas, sem comprometimento de seus contratos com outras emissoras, já que a Industrial era independente. Paralelamente, os programas contavam com participações de cantores de sucesso nacional, sobretudo da jovem guarda, como Jerry Adrianni e Wanderley Cardoso.

Quanto aos calouros que se apresentavam, Cabral explica que eram selecionados através de critérios como inteligência, boa fotografia e aparência cômica. A oferta de prêmios contribuía para a heterogeneidade do público. De certa forma, isso atendia ao

³⁸ Raul Longras iniciou sua carreira no rádio como locutor esportivo. Tempos depois já era chefe da equipe de esportes da Rádio Mundial do Rio de Janeiro. O locutor desenvolveu um estilo próprio de narração, à base de gozações e criou expressões como “pimba” (quando o jogador chutava), “balançou o véu da noiva” (bola na rede), e o grito de gol longo. O efeito foi inventado pelo locutor paulista Rebello Júnior, mas Longras esticava o grito de “gooooooooo!” para ganhar tempo e descobrir o autor do lance. Essa forma de narrar o gol é até hoje uma das principais características da transmissão radiofônica das partidas de futebol. Tão importante que foi incorporada pela televisão. Um fenômeno facilmente explicado. Muitas vezes o ouvinte está distante do rádio, ou da tv, e é o grito de gol que o faz correr para perto do aparelho para saber os detalhes.

³⁹ Mineiro de Uberaba, Dárcio Campos morreu em 1995. Começou sua carreira na Rádio São Paulo (pertencente às Emissoras Unidas), como narrador de Rádio-Novelas. Famoso por usar o bordão "Chanty", como forma carinhosa de se comunicar com os ouvintes, trabalhou na Rádio Record, onde comandava um programa com seu nome. Também gravou músicas como cantor e foi apresentador de TV, passando pelas TVs Record, Gazeta e Bandeirantes. Foi diretor das Rádios Record e Atual

intento inicial dos dirigentes da emissora, que pretendiam atingir com a programação os públicos de classe A, B e C.

Era comum a promoção de shows, concursos de danças, futebol e outros eventos de natureza lúdica. Essa narrativa gerava identificação do público com a TV, especialmente àqueles de classes menos favorecidas.

Na monografia “Identidade Regional nas vinhetas dos telejornais: uma análise da representação visual na TV Panorama”, Flávio Lins Rodrigues confirma essa ligação da emissora com a cidade por meio da entrevista com a jornalista e ex-funcionária da TV Industrial, Regina Gaio. Segundo a jornalista, a TV Industrial não escapava da influência das grandes emissoras, principalmente da rede Tupi e mais tarde da TV Globo, que se tornava líder de audiência. Para Gaio, entretanto, o sucesso veio das mesas de debates e programas de calouros, já que o telejornalismo era relativamente monótono, com notícias ilustradas apenas por “selos” à direita dos apresentadores, que se revezavam na leitura do texto, numa inspiração diretamente global.

O caráter popular da emissora pode ser observado sob diversos aspectos. Dentre estes destaca-se o próprio nome Industrial, numa tentativa de retomar o vanguardismo da cidade, antes conhecida como a “Manchester Mineira”, por seu impulso desenvolvimentista no final do século XIX. Outra proposta afim foi a criação de seu personagem símbolo, um bonequinho de macacão e boné chamado de “Zé Marmita”, desenhado pelo artista local Alan Renault. O personagem passou a ser utilizado como selo dos noticiários, em situações diversas, sempre remetendo ao assunto apresentado, na tentativa de quebrar a monotonia do telejornal. A classificação de “marco na TV local” dada à TV Industrial, embora já influenciada pelas grandes TVs da época, se justifica sobretudo por seu poder de identificação com seu público. Desde os cinejornais e telejornais produzidos pelo cineasta João Carriço na década de 40, que registravam a vida política e social de Juiz de Fora, era a primeira vez que o juizforano se via representado regularmente na tela, agora de televisão.

A TV Industrial, cumpria, nesse caso, o papel de laço social defendido por Dominique Wolton, “reunindo indivíduos e públicos que tudo tende a separar e dando-lhes a possibilidade de participar individualmente de uma atividade coletiva”. (WOLTON, 1996, p.15).

Para Wolton, a força da TV como laço social vem justamente do seu caráter ao mesmo tempo ligeiramente restritivo, lúdico, livre e espetacular. É também nisso que ela se mostra adequada a uma sociedade individualista de massa, caracterizada

simultaneamente por essa dupla valorização da liberdade individual e da busca de uma coesão social:

objeto cotidiano e onipresente, a TV ajudou milhões de telespectadores a se localizarem no quebra cabeças de uma modernidade que estava sempre obrigando a viver simultaneamente identidades e aspirações contraditórias (WOLTON, 1996, p. 122).

A TV Industrial encerrou suas atividades em 1980, quando em função de problemas financeiros acumulados pelos altos custos de produção dos programas, é vendida para o grupo Roberto Marinho, em fase de expansão e desejando se instalar na região. Na verdade a construção da torre e dos estúdios em um mesmo local já simbolizava algumas limitações de ordem econômica.

Com a venda para a Globo Minas a emissora passa a retransmitir o sinal da Rede Globo e a programação local da Rede Globo Juiz de Fora é reduzida a alguns minutos diários nos telejornais sediados em Belo Horizonte. As pessoas já não se viam mais na “telinha”, já que mais de 90% da programação não era produzida na cidade.

De 1980 a 1998, a dependência da matriz no Rio de Janeiro foi intensa e o “padrão globo” é seguido rigorosamente. Em 1998, numa tentativa de resgate do local para enfrentar a globalização e atrair novos mercados publicitários, a TV Globo Juiz de Fora passa a se chamar TV Panorama.

O estímulo à nova regionalização faz com que o espaço reservado ao telejornalismo local aumentasse de 15 minutos para aproximadamente 50 minutos diários. Os telejornais MGTV 1ª e 2ª edição passam a ser apresentados também no estúdio de Juiz de Fora, em interação com apresentadores da TV Globo Minas. Os programas Panorama Revista e Panorama Esporte são incorporados à grade, além da criação de um departamento de marketing. Este se encarrega de um forte trabalho para atender à população que a Rede Globo não estava indo embora da cidade.

Estratégias comerciais fazem com que a Globo, em 2003, venda suas emissoras do interior. A TV Panorama é pioneira⁴⁰ nesse processo, sendo vendida para o empresário Omar Resende Peres. Ex-secretário de Minas e Energia do estado de Minas Gerais (no governo Itamar Franco) ele torna a emissora o primeiro veículo do grupo de mídia que iria constituir, a OP.COM. Além da afiliada da Rede Globo o grupo passou a contar com uma emissora de rádio (por meio de arrendamento de uma estação local),

⁴⁰ A questão do pioneirismo é outra narrativa recorrente na construção do imaginário juizforano

com portal na internet, uma empresa de eventos e um jornal que surge standard, passa a tablóide, depois a berlinder e atualmente pode ser acessado apenas na web.

No que se refere à emissora de TV, a primeira mudança visível após a venda da afiliada pela Globo Minas ocorre em 2005, quando entra no ar o programa Panorama Entrevista, exibido nas noites de domingo, na horário optativo⁴¹ aberto pela rede (TOURINHO, 2007), com apresentação da jornalista Christina Musse e direção de Regina Gaio. Nesse mesmo ano a emissora deixa de exibir o Panorama Esporte, programa esportivo local⁴² que é transformado em bloco do MGTV 1ª edição. No início de 2007 a emissora extingue também o Panorama Revista, programa de comportamento e variedades. A justificativa também se baseia na incorporação das matérias produzidas para o programa nas edições dos MGTV's (1ª e 2ª edições).

Atualmente, a TV Panorama conta com uma produção local de aproximadamente seis horas semanais. Na somatória da produção local estão o Telejornal MGTV (com duas edições que totalizam 52 minutos diários, de segunda a sábado), e o programa Panorama Entrevista, veiculado aos domingos com meia hora de duração.

Em 2007 a Rede Integração de Uberlândia, de propriedade do empresário Tubal de Siqueira Silva, adquire 50% das ações da TV Panorama, controlando, assim, quatro das oito retransmissoras Globo de Minas Gerais e se tornando a maior empresa de comunicação do interior mineiro.

A afiliada da TVE Rio entra no ar em 1981, a cargo da Fundação Educacional Pio XII. A emissora tornou-se geradora em 1989, mas nunca produziu telejornais. Seu diretor geral em Juiz de Fora era Josino Aragão, que morreu neste ano. Ele também era proprietário de uma emissora de rádio educativa (Rádio Globo AM 910 Khz), do jornal impresso Diário Regional e fundador da TV Tiradentes, atual TV Alterosa-JF, propriedades hoje em poder de sua família. A grade de programação da TVE é predominantemente carioca, com um único programa local chamado Mesa de Debates.

⁴¹ Horário que as cabeças de rede disponibilizam para suas afiliadas veicularem suas produções locais. Para mais informações sobre o conceito de horário optativo consultar o trabalho "Jornalismo regional e optativo na Rede Globo: programa Pânico de Domingo, de Carlos Torinho. Vitória: Espaço Livros, 2007.

⁴² Uma análise do conteúdo do programa extinto seria um bom elemento para compreender a identidade local, tecida na diferença em relação à Minas como um todo. Para além de limitadas referências ao futebol profissional e esporte amador local, a maior parte do Panorama Esporte era ocupado com repercussão das campanhas de times cariocas.

Em 2006, a TVE firma contrato de cinco anos com a TV Visão⁴³, que ganha trinta horas de programação em sete programas inseridos no canal educativo. A produção de cada programa da TV Visão era pautada de forma segmentada na identificação com o (s) público (s) juizforano (s), pelas temáticas dos programas e presença de apresentadores locais.

Eram exemplos latentes de regionalismo na TV Visão os programas “Radiola”, com entrevistas sobre músicos locais e “Paraybuna Connection”, misto de mesa de debates e humorístico que satiriza o cotidiano da cidade. O termo Paraybuna alude ao rio que corta Juiz de Fora e é o maior afluente no trecho mineiro do Rio Paraíba do Sul, que deságua no estado do Rio de Janeiro.

A identidade juizforana do canal é construída, de acordo com Frederico Belcavello, a partir dos seguintes elementos: abordagem das pautas, reverberação de assuntos nacionais e sua implicação no dia a dia da cidade, naturalidade juizforana de seus apresentadores, dentre outros.

os apresentadores assumem para si o papel de mediadores de um processo de auto-conhecimento da cidade, uma vez que têm nos seus espaços na programação o compromisso de revelar ao telespectador as idéias, histórias e realizações de juizforanos (GUEDES, 2007, p.30).

Com a extinção da TV Visão em 2007, a produtora Lupa vídeo (que já produzia diversos programas da Visão) assumiu a elaboração/manutenção de 3 programas veiculados na TVE (e que pertenciam à Visão): Agridoce, seg 19:30, à Moda da casa, terça 19:30 e César Romero sexta 19:30, todos repisados durante a semana.

Em maio de 2007, por meio de Convênio com a UFJF, a TVE passa a exibir o Programa “Mosaico”, produzido pela Produtora de Mídias da Universidade. O programa mostra, em cada edição, um bairro de Juiz de Fora, com suas especificidades e moradores.

Após a morte de Josino Aragão, a família opta também por admitir, em 2008, 12 estagiários estudantes da Faculdade de Comunicação da UFJF, que atuam na áreas de jornalismo da empresa. Em novembro de 2009, o jornal da TVE Juiz de Fora surge como uma nova promessa de espaço para a informação e discussão dos assuntos relativos aos acontecimentos de nossa cidade e região. Exibido de segunda a sexta, a partir das 18:30, o telejornal tem cerca de 28 minutos de produto diário.

⁴³ A TV Visão começou sua história no dia 07 de setembro de 2003, no canal fechado 36-NET. Tratou-se do primeiro canal por assinatura inteiramente voltado para Juiz de Fora, para o que é produzido na cidade.

A terceira emissora local de Juiz de Fora foi implantada em 2009. Trata-se da TV Tiradentes, que funcionaria como retransmissora integral da extinta TV Manchete . A emissora tinha as mesmas pretensões de regionalização da TV Industrial. Passada às mãos de Josino Aragão e Domingos Frias, oferece ao público programas de auditório e telejornais. Além de ser exibida pelo canal 10, a TV Tiradentes se assemelhava à Industrial por contar com muitos profissionais vindos do rádio e por gerar em seu público uma nova identificação com seus programas de entretenimento.

A TV Tiradentes teve vários programas locais, policiais, de calouros, mesas de debate, programas esportivos e telejornais extensos, que agradaram ao público pelo detalhamento dos temas abordados. Em 1999, a Tiradentes é vendida para a TV Alterosa, afiliada ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). Passa a ter sua programação local inicialmente limitada ao telejornal Jornal da Alterosa-edição regional, veiculado de segunda a sábado, ao meio-dia.

Após essa mudança, a TV Alterosa JF se encarrega de imprimir em suas produções características populares, ao estilo da emissora de Sílvio Santos, conforme analisa Livia Maia em seu artigo “Desenvolvimento da TV em Juiz de Fora: um olhar sobre a TV Alterosa” (MAIA, 2005).

Segundo a pesquisadora, o telejornalismo da emissora priorizou o local, com matérias de segurança pública e de prestação de serviço, em vts ágeis e em plano seqüência⁴⁴ . Outra modificação observada foi a reformulação do layout do programa, com cenário e artes gráficas mais leves, selos suavizados, além da contratação de novos profissionais de reportagem, fato que minimizou a superexposição de repórteres e apresentadores.

O Jornal da Alterosa (JA) edição regional, foi veiculado, até 2009, de segunda a sábado no horário do almoço (11:50), com duração em torno de 25 minutos. Em 8 de

⁴⁴ VT ou Videotape: palavra em inglês, é a popular fita de vídeo. Apesar de ser um aparelho o VT (sua sigla) tinha o nome do resultado de seu trabalho. As fitas de vídeo editadas e arquivadas passavam antes pelo VT. Até hoje são utilizados, sendo responsáveis pelas edições de imagens televisivas. O videotape se escreve de diversas formas: da americana videotape ou video-tape, ou da "abrasileirada" videoteipe. No meio televisivo, VT é o nome que mais se usa.

Plano seqüência: Tipo de plano onde a câmera se move o tempo todo, criando uma tomada com diferentes ações dos personagens. No cinema o plano seqüência pode ser visto no filme de Orson Welles, “Cidadão Kane”. No telejornal, ocorre em matérias montadas em seqüência, tomadas sem cortes, na tentativa de conferir verossimilhança aos fatos mostrados.

março de 2010, passa a ser veiculado, seguindo ordens da matriz de Belo Horizonte, das 19:20 às 19:45, inserindo-se no recorte desta pesquisa.

O Programa “Fatos em Foco”, com o apresentador José Luiz Magrão (coluna social eletrônica que aborda os eventos sociais da cidade) é terceirizado, embora tenha o conteúdo supervisionado pela emissora. Além deste, a Alterosa de Juiz de Fora supervisiona o programa evangélico Resplandecer, que vai ao ar aos sábados às 7:30.

Os programas de entretenimento Frequência X, veiculado de segunda à sexta e Café com TV, aos sábados, não são gerados em Juiz de Fora. São editados respectivamente em Divinópolis e Varginha, mas têm o conteúdo produzido em conjunto pelas três emissoras Alterosa do interior⁴⁵.

Analisando a tentativa de estabelecimento de uma emissora de caráter efetivamente local em Juiz de Fora, percebemos que hoje, muitas dificuldades são semelhantes às enfrentadas nas décadas passadas e desde o surgimento da TV, seja pelo alto custo da produção, seja pela submissão à tecnologia e capital investidos.

É nesse contexto que partiremos para uma análise da participação popular no telejornalismo, através do recurso “povo fala”, da escalação de personagens nas notícias, da dramaturgia do telejornalismo (COUTINHO, 2003) e de outras formas de interação com o público.

Em Juiz de Fora, estratégias de aproximação afiliadas/população local por meio da representação de uma identidade local são utilizadas com frequência, além do uso da tradição convertido em estratégias comerciais. A exemplo de discurso empregado neste sentido, temos o caso da TV Panorama, afiliada da Rede Globo. Em 1998, quando a Rede Globo Juiz de Fora passa a se chamar TV Panorama - seguindo uma tentativa de resgate do local para enfrentar a globalização e atrair novos mercados publicitários-foi criado um departamento de marketing que se incumbiu, num primeiro momento, de atender à população que a Rede Globo não estava “indo embora” da cidade.

Já no caso da TV Alterosa-JF, os slogans idealizados pelo departamento de comunicação da emissora de Belo Horizonte tentam reforçar o vínculo com o telespectador, enfatizando a mineiridade (que no caso de Juiz de Fora é algo polêmico) e a valorização do público. Até hoje foram criados três slogans: “Na nossa frente só você”- remetendo ao telespectador, que estaria, nesse contexto, à frente (ou defronte) a

⁴⁵ A TV Alterosa é afiliada ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) em Minas Gerais. Além de Belo Horizonte, Divinópolis, Varginha e Juiz de Fora são os municípios com sede da TV Alterosa. As três emissoras do interior são dirigidas por Gleizer Naves.

TV, em posição de destaque; “Muito mais Minas”, numa alusão a Minas Gerais ou “Alterosas”. O atual slogan, definido por auxílio do público por meio de campanha de votação por internet/telefone é “A TV que o mineiro vê”. Nos dois últimos slogans, temos a questão da afirmação da tradicionalidade mineira. Algo complexo em se tratando de Juiz de Fora, em virtude das influências cariocas e da própria singularidade da formação do espaço urbano e povoação do município.

Nesse sentido, nossa proposta é compreender, mais adiante, como essas representações do popular são realizadas no telejornalismo local em Juiz de Fora.

4.3 Telejornalismo: representação, dramaturgia e narrativa

Ancorados na premissa de que na vida social as mais diversas situações e atividades são realizadas como uma macro (ou pan) representação teatral, Goffman analisa, em sua obra clássica- “A representação do eu na vida cotidiana”(2008)-as táticas que utilizamos para obtermos informações a respeito do “outro”. A conduta, a aparência do “desconhecido”, dentre outros fatores, quando relacionados às experiências anteriores e com a aplicação da estereotipia, conduziriam a uma pré-leitura do outro e de seus comportamentos futuros.

O autor atenta para o fato de que, na vida cotidiana, quando estamos na presença imediata de outros, “vivemos de inferências” (GOFFMAN, 2008, p.13). Assim sendo, tomamos decisões que dependem menos de propostas estatísticas ou científicas e muito mais de uma base inferencial. Tentamos “pensar o que outro está pensando”, mesmo que essa pessoa, quando na presença de outras, atue de forma a transmitir a elas a impressão que lhe interessa transmitir. Isso não representa, de maneira alguma, uma fórmula infalível. Em muitas situações, por mais que nos preocupemos com a impressão que queremos causar e que nos esforcemos para dar conta de todo o aparato necessário para uma “atuação” convincente, corremos o risco de sermos traídos por nossas ações corporais e atitudes. A interpretação, nesse sentido, soará inútil ou forçosa perante os outros.

Diante desse cenário, o sociólogo canadense antecipa questionamentos que, na atualidade, poderiam, com grande propriedade, ser utilizados na interpretação dos

discursos e da própria dinâmica dos mais diversos formatos de programas televisivos, do telejornalismo aos *reality shows*.

A grande correlação entre o texto do autor e esse último tipo de produção televisiva, que tem numa suposta “observação da vida real” sua justificativa, concentra-se na utilização da representação. Esta é definida pelo autor da seguinte maneira : “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência”. (GOFFMAN, 2008,p.29)

Expressões do tipo “chega um momento em que as máscaras caem” ou “determinado participante não está sendo ele mesmo” são utilizados com frequência pelo público (e pelos próprios integrantes) para eliminar um “jogador” (que também sofre sanções de ordem ética quando admite o fato de estar jogando, ou seja “atuando”).

Diante das maneiras como ocorre a “representação do eu na vida cotidiana”, tais questionamentos sobre a atitude dos integrantes poderiam ser encarados de maneira bem mais natural e, portanto, menos passível de punição. Afinal, lutar para manter expressões sociáveis diante dos outros, projetar definições de atuação ou montar o palco para o jogo da informação são atitudes presentes na vida cotidiana, ou “vida real” e que, portanto, não poderiam ficar de fora da “vida real da telinha” se a filosofia do programa for justamente esta.

Ao que tudo indica, o grande trunfo do integrante vencedor do *reality show*-produto que não é foco desta pesquisa mas pode estabelecer diálogo fortuito- consiste em ser um grande antecipador, numa “espontaneidade calculada”. Atuação capaz de driblar audiência e adversários, exercendo uma influência eficaz sobre a definição da situação que os outros venham a formular.

No caso dos perdedores, a representação foi desacreditada e os “outros” se tornaram hostis (ou confusos, envergonhados, embaraçados). Ou, nas palavras de Goffman quando analisa a falha da representação, os indivíduos estariam “experimentando o tipo de anomia gerado quando o minúsculo sistema social da interação face a face entra em colapso”. (GOFFMAN, 2008, p21).

Definir os níveis de representação num telejornal, missão central de nosso trabalho, torna-se algo ainda mais complicado se levarmos em conta seu compromisso com a “verdade” e a “realidade”, sejam estas locais, regionais, nacionais ou mundiais. Embora a existência do noticiário prescindia de “pessoas e situações reais”, não nos parece forçoso admitir que, por meio da edição, do tempo de fala de cada integrante da

narrativa, das posições de sujeito que são demarcadas, dentre outros muitos fatores, haveria uma espécie de montagem de palco para o jogo de atuações que se descortina a cada edição.

A definição de “fachada” em Goffman é importante nesta elucidação aqui proposta. Consiste no equipamento expressivo padronizado (com intenção ou não) pelo indivíduo em sua representação- cenário, vestuário, sexo, idade, altura, aparência, expressões faciais, etc . Mais importante ainda seria a tendência (como consequência natural na organização social), apontada por Goffman, em se apresentar uma grande quantidade de números diferentes partindo de um pequeno número de fachadas.

A gama inteira das diferenças é cortada em alguns poucos pontos capitais, sendo que todos os indivíduos situados num dado grupo tem permissão para, ou são obrigados a manter a mesma fachada social em certas situações. Apropriando-nos mais uma vez dos argumentos do autor e transpondo-os para o telejornalismo brasileiro/regional atual, notamos que a caracterização da participação popular nas matérias não foge dessa caracterização proposta. O povo é representado nesse tipo de produção, (ou tem seu lugar de fala reservado) através de tipificações: é aquele que reivindica soluções para determinados problemas, sofre como vítima das situações-problema apresentadas no noticiário. Em resumo, tem-se institucionalizada uma “vasta gama” de aspirações, identidades e diferenças reunidas numa mesma fachada social. A fachada torna-se uma “representação coletiva”. (GOFFMAN, 2008, p34). Quando admite que todos nós representamos melhor do que sabemos como fazê-lo, Goffman aposta no relacionamento social comum montado como uma cena teatral, resultado de troca de ações, oposições e respostas conclusivas “dramaticamente distendidas” (GOFFMAN, 2008, p.71).

Relacionamos, até o momento, produtos distintos como o telejornalismo e os *reality shows* , vislumbrados sob a ótica da representação proposta. O que nos permite adiantar que não são os únicos produtos que tentam oferecer um “recorte da vida real” que podem ser analisados em diálogo com a obra em questão. No próprio “cotidiano naturalmente encenado” uma conversa de botequim, uma briga de casal ou um show de rock se rendem ao jogo das representações.

Retomando as palavras de Goffman

a representação honesta, sincera, séria, liga-se menos firmemente com o mundo real do que se poderia à primeira vista supor. O mundo todo não

constitui evidentemente um palco, mas não é fácil especificar os aspectos essenciais em que não é. (GOFFMAN, 2008, p71)

Partindo para o mundo das especificações, que nos são tão “caras”- e que se frise aqui as múltiplas interpretações desta palavra, cumpre-nos dedicar atenção especial ao telejornalismo e suas representações, ou a “Dramaturgia do telejornalismo”, proposta por Coutinho (2003) em sua tese de doutorado e que muito enriquece, de modo convenientemente pontual, a discussão estabelecida neste capítulo sobre drama e representação.

A existência de uma dramaturgia do telejornalismo abriga, para a pesquisadora Iluska Coutinho, uma estrutura narrativa característica do drama nas notícias televisivas e seria favorecida por uma tendência intrínseca ao veículo, à sua forma de ordenamento das informações: a serialidade.

Bondade, mediocridade, felicidade, infelicidade, surpresa e reconhecimento são caracteres antagônicos fundamentais na representação do drama proposto por Aristóteles. Essa distribuição de “papéis” e conseqüente categorização de personagens em vilões, mocinhos e heróis estereotipados são freqüentes em obras ficcionais.

Em sua Poética, Aristóteles aborda o objeto da mimesis ou imitação, representado nos homens em ação. Estes se caracterizam eticamente em bons ou maus, uma vez admitindo o princípio de que o vício e a virtude distinguem as pessoas segundo o caráter. Essa diferenciação quanto ao objeto de imitação está presente nas mais diversas manifestações artísticas, como a dança, a música, a pintura e nos gêneros poéticos que se utilizam da linguagem em prosa ou verso. Incluir nesse contexto o telejornalismo torna-se primordial para nosso trabalho ao admitirmos a existência de uma narrativa dramática na estruturação de notícias e reportagens,

De acordo com as pesquisas de Coutinho, na estruturação de notícias e reportagens ancoradas numa narrativa dramática, tanto em nível local quanto nacional, as ações se desenrolam na medida em que nos são dados a conhecer os personagens e ainda outros elementos daquela estória, tais como cenário, contextos, referências temporais. Tais fatores permitem observar que

As fronteiras, tênues, entre telejornalismo e show pareçam cada vez mais próximas, em uma aproximação acelerada, quase sempre pelo ritmo do Ibope, ou ainda, pela exigência de atração do telespectador. E, nas edições dos telejornais transmitidas em rede, tecnologia e tradição são convertidas em estratégias comerciais, ou editoriais, para permanecer no campo do “jornalismo”(COUTINHO, 2003, p.7)

Para Coutinho, embora diante das definições clássicas de jornalismo possa soar como heresia, não figura como algo forçoso o paralelo entre notícia e drama caracterizando uma “dramaturgia do telejornalismo brasileiro”. A convergência não apenas é possível como pode ser considerada um modelo hegemônico nos telenoticiários nacionais veiculados em rede, tanto os de caráter público quanto naqueles veiculados em televisões de âmbito privado.

Em um primeiro momento a dramaturgia do telejornais, no modelo veiculado em rede, foi evidenciada pela existência de conflito narrativo como característica central em todas as matérias veiculadas. Seria através desses conflitos, quase sempre ressaltados no texto dos apresentadores de cada programa, na chamada cabeça de locutor, que a(s) narrativa(s) do telejornal se organizaria(m). A estruturação do noticiário televisivo em torno de problemas, ações e disputas guardaria semelhanças com o que classificamos como um drama cotidiano.

A forma de contar uma história em nossos telejornais, especialmente o padrão ou roteiro para construção de uma matéria com texto, som e imagem, seria o segundo aspecto dessa dramaturgia, constatado por meio da análise de edições do Jornal Nacional e Jornal da Cultura. A identificação da existência de personagens no texto noticioso, de maneira latente ou manifesta, e ainda o papel representado por cada um deles na representação dos fatos foram investigados durante a pesquisa de doutorado, tomando sempre como matriz os modelos e estereótipos comumente presentes em obras dramáticas, ficcionais. Assim,

[...] o que os telespectadores acompanham nos telejornais é uma soma de pequenas tentativas de repetição de alguns fatos, amarrados pelos textos de repórteres e apresentadores, uma “imitação da ação” ou das ações humanas, tal como a definição de Aristóteles para a palavra drama. O sentido de “imitação” tal como proposto pelo filósofo abrange o de representação, no caso, de um conflito que se desenvolveria, sempre com a busca de sua resolução, através das ações dos personagens da estória, da narrativa.(COUTINHO, 2003, p.167)

Tomando como matriz/ modelo metodológico as definições de narrativa e de drama, é a partir de um conflito e/ou de uma intriga que se desenrolam as ações, na medida em que nos são dados a conhecer os personagens e ainda os outros elementos daquela estória, tais como cenário, contextos, referências temporais.

Nos telejornais esse “marco inicial”, de apresentação inicial do conflito, ocorre no texto de abertura das matérias, interpretado pelos locutores-apresentadores como uma espécie de “convite” ao acompanhamento de cada VT ou matéria. Talvez por isso,

no jargão profissional, esse elemento de composição do telejornal receba o nome de “chamada” ou “cabeça de apresentação”.

As ações, os personagens e ainda a oferta de uma mensagem moral são também componentes essenciais de uma narrativa dramática, o que nos possibilitaria considerar a organização das notícias em TV como dramaturgia, do telejornalismo.

Nesta dissertação nossa atenção se volta para o “povo”, presentes nesta escalação- e, por que não dizer no *cast*- de personagens que são apresentados nas notícias televisivas. Aliás, é interessante a observação de Coutinho de que, essa nomenclatura se tornou comum mesmo no jargão profissional. Em nosso caso, contudo consideramos como personagens todos aqueles que “entram em ação” no drama noticioso.

Nas matérias analisadas, tanto no caso da pesquisa e Coutinho quanto nas produções priorizadas nesta dissertação, os personagens agem e são apresentados de três formas ou maneiras prioritárias: entrevistas, imagens da ação e de seus agentes, textos do repórter e, também, de fontes entrevistadas. Se na maioria das vezes o personagem se deixa ver e tem sua presença explicitada na matéria, em determinadas situações ele surge de forma indireta.

Nos dois telejornais que foram analisados durante a pesquisa de doutorado, percebemos que alguns papéis concentram a “atuação” dos personagens nos VT’s estudados. Tanto no Jornal Nacional quanto no Jornal da Cultura as categorias/ tipos mais freqüentes são mocinho, vilão e vítima. Essa predominância tem, segundo Coutinho, estreitas ligações com o fato de que as narrativas trazem em si os registros ou conexões com a já tradicional luta Bem-Mal e, na medida do possível, utilizam-se da estória narrada para reforçar valores morais e de conduta.

Além disso, conforme Coutinho (2006), tanto na televisão quanto no telejornalismo se faz necessário também observar as construções narrativas e os textos nas imagens, nas falas dos entrevistados e dos próprios repórteres. Assim como nas músicas e no encadeamento desses elementos através da edição. Por isso, é fundamental destacar as matérias⁴⁶, nota ao vivo⁴⁷, notas coberta⁴⁸, notas pé⁴⁹, stand-up⁵⁰ e chamadas⁵¹.

⁴⁶ Para Coutinho, (2003), as matérias ou VT’s são o formato mais elaborado para apresentar uma notícia num telejornal e que possuem imagens em externa e narração feita pelo repórter.

⁴⁷ Nota ao vivo, segundo Coutinho (2003), é a forma mais simples de apresentação da notícia, através da leitura da informação em estúdio pelo apresentador.

Dessa forma, a noção de dramaturgia do telejornalismo compreende, para além dos aspectos de encenação e do caráter espetacular da atuação de seus profissionais, a organização das matérias editadas, em texto e imagem, de forma a oferecer ao telespectador o desenrolar das ações, vividas e experimentadas por meio da atuação de diferentes personagens colocados em cena. A utilização exacerbada dos recursos audiovisuais de “sobe som” e “vinhetas” poderia ser considerada como a representação, ou imitação, do canto como elemento integrante da receita dramática, em Aristóteles. Por sua vez, o tom emocional dos textos em geral, com destaque para aqueles lidos pelo apresentador e, sobretudo para seu encadeamento ou paginação da edição exibida, garantem o apelo do espetáculo, aqui noticioso. (COUTINHO, 2006, p.123).

Ainda sobre a edição, Coutinho (2003) coloca que existem modelos narrativos utilizados no encadeamento da história. O primeiro está relacionado com a narrativa clássica de um drama (Apresentação – Conflito – Desenvolvimento – tentativa de solução – Desfecho); O segundo modelo está mais relacionado com o jornalismo de boas notícias, com a celebração de acontecimentos vitoriosos (Apresentação – Desenvolvimento – Celebração).

Seja numa proposta de catarse, de apologia à angústia ou de celebração, em alguns momentos o telejornalismo estaria na fronteira entre informação e entretenimento. E para Itânia Gomes (2009) isso estaria relacionado com o conceito de *Infotainment* e teria implicações sobre o jornalismo tanto como atividade social quanto como ideologia e campo profissional.

Gomes (2009), explica que o neologismo traduz o embaralhamento de fronteiras entre informação e entretenimento” (GOMES, 2009, p.195). Contudo a autora ressalta que o *infotainment* não se configura em si um novo gênero, mas pode vir a produzir novos gêneros na cultura televisiva. Em entrevista para o site⁵² “Fórum de Ciência e Cultura UFRJ”, a pesquisadora e palestrante elucidou que a palavra *infotainment*

⁴⁸ A nota coberta, para Coutinho (2003), é composta por uma cabeça do apresentador, em estúdio, seguida de sua narração em off, quando são exibidas as imagens externas.

⁴⁹ Conforme Coutinho (2003), nota pé é o texto lido pelo apresentador após a exibição de uma matéria. Geralmente traz alguma informação complementar.

⁵⁰ Nesta notícia só aparece o repórter

⁵¹ Texto sobre os principais destaques do telejornal

⁵² Disponível em : <http://www.forum.ufrj.br/materias/010909.html>

não é um conceito, mas carrega sentidos amplos de informação e designa uma estratégia midiática de articulação nos novos programas de TV. Esse neologismo se aplica, sobretudo, em programas que dramatizam o cotidiano das sociedades. O infotainment dialoga com o popular e não configura um gênero televisivo, mas pode gerar gêneros. Ele serve para classificar os programas que não se inserem nos gêneros conhecidos.(GOMES, 2009, p.27)

A preferência e/ou opção editorial por determinados temas para garantir o encadeamento do programa ao longo do tempo de exibição, bloco após bloco, permite classificarmos o produto telejornal como uma grande narrativa. Modelo e referência teórica fundamental em nosso trabalho, é precisamente a partir dessa perspectiva que pretendemos compreender a narrativa. Para Coutinho, ela é vista “como uma construção textual que valoriza a estrutura e o elemento dramáticos” (2003, p.107). Nesse sentido, recusamos, tal qual a pesquisadora, a oposição simplista entre narrativa e drama, uma vez que a imitação da ação também se constrói essencialmente por meio da representação convertida em um texto. No caso da televisão, e do telejornalismo, observaremos os textos e construções narrativas presentes na imagem, nas falas de repórteres e entrevistados, nas músicas e nos encadeamentos de todos esses elementos por meio da edição.

Em sua tese, Coutinho elucida que a finalidade principal da narrativa, concebida desde o princípio como forma de ensinamento presente em fábulas, dramas e parábolas é trazer uma lição de moral, um exemplo de vida, uma avaliação. Para que a lição se efetive, a narrativa se organiza através da criação de uma expectativa, seguida pelo surgimento ou explicitação de um conflito, tentativas de solução do problema e desfecho, positivo ou negativo. Os chamados percursos narrativos seriam organizados a partir das ações de um personagem com um objetivo a cumprir, meta a alcançar. Temos, assim, os contornos gerais do conceito de narrativa que será trabalhado ao longo de toda essa pesquisa: uma tentativa de estabelecimento de texto como um todo coerente, focada em um ou mais personagens e estruturada numa sucessão de acontecimentos.

5 Olhares sobre o telejornalismo juizforano: metodologia, instrumentos e práticas de investigação

Para a tarefa de análise de inserção popular nos três telejornais que nos servem de recorte, utilizaremos, como metodologia-chave, a análise textual da televisão, proposta por Francesco Casetti e Federico di Chio na obra “Análisis de la televisión” (1997), cuja coleção é dirigida por Umberto Eco. Esta perspectiva toma como parâmetro ferramentas da análise de discurso e de conteúdo, embora não se limite às duas tradicionais metodologias. Por esse motivo, trazemos como suporte complementar de nossa pesquisa as contribuições de Lawrence Bardin, no âmbito da análise de conteúdo e de Helena Nagamine Brandão no momento da análise do discurso.

Analisaremos cinco edições de cada um dos telejornais locais citados, no período de 03 a 07 de maio de 2010, associando nossos resultados às técnicas de coleta de dados como entrevistas com as equipes que produzem os três programas.

Casetti e Chio justificam as razões para a elaboração de sua obra/proposta analítica pelo fato de que a televisão, embora constitua o centro de diversas pesquisas, continua sendo um objeto de investigação complexo e furtivo. Complexo por suas inúmeras faces: dispositivo tecnológico, produtor de informação e de espetáculo, instrumento ideológico, dentre muitas outras. Já a categorização da televisão em furtiva, ou elusiva como preferem os autores, deve-se aos seus diferentes “modos de ser que se sucedem e se substituem em função de diferentes tempos e lugares” (1997, p.14). Têm-se, assim, “as televisões” generalistas, temáticas, a cabo, prestadoras de serviço público, puramente comerciais. Nossa proposta concentra-se em “encarar” a TV em sua face enquanto meio de comunicação, com foco nos efeitos sociais e nas representações que produz, em caráter generalista e entendida como prestadora de serviço público, embora seu caráter comercial não seja fator isolado a se desprezar, conforme observamos nos capítulos anteriores.

Num primeiro momento, a *análise de conteúdo* será utilizada a fim de perceber a aparição de certos aspectos reiterados na mensagem. Em suas classificações, Casetti e Chio inserem análise de conteúdo no grupo que gravita em torno do inventário de elementos implicados na pesquisa. Nesta abordagem, coloca-se em relevo determinados elementos - palavras, conceitos, símbolos-chave do texto, para aferir sua frequência e sua significação.

Sobre o que pode ser interpretado pela Análise de Conteúdo, Bardin complementa nossas observações ao alertar que, “por detrás do discurso aparente, geralmente simbólico e polissêmico, esconde-se um sentido que convém desvendar” (1977, p.45). A autora inclui, neste desvelamento, mensagens obscuras que exigem uma interpretação, mensagens com um duplo sentido cuja significação profunda só pode surgir depois de uma observação cuidadosa ou de uma intuição carismática.

Nesse sentido precisaremos, conforme Bardin (1977), realizar o processo de categorização, que é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento, seguindo critérios definidos. A categorização tem como objetivo principal fornecer, por condensação, uma representação simplificada dos dados brutos.

O critério de categorização pode ser semântico (categorias temáticas), léxico (classificação de palavras) etc. No âmbito deste trabalho foram utilizadas as categorias temáticas, estabelecidas a partir do primeiro contato com as gravações de nosso recorte. Esse momento é classificado por Bardin como "leitura flutuante", quando durante a leitura se solidificam as hipóteses propostas ou questões norteadoras, em função de teorias conhecidas e aqui apresentadas anteriormente.

Para Bardin, nem sempre as hipóteses são estabelecidas na pré-análise. Elas podem surgir, assim como as questões norteadoras, no decorrer da pesquisa. Após a leitura flutuante escolheremos índices, que surgirão das questões norteadoras ou das hipóteses, e partiremos para a organização dos mesmos em indicadores.

Os personagens presentes nas matérias que se utilizam da inserção popular, assim como imagens e gestuais significativos de nosso corpus, podem ser índices – e se recortam do texto em unidades comparáveis de categorização para análise temática e de modalidades de codificação para o registro dos dados.

No capítulo seguinte, aprofundamos os resultados obtidos na análise de conteúdo por meio da análise textual de TV. Esta etapa, mais específica do que a primeira em termos de “veículo analisado” se baseia na metodologia proposta por Francesco Casetti e Federico di Chio, na obra “Análisis de la televisión” (1999) e incorpora elementos das análises de discurso e conteúdo. O principal objetivo aqui é trabalhar dados obtidos na análise de conteúdo agora focados nos personagens e em seu caráter simbólico presente no léxico de determinada comunidade: o processo de edição do telejornal, seu fio argumentativo, a sucessão das matérias ao longo das edições-recorte. Isto porque tais fatores influenciam diretamente na produção de determinados efeitos de sentido, que,

uma vez detectados, fornecerão à nossa pesquisa a estrutura e os processos do objeto investigado, em termos qualitativos. O que nos leva a acreditar, por exemplo, que quando um telejornal se detém nas ações da população da cidade em suas matérias, não significa que atribua a essa narrativa um valor positivo, ou vice-versa.

A análise textual mostrou-se necessária na medida em que consideramos a televisão como uma linguagem que não reflete a realidade (nos sentidos de espelho ou janela) e sim produz significados, recria-os a partir de um sistema de regras. Abaixo, apresentamos os esquemas de leitura que serão priorizados em nossa análise textual da inserção popular no telejornalismo local, na intenção de decompor e capilarizar seu texto, com foco na primeira categoria- sujeitos e interações, já que a inserção de personagens na narrativa norteia nosso trabalho:

Sujeitos e interações: Destacaremos aqui a disposição dos “personagens” que integram as matérias. Os tempos de fala reservados, além do estilo de comportamento dos mesmos (a função de cada sujeito no desenvolvimento da narrativa), serão priorizados.

Texto verbal e texto audiovisual: Interessa, neste caso, apurar o peso do texto verbal atribuído, a linguagem utilizada (coloquial, formal, setorial), bem como - e principalmente- o tratamento dispensado ao discurso daquele que tem seu “lugar de fala”- se este é irônico, paródico, sério, dramático e se há juízos de valor verbais atribuídos aos sujeitos identificados. Indo além do texto verbal, é necessário trabalharmos com o texto audiovisual, já que muitas nuances discursivas só conseguem ser percebidas a partir dele, como em um determinado estilo de edição ou por meio do descompasso entre áudio e imagens.

História: A estrutura narrativa utilizada. A presença de histórias, o fio narrativo, a ordem inicial destas, a desordem e a solução final- formato típico das matérias telejornalísticas. Importa-nos, ainda, a interação entre fios narrativos de matérias/assuntos distintos.

Colocação em cena: Observaremos os enquadramentos das matérias, movimentos de câmera e montagens, inserção de efeitos sonoros, títulos, ambientação-

como em salões, praças, ruas mercados- quais seriam os cenários privilegiados pelo telejornalismo local ao colocar a população “em cena”?

No que tange especificamente à figura do telespectador, recorreremos ao conceito de “pacto comunicativo” proposto por Casetti e Di Chio. Nesta proposta, autor e espectador (implícitos) se enfrentam mutuamente no texto. O pacto possui estrutura articulada, com diferentes elementos e níveis de funcionamento. Daí derivam perguntas que nortearão a análise das edições, bem como as entrevistas propostas para este trabalho.

- a) Que papel desempenham e qual a identidade dos “contratantes”?
- b) Como é a relação entre jornalistas e espectador? Igualitária ou hierárquica? Tem uma ou várias posições?
- c) De que maneira a proposta oferecida (em nosso caso, a identidade juizforana ofertada pelo telejornalismo local) e a visão das equipes que produzem os telejornais se articulam?

Interpretado na análise textual da TV (bem como na análise de discurso proposta por Foucault) como instância não fundadora da linguagem, o sujeito dispõe de signos, marcas e textos, porém não origina o objeto pensado. A análise desloca-se das relações entre o autor e o que ele diz para a posição que este indivíduo ocupa (dentre várias possíveis no discurso) para ser sujeito, tomado como um espaço a ser preenchido. Nos são caros, ainda em Foucault, a idéia de jogo enunciativo, onde há encadeamento de enunciados que se interpenetram e fogem da neutralidade e a distinção entre enunciação e enunciado. A primeira só depende da emissão de signos, enquanto o segundo jamais se repete, dependerá sempre do con-texto de sua localização.

Ao perceber o discurso como algo adiante do aspecto lingüístico Foucault relaciona o “discurso verdadeiro” como elemento estratégico de dominação/esquiva utilizado institucionalmente para gerar poder e conter forças opostas ao mesmo.

A relação cultura-meios de comunicação acaba por destacar a relação contratual dos meios de comunicação de massa (MCM) com seu público. Crucial apreender daqui o estabelecimento da noção de “contrato discursivo”, que sugere o engajamento (ou não) de determinado público com os meios de comunicação, viabilizado por estratégias discursivas. O termo experimenta, na atualidade, redefinições que tentam tornar esse “entrosamento” algo menos normativo, como, por exemplo, sendo substituído pelo

conceito de “promessas discursivas” (JOST, 2006). Tal conceito permeará nossa análise sobre a criação de vínculos telejornais locais/telespectadores.

Por meio de ressignificação de imagens e palavras enraizadas no passado, lembramos e esquecemos símbolos e representações, num constante movimento interpretativo e de sentidos. O que são as comunidades, as nações, senão discursos que transcendem territórios e etnias e dependem cada vez mais do espaço de convivência e da narrativa compartilhada possibilitados pelos meios de comunicação de massa? O que é ser brasileiro para além do samba no pé, do jeitinho, do futebol? A porção de brasileiros que constituem seu discurso de brasilidade sem “travar contato” com a mídia, beira o zero estatístico, tendo-se em vista que 97% da população tem acesso a algum meio de comunicação.

Nessa ótica em que os sujeitos são sociais e os sentidos são históricos, os discursos lançam-se em verdadeiras batalhas encabeçadas pela “vontade de verdade”. Foucault (1978) vê nesta movimentação uma “microfísica do poder”. Basicamente, temos no campo social uma contínua luta pelo estabelecimento de verdades, que por dependerem da história, sofrem da instabilidade e da “permanente necessidade de modificação”. Conceitos como verdade, neutralidade discursiva e objetividade tornam-se relatividades estabelecidas pelos jogos desses micropoderes, também no campo da comunicação.

É o que pretendemos analisar, no nosso recorte sobre o telejornalismo local. Levaremos em consideração as matérias, nota ao vivo, notas de cobertura, notas pé, stand-up e chamadas, relacionando-os aos conceitos já mencionados (como os de promessas, agenciamento discursivo). Além disso, serão levadas em conta as peculiaridades do telejornalismo, demonstradas anteriormente no referencial teórico, por meio de alguns autores, tais como Vizeu, Coutinho e Mota.

A próxima etapa incluiu entrevistas com editores, repórteres e produtores dos três telejornais analisados. Essa busca foi orientada por temas como estratégias de elaboração das relações de pertencimento com a população/público dos telejornais, o público presumido pelos profissionais, além de observações sobre a caracterização do juizforano nas duas semanas de exibição dos telejornais. A fase de pesquisa de campo contou com as etapas de gravação, transcrição, análise e descrição dos dados, em diálogo com o referencial teórico apresentado e com nossas observações sobre o recorte empírico.

Posteriormente as vozes dos profissionais do telejornalismo local em Juiz de Fora foram interpretadas e relacionadas às análises de conteúdo/textuais já estabelecidas. O objetivo foi conferir o papel desempenhado pelo cidadão nas matérias, a relevância de sua presença para a elaboração da narrativa, sua relação/destaque em comparação com outras fontes da matéria- fontes oficiais, especialistas, dentre outras. A interpretação dos dados obtidos na pesquisa empírica com o suporte teórico ofereceu a base para as conclusões e redação final do trabalho.

O *corpus* analisado na presente dissertação é constituído pelas edições do Jornal da Alterosa Edição Regional, MGTV 2ª. Edição e Jornal da TVE, no período de 03 a 07 de maio de 2010. Respeita-se, desse modo, os critérios de pertinência, representatividade e homogeneidade propostos por Bardin, já que a amostra dá conta de representar os “universos” analisados, os dados se referem ao mesmo tema (telejornalismo local no horário noturno), além de terem sido obtidos por técnicas equivalentes (gravação e transcrição dos programas).

Anteriores ao estudo do material propriamente dito, as outras etapas propostas por Bardin (1977) foram consideradas: a pré-análise, na qual foram feitas a leitura flutuante (contato inicial com os documentos existente sobre o tema), a escolha do documento (momento onde já é formado o *corpus* da pesquisa), formulação das hipóteses e dos objetivos, referenciação das categorias e a preparação do material. Depois, partiu-se para a exploração do material (administração das técnicas sobre o *corpus*) e então para o tratamento dos resultados e interpretações dos dados obtidos (operações estatísticas – com apresentação de percentuais e gráficos, para facilitar a visualização -, inferências e interpretação). Na etapa final, os resultados da análise foram postos em diálogo com as hipóteses e a fundamentação teórica.

Todas as referidas edições dos telejornais supracitados foram gravadas e as matérias, escaladas e entrevistas em estúdio que tratavam da participação popular foram transcritas na íntegra em seu aspecto textual e narrativo. Em relação ao conteúdo imagético, a descrição de imagens foi repassada para o momento seguinte, de análise textual da TV.

O conteúdo jornalístico relacionado à participação popular foi submetido à análise categorial de conteúdo, definida por Laurence Bardin (1977) como aquela que “funciona por operações de desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo reagrupamentos analógicos” (BARDIN, 1977, p.153).

Na seção dedicada à análise de conteúdo televisual, Casetti e Chio(1997) dialogam, de maneira mais específica, com a proposta de desmembramento proposta por Bardin. Para os pesquisadores, a operação se assemelha ao ato de nos colocarmos diante de um mosaico, e, nesta posição, “determinarmos os pedaços de cada cor que compõem a obra, em vez de nos concentrarmos no desenho global”. (CASSETTI e CHIO, 1997, p.236). Assim, o texto deixa de ser um objeto em si mesmo e passa a ser

um instrumento que possibilita reflexão sobre o contexto social no qual é produzido e consumido.

No âmbito deste trabalho, foi utilizada a vertente de análise de conteúdo proposta por Bardin (1977) em conjunto com as especificidades de Casetti e Chio, quando transpõem as técnicas da análise de conteúdo para aplicação nos estudos de televisão. Essa proposta de pesquisa deu origem à ficha de análise apresentada a seguir, formulada em consonância com proposições advindas da contribuição de autores que escreveram sobre telejornalismo e sua relação com o público, como Coutinho, Vizeu, Wolton, dentre outros já mencionados neste trabalho.

A ficha de análise serve para demarcar as unidades de análise que contém elementos úteis para nossa investigação. Para Casetti e Chio, a ficha é uma “série ordenada de vozes, que podem ser consideradas como perguntas dirigidas ao texto” (1997, p.240).

TABELA 1 FICHA DE ANÁLISE DE CONTEÚDO

Formato de apresentação da notícia	Modelo de dramaturgia	Direcionamento da produção	Frequência de editoriais	Personagens
Matéria local, matéria não local nota ao vivo, nota coberta, entrevista em estúdio	Clássico Celebração	Positivo Negativo Neutro	Cotidiano Saúde Economia Cultura Política Polícia Educação	Vítimas Fiscais Vilões Heróis Especialistas Mocinhos Mediadores Arautos Beneficiados Troféus
				Subcategorias Herói fracassado Vilão regenerado

Antes de partirmos para a análise de conteúdo das edições demarcadas, cabe assinalar que os critérios para decompor um texto, e, portanto, para definir as unidades de classificação, também servem de critério diferenciador para reconhecermos as tipologias da análise. A divisão principal que se estabelece consiste nos pólos

quantitativo e qualitativo de conteúdo. O primeiro pólo, vertente tradicional da AC, utiliza unidades correspondentes às estruturas lingüísticas do texto (palavras, temas, etc), priorizando o cômputo refinado de dados. No segundo caso, não há correlação lingüística imediata. A investigação cede espaço ao momento interpretativo. No âmbito dessa dissertação nos importa a segunda tipologia de análise, diante de nossa proposta posterior de aplicação dos dados obtidos na análise de conteúdo para análise textual da TV. A análise qualitativa, que também produz dados de forma numérica, mas com maior esforço interpretativo, nos auxiliou, sobretudo na leitura da imagem oferecida e no enfoque de cada produção. Esta nos permitirá categorizar os papéis conferidos a cada “personagem” que participa da narrativa, seu posicionamento na história contada, bem como o direcionamento de cada matéria até seu desfecho.

6.1 Os Formatos noticiosos nos telejornais locais

As edições dos três telejornais no período analisado totalizam um material formado por 77 matérias produzidas localmente, 13 matérias de produção não local, 48 notas ao vivo, 18 notas cobertas, cinco entrevistas em estúdio e 526 personagens classificados e quantificados de acordo com a dramaturgia do telejornalismo proposta por Coutinho e que será desdobrada adiante. O quadro abaixo detalha nosso material de estudo inicial:

TABELA 2 - MODOS DE APRESENTAÇÃO DA NOTÍCIA E PERSONAGENS

	JORNAL DA TVE	JORNAL DA ALTEROSA	MGTV2	TOTAL
Matérias- produção local	35	25	17	77
Notas ao vivo	30	6	12	48
Notas cobertas	1	12	5	18
Entrevistas em estúdio	1	4	0	5
Matérias prod. não local	2	8	3	13
Personagens	207	212	107	526

A notícia ouvida no rádio, lida nos jornais ou assistida na televisão, ganha muito de sua configuração das características do próprio meio no qual ela aparece. Por isso, é primordial analisarmos as configurações da notícia como um gênero discursivo em relação às características que ela ganha quando elaborada para transmissão na televisão. Ou, nas palavras de Itânia Gomes (2007), o “pacto sobre o papel do jornalismo” se regula por acordos tácitos. Para a pesquisadora:

Os recursos técnicos a serviço do jornalismo, ou seja, o modo como as emissoras lidam com as tecnologias de imagem e som colocadas a serviço do jornalismo, o modo como exibem para o telespectador o trabalho necessário para fazer a notícia são fortes componentes da credibilidade do programa e também da emissora e importante dispositivo de atribuição de autenticidade (GOMES, 2007, p.26)

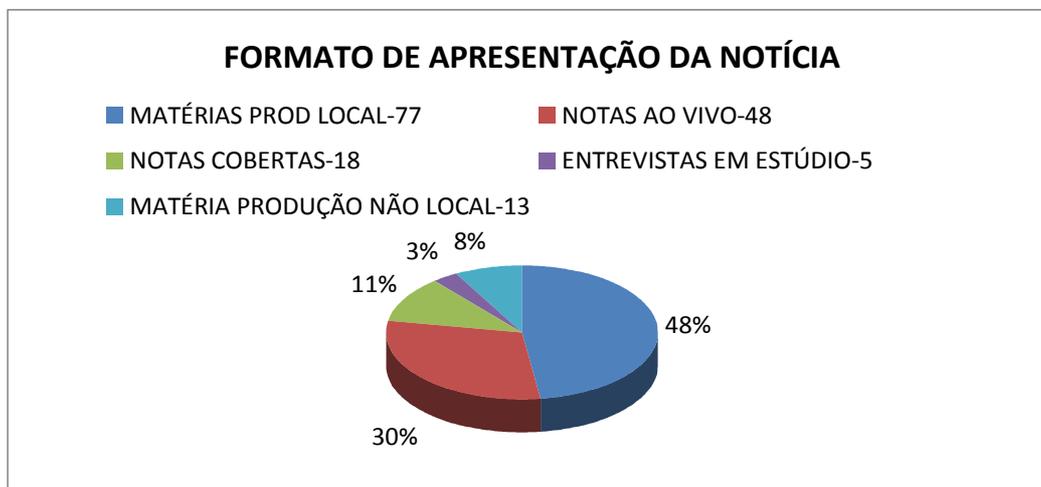
A apresentação da notícia: em nota, reportagem, entrevista, indicador, editorial, comentário, resenha, crônica, caricatura; enquete, perfil, dossiê e cronologia dão importantes pistas sobre o tipo de jornalismo realizado pelos programas e, em certa medida, deixam transparecer o investimento do programa na produção da notícia, na perspectiva de Gomes. Para Coutinho (2003, p.107), o ritmo de edição, a frequência e forma de utilização de off's, passagens, entrevistas, sobre som “nos ajudam a identificar as características de linguagem de cada telejornal ou, em outros termos, as convenções narrativas adotadas por cada noticiário estudado”.

Retomamos também François Jost (2004) e seu modelo de comunicação visual por meio da promessa, seja ela material ou simbólica, conforme evidenciado em nosso capítulo sobre televisão, para definirmos nossa primeira unidade de classificação: o **formato de apresentação da notícia**. Jost (2004, p.18) exemplifica a questão do formato, concluindo que “todos sabemos que uma comédia deve fazer rir; essa é sua promessa”. Ou que, nas emissões ao vivo, existe a promessa de autenticidade maior do que em outros tipos de programa, daí a indicação na tela sobre o “ao vivo”.

Em nosso recorte, verificamos, de maneira geral, o predomínio das matérias de produção local, totalizando 77 produções - quase metade (48%) de tudo aquilo que é produzido como material para os noticiários. As notas ao vivo representam o segundo maior “pacote narrativo” ofertado à população, com 48 ocorrências ou 30% das produções. Em seguida, temos as notas cobertas (18 notas ou 11% do total), as matérias de produção não local (13 matérias ou 8%). Por fim, o formato menos utilizado foi o de

entrevistas ao vivo em estúdio/via telão, com cinco ocorrências ou 3% do total, sendo quatro delas registradas no Jornal da Alterosa Edição Regional e uma no Jornal da TVE.

Gráfico 1- Formato de apresentação da notícia



Com imagens em externa e narração feita pelo repórter, as matérias ou videoteipes (VT's) são o formato mais elaborado para apresentação da notícia em um telejornal. Além de apresentar chances de construção de uma mensagem efetivamente audiovisual, já que imagem e som informam o telespectador, as matérias são elaboradas a partir da atuação de vários integrantes: o pauteiro/ produtor; a equipe de reportagem.

Enfatizamos que a categoria “**matérias de produção local**”, nossa segunda categorização, abarca as matérias que tiveram captação de imagens, reportagem, produção e edição feita pelos profissionais de Juiz de Fora e não dependem de a narrativa ter “cenários” e personagens pertencentes à cidade de Juiz de Fora. Essa questão de ambientação e personificação relacionada à localidade do fato será analisada em seguida, em uma subcategoria, a de “organização temática das matérias de produção local”, em que o produto visual ofertado pode ter abrangência local, regional ou nacional no que diz respeito à sua relevância para estes possíveis públicos, embora seja elaborado pela equipe juizforana.

Matérias que abordam temáticas que dizem respeito a uma cidade (e somente a ela), seja esta Juiz de Fora ou não, foram agrupadas na categoria local. O interesse regional ou nacional pelo tema abordado justifica a classificação nestas outras categorias. Nestes casos, nosso exercício se concentrou em classificar as matérias em regionais e nacionais se- e somente se- no caso de determinada produção ser deslocada

dos noticiários locais, sua estrutura narrativa permitisse a exibição em telejornais regionais e nacionais, respectivamente, sem maiores “riscos” de “aclimatação”. Esse aproveitamento de matérias locais em nível regional e nacional é, inclusive, motivo de estímulo e júbilo para os profissionais locais, símbolo de reconhecimento do valor daquela informação, conforme veremos no capítulo no qual são apresentados os resultados da pesquisa de campo. Os gráficos abaixo elucidam este panorama de produção local:

Gráfico 2- Matérias produção local Jornal da Alterosa

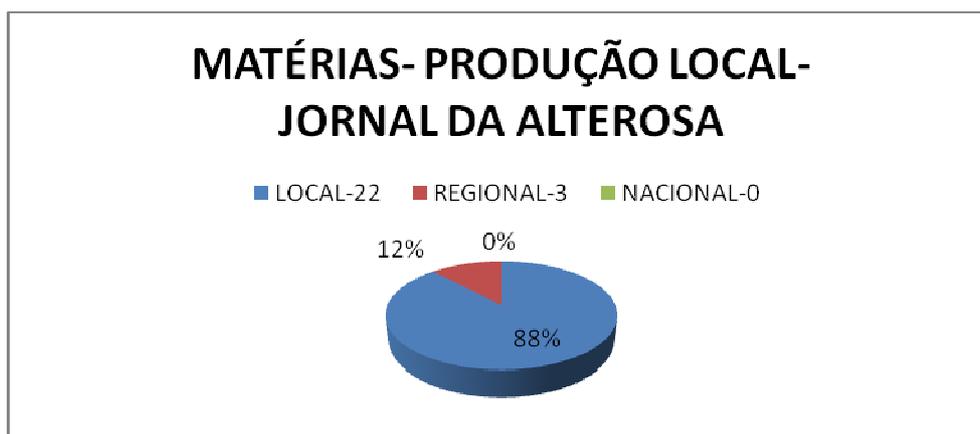
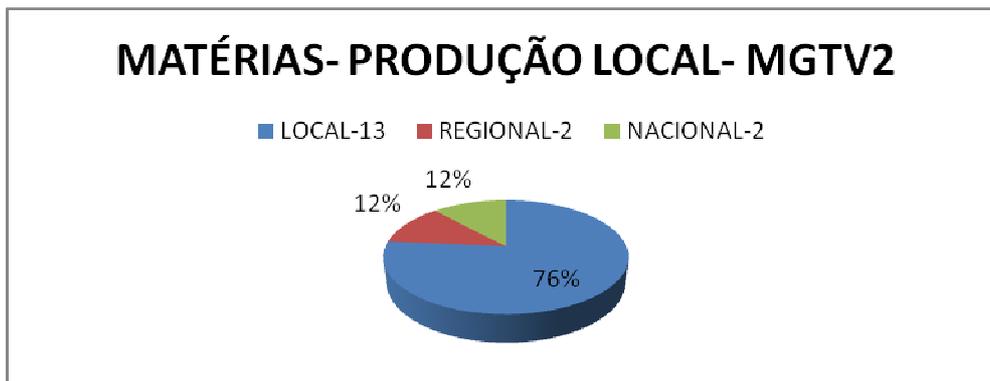


Gráfico 3- Matérias produção local Jornal da TVE



Gráfico 4- Matérias produção local MGTV2



Há, conforme observamos, pautas cuja temática têm interesse predominantemente local, sobretudo o dos moradores de Juiz de Fora. Na perspectiva compartilhada com Iluska Coutinho e Livia Fernandes (2009, p.93), na obra “Identidades midiáticas”, observamos que “o local se torna um território audiovisual que é constituído por meio dos recortes e reconstruções de realidade transmitida nos telejornais locais”. A proximidade pode, com isso, ser classificada como um valor-notícia. Neste território, o telespectador se reconhece e convive com mensagens que constituiriam um repertório comum, capaz de “enlaçar” dada comunidade. Em análise focada nos dois telejornais existentes em Juiz de Fora (MGTV e Jornal da Alterosa, já que o Jornal da TVE ainda estava por surgir no período desta pesquisa que vai de 2004 a 2007), os autores ressaltam que, apesar de os dois telejornais serem apresentados como produtos de jornalismo regional, a maioria das matérias produzidas e veiculadas têm cunho local. A pesquisa apresentada nesta dissertação atualiza, quantifica e qualifica tais questionamentos e inclui neste cenário o telejornal da TVE.

Quando o assunto é produção local aliada às temáticas locais, temos no Jornal da Alterosa o cenário onde essa categoria alcance seu maior índice. O índice alcança 88% de todas as matérias produzidas localmente. Problemas de bairro e ocorrências policiais encabeçam as produções do tipo no Jornal da Alterosa. Os responsáveis pela produção noticiosa tentam, ao longo de cada edição, costurar sua relação com a audiência predominantemente por meio de demarcações identitárias definidas pelos bairros, ruas e avenidas juizforanos. É o caso de 10 das 25 matérias- o que equivale a 40% de produção local com enfoque local presente em nosso recorte. Matérias cujas chamadas são anunciadas pela âncora das seguintes maneiras: “Polícia militar fecha o cerco ao tráfico

de drogas no bairro Vila Olavo Costa, em Juiz de Fora” (03/05/10); “Moradores da Zona Norte em Juiz de Fora pedem providências. Eles temem a falta de segurança da Curva da Miséria, que já provocou inúmeros acidentes”(03/05/10); “Assaltantes invadem uma loja na Zona Leste de Juiz de Fora e levam todo o dinheiro do caixa”(04/05/10); “25 Km/h. Esta é a velocidade que os ônibus de Juiz de Fora, que trafegam no trecho entre a Independência e a Getúlio Vargas terão de respeitar”. (05/05/10); “Um ladrão invadiu um apartamento na Zona Sul de Juiz de Fora nessa tarde”(06/05/10); “Os buracos são problemas constantes na vida dos moradores do bairro Barbosa Lage” (06/05/10); “Prevenção de acidentes na Zona Sul de Juiz de Fora. Dicas de trânsito seguro foram distribuídas em vários bairros” (06/05/10); “Tiroteio na Zona Leste de Juiz de Fora. Um mecânico foi alvejado, como mostra a repórter Michele Pacheco” (07/05/10); “Uma caixa d’água abandonada tem dado dor de cabeça aos moradores do Bairro Santa Rita” (07/05/10); “o Jornal da Alterosa vai homenagear todas as mulheres que se dedicam de corpo e alma aos seus filhos, aproveitando a lição de vida de uma mãe que mora no Bairro Santa Rita, em Juiz de Fora” (07/05/10).

Não houve, no período analisado, matérias de enfoque nacional. As matérias de interesse regional no JA somam três produções (12% do total de matérias de produção local), e abordam “Casos de pedofilia em Minas Gerais”, “Abertura de inscrições para o IFET Sudeste” e “8º. Prêmio do Clube de Criação”.

No Jornal da TVE, temos 26 das 35 matérias, ou 74% do material com produção local, cuja temática se restringe a uma localidade/município. O laço social (WOLTON, 1996) que a emissora tenta forjar com seu público se alicerça principalmente nas matérias de bairro juizforanos. Os bairros – e seus moradores- são apresentados em matérias “leves”, sob uma narrativa mais estendida em relação ao tempo, se comparada aos tempos de fala dos personagens inseridos nos outros dois telejornais de nossa análise. A justificativa de que, dos três telejornais estudados, o Jornal da TVE se configura como aquele com maior tempo de produção (edições diárias de aproximadamente 30 minutos de conteúdo jornalístico, diante dos 12 minutos do MGTV2 e do Jornal da Alterosa com 20 minutos), não nos parece ser o único fator responsável por esse “alongamento” do momento de fala do cidadão comum, da “voz do povo”.

O cotidiano é delineado neste telejornal reavivando características da “Manchester Mineira” ou da “Princesa de Minas”, com cidadãos reafirmando tais

discursos em 18 das 26 matérias produzidas localmente e com enfoque local, ou 70%: “Gráfica em Juiz de Fora começa a fazer impressos em braile” (03/05/10); “Dia do trabalho é comemorado no Sesc de Juiz de Fora” (03/05/10); “Benfica Eporte Clube comemora 73 anos” (03/05/10); “Projeto Meu Bairro: Clube Juiz de Fora Bola Show, no Bairro Santa Luzia” (03/05/10); “Encontro de comunidades da PM de Juiz de Fora” (04/05/10); “Benefícios da Ginástica laboral” (04/05/10); “Funcionamento do SAMU de Juiz de Fora” (04/05/10); “Banco de Leite de Juiz de Fora realiza encontro de mães” (06/05/10); “Visita da Confederação Brasileira de Desporto a Juiz de Fora” (07/05/10); “Missa das mães em Juiz de Fora” (07/05/10); “Projeto meu bairro/Santa Luzia: Homenagem à Dona Lira” (07/05/10). Além disso, na semana-recorte, temos oito matérias em comemoração aos 160 anos de Juiz de Fora, em que a população e personalidades da cidade aparecem dando seus parabéns à Juiz de Fora.

As oito matérias regionais do Jornal da TVE representam 23% da produção local de matérias. Nessas, em metade dos casos, a temática se desloca dos acontecimentos leves nos bairros em Juiz de Fora para assumir um tom professoral, educativo em relação ao telespectador como sugere o próprio nome da emissora. “Cuidados com a cirurgia plástica” (05/05/10); “Jovens que economizam dinheiro” (05/05/10); “A correria da vida moderna” (07/05/10) e “Cuidados com a visão” (07/05/10). Esse tipo de abordagem reaviva os questionamentos de Vizeu e Correia (2008); observa-se na produção a função pedagógica do jornalismo.

Apresentadora e repórteres “atuam” nesse momento como “enunciadores pedagógicos”, que pré-ordenam o universo do discurso visando ao leitor (sic), que procuram orientar, responder-lhe às questões, em suma informar”.(VIZEU E CORREIA, 2008, p.19). Os repórteres, aliados aos especialistas e utilizando-se da população como exemplos/personagens, explicam ao telespectador os riscos e benefícios experimentados por quem faz uma cirurgia plástica, a receita para economizar dinheiro como fizeram os jovens da matéria, os mitos e verdades envolvidos no cuidado com os olhos e tentam ainda elucidar o porquê de termos a sensação de que o tempo na atualidade passa mais depressa que no passado.

A abrangência nacional da temática, também em tom pedagógico, se apresenta em uma matéria de Cultura (3%), sobre a pop ópera, apresentando as características deste tipo de manifestação cultural. Nela, músicos de Juiz de Fora explicam as características do ritmo. O repórter tenta, em seu discurso, agrupar o nacional com o local, apresentando os músicos juizforanos e ao mesmo tempo abordando a importância

da junção entre o erudito e o popular em nosso país: “O barítono Luiz Gamonal e o maestro Guto Cimino fazem parte de uma orquestra que toca o classic crossover, estilo que promete atrair o gosto do brasileiro daqui a alguns anos”.

O MGTV 2ª. Edição ofereceu, na semana de nossa pesquisa, 76% de matérias produzidas localmente com enfoque local, ou 13 produções do tipo, duas matérias de cunho regional e duas nacionais, que representam cada uma 12% da produção local.

Nas matérias locais, o factual- com ênfase nas mazelas da população de Juiz de Fora e região (sete das 13 matérias ou 53,8%)- se mescla a um tom que prioriza o enfoque econômico, com seis matérias ou 46,15% da produção local de matérias. Tem-se dessa maneira matérias factuais, que tentam estabelecer com a audiência um vínculo estabelecido por meio da identificação (ou catarse) com os problemas enfrentados pelos personagens na narrativa, como: “Crise no Pronto Socorro de Juiz de Fora” (03/05/10); “Queda de barranco em Silveirânia” (03/05/10); “Aumentam reclamações contra bancos” (04/05/10); “Motoboys temem assaltos em bairros de Juiz de Fora” (05/05/10); “Comer fora em Juiz de Fora está mais caro” (06/05/10); “Aumentam reclamações contra operadoras de Telefonia em Cataguases” (07/05/10) e “SUS demora a liberar exames” (07/05/10).

Nas matérias de economia com cunho local temos: “Comércio aumenta vendas com Dia das Mães” (04/05/10); “Indústrias investem em tecnologia” (05/05/10); “Mercado de flores em Barbacena para o Dia das mães” (05/05/10); “Cresce venda de imóveis na planta em Juiz de Fora” (06/05/10); “Aumentam as vendas de notebooks em Juiz de Fora” (07/05/10); “Mercado de livros em Juiz de Fora” (06/05/10).

As matérias de abrangência regional (duas matérias ou 12% do material de produção local) seguem linha parecida com o enfoque local, ao apresentar problemas cotidianos, “Transtornos na BR267”, (04/05/10) e foco em economia, “Aumento de vendas nos supermercados de Minas Gerais”(05/05/10). Em nível nacional temos a matéria de economia, “Gasolina volta a ter adição de álcool” (06/05/10), e uma matéria de cultura, “Volta Grande homenageia Humberto Mauro” (03/05/10). Exceção diante da configuração estabelecida, esta matéria de cultura, em tom de celebração, “destoa” de todo o restante do material selecionado.

Interessante observar que, mesmo nas matérias factuais, nas *hard news*, o tom econômico é mantido como subtemática. No decorrer das histórias ofertadas- conforme veremos de modo mais detalhado em nossa análise textual da TV- a abordagem das mazelas vivenciadas pelos personagens ofertados pelo MGTV2 tece íntima ligação com

temáticas econômicas: Os motoboys que temem assaltos em Juiz de Fora estão indiscutivelmente relacionados com o aumento das entregas em domicílio na cidade. Se comer fora em Juiz de Fora está mais caro, descortina-se aqui um cenário onde a população (ou ao menos a audiência que se presume população), embora reconheça o ônus de comer em restaurantes, está saindo de casa para isso. As reclamações contra operadoras de telefonia em Cataguases levam-nos para “locações” onde as vítimas- embora vítimas- das operadoras, simbolizam também o crescimento vertiginoso das vendas de aparelhos celulares no Brasil, com os prós e contras que se ancoram nesta constatação.

A predominância da temática econômica na observação posterior de outras edições não contempladas em nosso recorte, aliada ao caráter econômico de matérias cuja narrativa poderia facilmente seguir outro tom que não esse, nos fazem crer, ainda, que a coincidência de nosso recorte com a proximidade do Dia das Mães pouco afetou o caráter econômico da política editorial adotada pela equipe.

Nossa terceira categoria de análise prioriza o **modelo de dramaturgia** inserido na narrativa, tributário da pesquisa de Coutinho (2003). A divisão entre o modelo clássico e de celebração foi aplicada primeiramente às matérias de produção local, conforme os gráficos abaixo:

Gráfico 5 – Modelo de dramaturgia Jornal da Alterosa

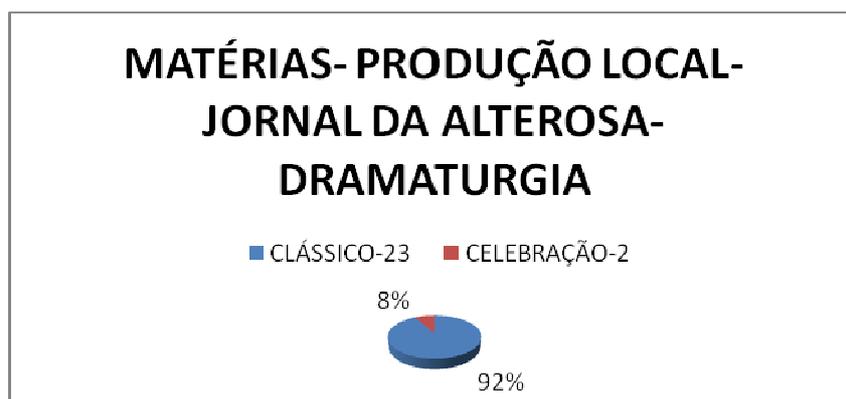
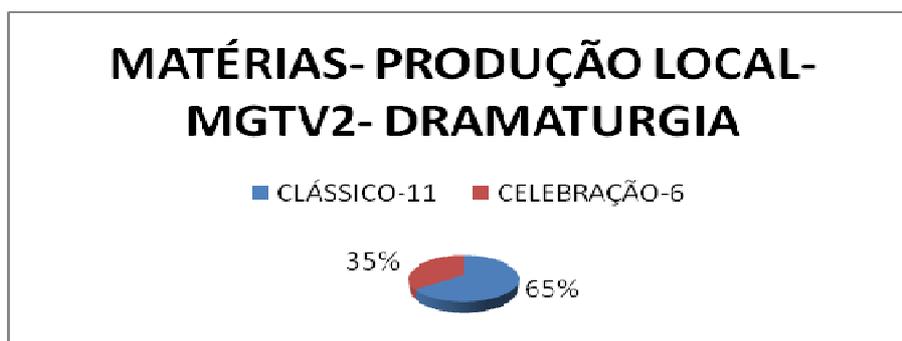


Gráfico 6 – Modelo de dramaturgia Jornal da TVE



Gráfico 7 – Modelo de dramaturgia MGTV2



Selecionado o conflito social- ou “real” a ser transformado em notícia televisiva, na estrutura da mensagem audiovisual, por meio do encadeamento de narrações do repórter, imagens, entrevistas, poderíamos identificar também a existência e/ou sua conversão em conflito narrativo. A apresentação do conflito, e sua tentativa de solução, tal como no drama, seriam as formas de representação da notícia no telejornal e exemplificam o que, neste estudo, é tomado como modelo clássico de dramaturgia. Coutinho elucida ainda que a preponderância desse tipo de opção narrativa teria estreitas ligações com a própria concepção de jornalismo que também é predominante em nosso país, opção que

privilegia as notícias que convencionamos chamar de factuais, em que a percepção do conceito “Fato” estaria relacionada à existência de mudanças, alterações e/ou distúrbios na rotina de indivíduos e/ou comunidades. Assim, na medida em que o sair da rotina possui caráter de critério de noticiabilidade, os personagens têm suas ações descritas como um acontecimento, uma narrativa organizada a partir de intrigas de ação, preferencialmente.(COUTINHO, 2003, p.127)

No modelo clássico de dramaturgia aplicado a este trabalho, os personagens em ação lutam, juntam forças, se aliam, vencem obstáculos, sofrem com as mazelas cotidianas, cobram soluções dos problemas instaurados.

Sobre o modelo de celebração, Coutinho (2003) explica que ele está presente em matérias em que há não há a explicitação de uma crise, ou de uma ação-notícia. É mais freqüente entre os VTs classificados como pertencentes à editoria de cultura e comportamento. São casos em que a cobertura do tema poderia ser classificada como uma celebração.

O modelo clássico predomina nos dois telejornais fundados há maior tempo em Juiz de Fora: Jornal da Alterosa Edição Regional e MGTV 2ª. Edição. No primeiro deles, o modelo clássico opera na quase totalidade das matérias de produção local (23 matérias ou 92%) e tem, como nos outros dois telejornais, relação direta com as escolhas editoriais efetuadas. Greves, combate ao tráfico de drogas, uso de tornozeleira em presidiários, bebês trocados em maternidade, pedofilia, trânsito complicado, dengue, assaltos, buracos nas estradas, acidentes, assassinato, caixa d'água abandonada e demora no atendimento do Sistema único de Saúde- SUS- são as temáticas que servem de argumento, de enredo para este tipo de narrativa, no qual o conflito pulsa, emerge como fio condutor de toda a história apresentada. Sem o conflito - social, real e narrativo - personagens e cenários perderiam sua função.

Essa função, de tão valorizada, chega a ser resgatada em matérias de arquivo. É o caso de duas matérias-retrospectivas, cujos objetivos, na voz da âncora são “relembrar os 10 anos de Rebelião Carcerária em Juiz de Fora” ou, em outro caso trazer as “Novidades no caso Bernardo Veloso”, adolescente que foi assassinado há três anos quando saía de uma festa em Juiz de Fora. As matérias de celebração da emissora no período (duas ou 8% das matérias produzidas localmente) tratavam de matérias de cunho institucional, em 07/05/10, abordando as inscrições para o Vestibular do IFSudeste e o 8º. Prêmio do Clube de Criação de Juiz de Fora. Não há nesses casos, nenhum conflito instaurado, nenhuma situação-problema a ser resolvida.

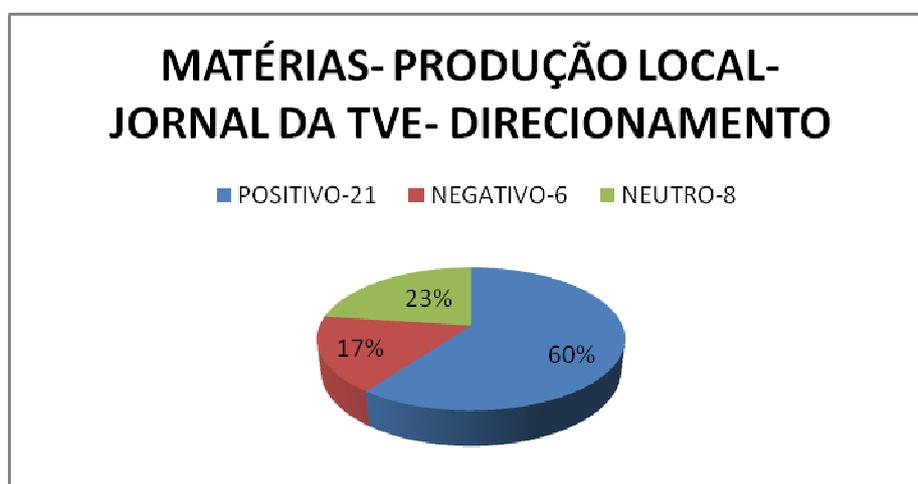
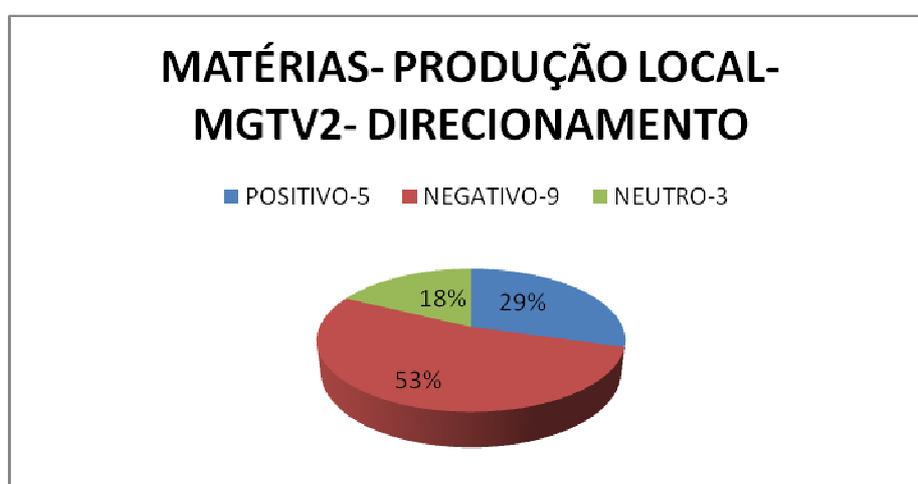
No MGTV2 observa-se uma maior inserção das matérias de celebração (seis matérias ou 35% do total), embora predomine o modelo clássico, com 65% ou 11 matérias. Crise no HPS de Juiz de Fora; queda de barranco; transtornos na estrada; reclamações contra bancos; medo de assaltos por parte dos motoboys; aumento do preço da refeição em restaurantes; reclamações contra operadoras de telefonia; problemas no SUS; adição de álcool à gasolina são os temas que ensejam um desenrolar clássico para

essas matérias, com personagens típicos proferindo discursos de indignação, mostrando em áudio e vídeo suas queixas. Nas matérias de celebração, os índices positivos no comércio e indústria lideram as pautas e colocam repórteres, especialistas e população em momento de congraçamento pelo sucesso: Comércio aumenta vendas no dia das mães; supermercados aumentam vendas em Minas; indústrias investem em tecnologia; cresce venda de imóveis na planta; mercado de flores movimentada Barbacena; aumento de vendas de notebooks em Juiz de Fora.

O Jornal da TVE nos fornece caso atípico em relação ao modelo de dramaturgia: 66% das matérias locais introduzem uma narrativa de celebração, contra 34% (ou 12 matérias) que apresentam um desfecho clássico da história com conflito- tentativa de solução-fim. Nas 23 matérias de celebração temos: o dia do Trabalho; 73 anos do Benfica Esporte Clube; homenagens a bairros e personalidades dos mesmos; matérias em comemoração aos 160 anos de Juiz de Fora; o valor da ginástica laboral; jovens que economizam dinheiro; barateamento dos pacotes de turismo; casos de apoio em gravidez não planejada; encontro de mães doadoras e receptoras de leite materno; pop ópera; uma apresentação do Calçadão da Rua Halfeld; inauguração do Centro de Hiperdia; visita do Secretário de Desportos Escolares; Missa em homenagem às mães.

Além disso, pautas presentes predominantemente em matérias factuais e de narrativa clássica tanto em níveis local quanto nacional figuram em nosso recorte em matérias de celebração, em temáticas referentes à saúde. Esse tom aparece em matéria mostrando o trabalho do Sistema de Atendimento Médico de Urgência- SAMU, com o trabalho de sua equipe, o funcionamento da ambulância, a importância do serviço para a população.

Nas 12 matérias de dramaturgia clássica, temos a Greve dos Professores; o fim da propaganda via SMS; a adoção de velocidade máxima de 25km/h para ônibus em duas avenidas de Juiz de Fora; filas para regularização eleitoral; cuidados com a cirurgia plástica; lei de controle de lan houses em Juiz de Fora; educar ou não com castigo físico; atentado em Igreja Evangélica; a correria da vida moderna, mitos e verdades sobre a visão.

Gráfico 8- Matérias produção local Jornal da Alterosa- direcionamento**Gráfico 9- Matérias produção local Jornal da TVE- direcionamento****Gráfico 10- Matérias produção local MGTV2- direcionamento**

O **direcionamento da produção** também foi outra categoria observada em nossa pesquisa e muito se identifica com o modelo de dramaturgia adotado, conforme podemos observar na semelhança dos gráficos destas duas categorias. Neste modelo, classificamos a abordagem como positiva, negativa ou neutra. E percebemos que matérias de celebração tendem a ser categorizadas no universo das matérias “positivas”, enquanto matérias que se utilizam da narrativa clássica tendem para um viés negativo. Vizeu e Correia (2008) recuperam Tuchmann (1980) ao anunciarem que os telejornais “utilizam ângulos determinados na produção das reportagens com enquadramentos que buscam conferir significados sociais às relações espaciais, operam enquadramentos de realidades”. (VIZEU E CORREIA, 2008, p.14). Um exemplo disso é a tipificação das matérias em notícias duras ou negativas- as factuais do dia, como um acidente de carro e as leves/positivas como shows e peças de teatro, que não precisam ir ao ar no telejornal no dia em que foram gravadas, pois não perdem atualidade.

Nessa perspectiva, optamos por integrar os conceitos de Vizeu e Correia aos conceitos de lição de moral ao fim de cada história-matéria contada, nos moldes da Dramaturgia do Telejornalismo (2003). Consideramos positivas as matérias nas quais, no conjunto formado pelas vozes de repórter, âncora, especialistas, povo-fala e outros personagens e no desfecho da história, a mensagem final fosse positiva, de restauração da ordem ou de comemoração motivada por algum personagem. Caso contrário, temos o desfecho negativo, onde as queixas e reclamações- sobretudo da população inserida que é foco dessa dissertação- são proferidas e estão no aguardo de soluções. A tevê se torna aqui púlpito popular, palco dos conflitos sociais, que não se resolveram ainda ou são fatos- consumados que, por impossibilidade de resolução, têm a função de despertar na audiência a identificação por meio da indignação. Já as matérias neutras são aquelas em que, embora com todos os artifícios para se tornar uma matéria negativa, apresente soluções positivas para a situação problema, de forma com que as forças se anulem ao final da matéria. Ou vice-versa. Matérias em que, a princípio, a celebração do fato se apresenta e, em seguida, surja seu contraponto.

É o caso da matéria sobre pulseira anti-dengue, do Jornal da Alterosa. A âncora oferece contrapontos ao telespectador, como acontece na chamada da matéria: “Agora já são 4219 casos de dengue confirmados em Juiz de Fora. E para se proteger desta epidemia, vale qualquer coisa, até a pulseirinha repelente. Veja com Evandro Medeiros” (JORNAL DA ALTEROSA, 04/05/10). Temos a notícia já anunciada em edições

anteriores sobre a epidemia de dengue na cidade re-lançada com uma possível opção de controle: a pulseira anti-dengue.

No Jornal da TVE, o direcionamento positivo demarca 60% das matérias produzidas localmente. Nos outros dois telejornais, imperam as matérias negativas, com 53% no MGTV2 e 80% no Jornal da Alterosa.

A **freqüência das editorias** a que pertencem as matérias apresentadas a cada edição de nossa análise demarca mais um elemento de categorização. No âmbito dessa pesquisa, as matérias e notas foram classificadas em sete editorias : Cotidiano, Política, Polícia, Saúde, Cultura, Economia e Educação. Para além dessa classificação, importamos a parcela de público para a qual, nas proposições de Jost, se pretende “prometer” algo por meio das temáticas.

Ao reservar “espaços” maiores para esta ou aquela editoria – algo aliás bem explícito no telejornalismo local- editores, produtores e repórteres instauram, a cada edição ou ao longo das mesmas, a assinatura discursiva do telejornal que representam. No caso do MGTV2, as matérias de economia imperam em nosso recorte, com 65% de inserção da temática nas matérias de produção local. A editoria cotidiano demarca o território do Jornal da TVE, com 64% de participação. No Jornal da Alterosa, cotidiano (com nove matérias, 41% do total) e polícia (com oito matérias, 36%) – que também convivem no ambiente extra-telejornal – organizam as editorias principais do recorte. Curioso observar, neste último caso, o papel da polícia, que surge como agente de controle do “caos cotidiano”, marcado pela insegurança e as angústias da população ao longo de cada edição.

Gráfico 11- Matérias produção local Jornal da Alterosa - Editorias

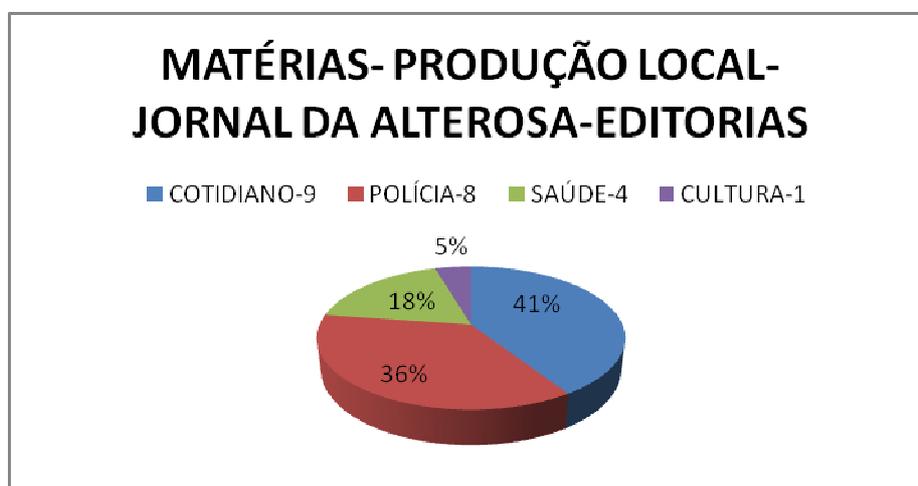


Gráfico 12- Matérias produção local Jornal da TVE- Editorias

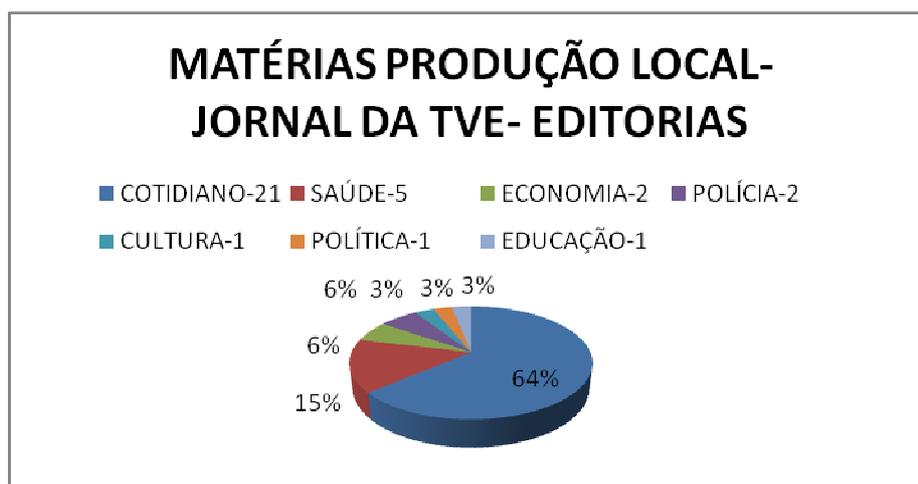
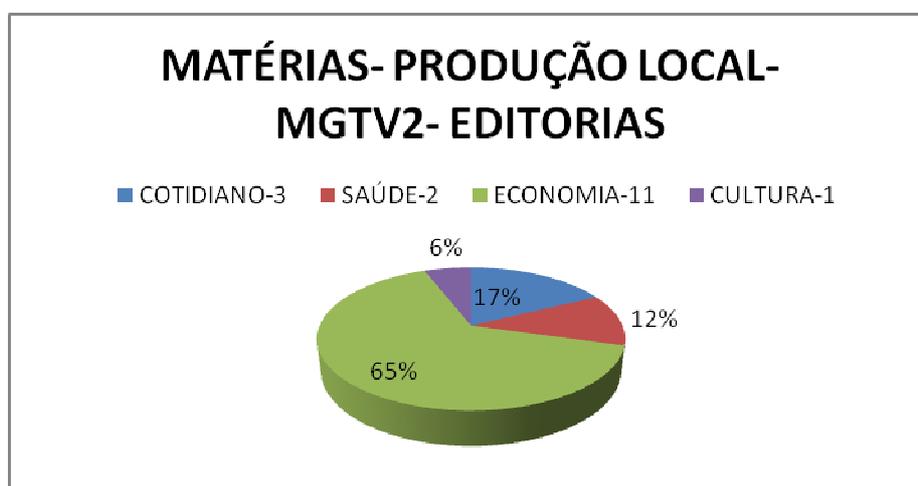


Gráfico 13- Matérias produção MGTV2- Editorias



As 13 matérias de produção não local, embora não sejam elemento primordial de nossa análise da inserção e representação popular foram analisadas, destacadas e classificadas seguindo quadro de categorização de conteúdo semelhante ao das matérias de produção local. Nosso objetivo foi tentar mapear o sentido inverso àquele tomado quando as produções locais ganham status regional ou nacional quando emitidas fora da área de cobertura das emissoras locais. Que critérios são adotados (conscientemente ou não) para se veicular “aqui”, as matérias “importadas”, produzidas por afiliadas localizadas em Belo Horizonte, Sul de Minas, Triângulo Mineiro ou outra localidade? Que correspondências são buscadas com o público “nativo” que recebe, em meio às matérias locais e regionais e seus pacotes discursivos, produtos, temáticas e sotaques

cuja realidade se distancia desses limites propostos por Juiz de Fora, Zona da Mata mineira e Campo das Vertentes?

Gráfico 14- Matérias produção não local Jornal da Alterosa - Editorias

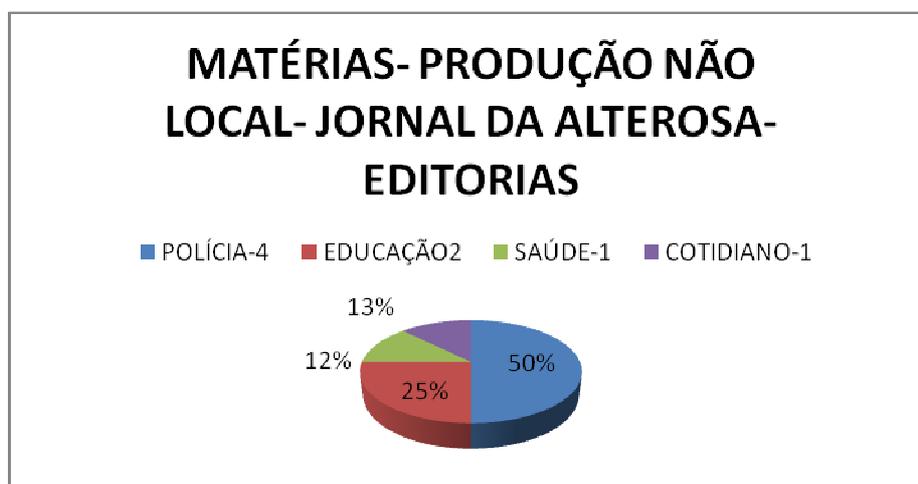
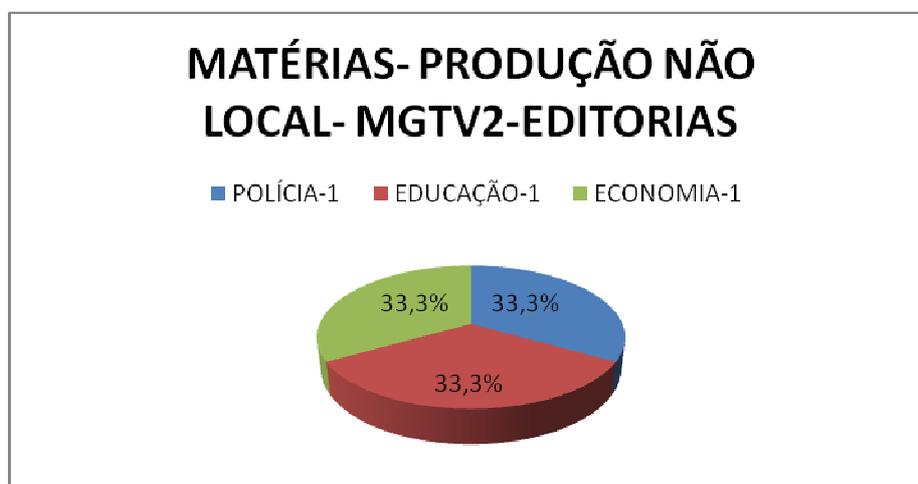


Gráfico 15- Matérias produção não local Jornal da TVE - Editorias



Gráfico 16- Matérias produção não local Jornal MGTV2 - Editorias



De forma geral, as matérias não produzidas localmente se avolumam no Jornal da Alterosa, que soma oito das 13 matérias desse universo ao longo das cinco edições. No Jornal da TVE elas abarcam apenas duas matérias da editoria de saúde. No MGTV2 elas somam 3 matérias, divididas nas editorias de polícia, educação e economia.

De acordo com a editora chefe do JA Elisângela Baptista, a presença de matérias elaboradas por equipes externas à emissora juizforana se deve ao aumento do tempo de produção noticiosa diária do telejornal em questão, ao ser transposto para o horário noturno em 2009. A equipe local reduzida exige que, atualmente matérias “de fora” entrem no noticiário. No telejornal a editoria predominante para matérias “importadas” continua sendo a de viés policial, quatro ou 50% do total. As matérias de saúde vêm em segundo lugar, com 25% das aparições nesta categoria.

Com relação ao modelo de dramaturgia, no Jornal da Alterosa segue-se o mesmo viés das matérias produzidas localmente, com predomínio do modelo clássico (87%) em relação ao modelo de celebração (13%). No caso do Jornal da TVE, as duas matérias “externas”, de saúde, embora representem pouco para o universo de tudo o que é produzido pelo telejornal, contrapõem-se ao modelo hegemônico de produção local: tem caráter clássico. Vem daí a matéria “Os problemas trazidos pela asma” (04/05/10), “importada” da TV Univale de Governador Valadares e a matéria em tom institucional “Encontro exército e secretaria saúde” (06/05/10), ofertada pela Secretaria de Comunicação do Governo. No MGTV2, duas matérias, de abrangência regional seguem o modelo clássico e uma, também regional, o modelo de celebração.

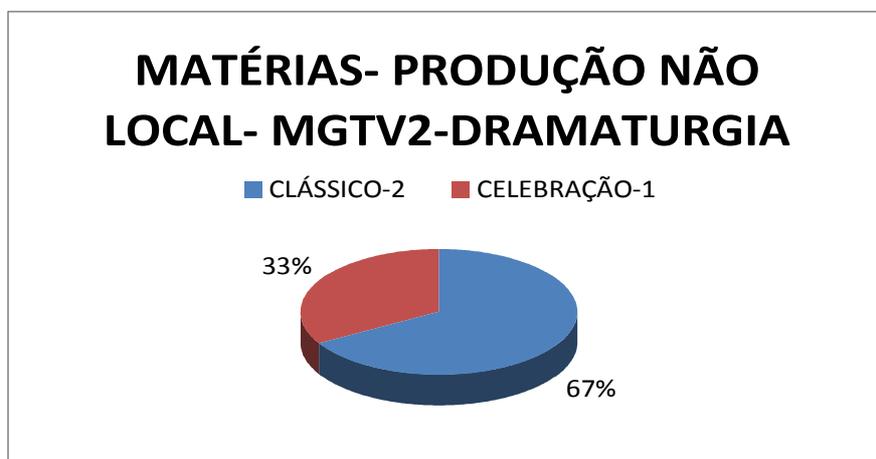
Gráfico 17- Matérias produção não local Jornal da Alterosa - Dramaturgia



Gráfico 18- Matérias produção não local Jornal da TVE - Dramaturgia



Gráfico 19- Matérias produção não local MGTV2 - Dramaturgia



Quando subdividimos as matérias de produção não local em interesse/abrangência da audiência/público, a totalidade das matérias do Jornal da TVE e do MGTV2 tinha caráter regional. Caso particular se processou no Jornal da Alterosa, com três matérias de abrangência regional (37%): “Grevistas da educação exigem piso salarial em Belo Horizonte”, “Padrasto contamina enteado com HIV em BH” e “Obrigatoriedade da cadeirinha para crianças em veículos”- produção “emprestada de emissora em São Paulo; duas matérias de caráter local, que se complementam pela similaridade das histórias e do drama das mães, pais e crianças envolvidos nesta narrativa: “Bebês são trocados em 3 corações”, “Mães destrocam bebês em Goiânia”, matéria vinda da TV Serra Dourada. Há ainda duas matérias nacionais: uma trata da “Vacinação contra o vírus H1N1”, de São Paulo e outra fala da “Aplicação das leis da física em um Parque de diversões”.

Emblemática, a matéria não local “Resgate de estudantes em Cachoeira” (06/05/10) mereceu atenção especial, já que mudou, inclusive nossa ficha de análise, com a inclusão da categoria “internacional”, única nesta pesquisa. Classificado como cinematográfico pela apresentadora, o resgate de jovens americanos em uma cachoeira nos EUA parece, ao que tudo indica, ter sido eleito como matéria pelo simples fato de ter viés espetacular. Mais curioso ainda é observar que a matéria figura na escalada do dia do JA, embora não se especifique ao público sua não proximidade. Na escalada, a âncora anuncia: “Veja que imagens impressionantes do resgate de estudantes que nadavam num rio e foram surpreendidos por uma queda d’água altíssima. E tem muito mais no Jornal da Alterosa que já está no ar” (JORNAL DA ALTEROSA, 06/05/10). Ao telespectador, surpreso com as imagens dos jovens presos na imensidão de água, coube assistir à matéria completa para perceber que se tratavam de localidades norte-americanas e não de cachoeiras mineiras mais próximas, como as existentes em Juiz de Fora, Rio Pomba ou Santa Rita de Jacutinga.

Gráfico 20- Matérias produção não local Jornal da Alterosa

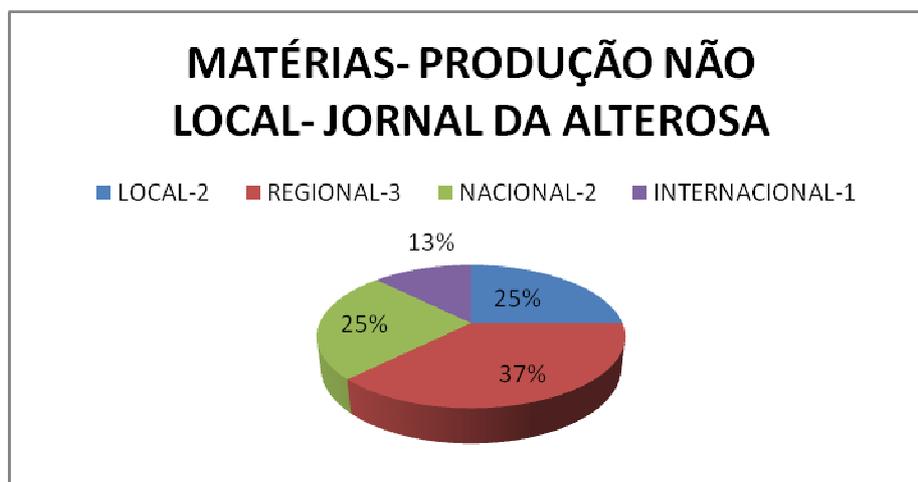


Gráfico 21- Matérias produção não local Jornal da TVE



Gráfico 22- Matérias produção não local MGTV2



As **entrevistas** ao vivo em estúdio ou mediadas via monitor de plasma estiveram presentes com quatro ocorrências no Jornal da Alterosa e uma ocorrência no Jornal da TVE. No MGTV2 esse tipo de produção é pouco freqüente e não evidenciado em nosso recorte; o recurso fica reservado em doses diárias para o MGTV 1ª. Edição, telejornal da mesma emissora, caracterizado como “mais informal” do que o noticiário noturno, de acordo com a própria equipe e exibido no horário do almoço.

Yvana Fachine (2008) explica que as entrevistas com utilização de monitor de plasma, marcadas pelo deslocamento de apresentadores e repórteres para locações externas são adotadas com freqüência por muitos telejornais brasileiros. E pretendem, por meio desta estratégia, produzir um efeito de continuidade espacial entre o estúdio e a rua. A partir desse “lugar”, tributário da duração da própria transmissão, o telejornal

aciona outras diferentes estratégias de encontro, seja entre os próprios apresentadores, quando dispostos em locações distintas, seja entre estes e os repórteres na configuração mais habitual do noticiário. No espaço forjado pela articulação de dois ou mais links “ao vivo”, os telejornais reúnem ainda líderes comunitários e autoridades, convidados e repórteres em diferentes posições físicas para discutir um tema. No olhar da pesquisadora:

O espaço simbólico criado pela transmissão funciona como uma autêntica tribuna, espécie de fórum, enfim, como um lugar de diálogo, já que a temporalidade comum aos vários links estabelece uma espécie de co-presença entre todos os sujeitos envolvidos na comunicação. (FECHINE, 2008, p.114)

Se levarmos em conta a proposta de telejornal “popular” admitida em nossas entrevistas- não aquelas apresentadas via telão de nosso recorte, mas as realizadas por meio de gravador com a equipe do Jornal da Alterosa-, podemos retomar os estudos de Fechine e aplicá-los à inserção de personagens no noticiário. Os “atores” que têm seu lugar de fala privilegiado via telão são especialistas (ou experts) e repórteres na condição de fiscais “da” população, no duplo sentido que esta expressão encerra. Ao “cidadão comum” não coube, em nosso recorte, espaço reservado nesse tipo de transmissão pela afiliada do SBT. Aqueles que dividem com âncora e repórter esta inserção no “agora enunciativo do telejornal” (FECHINE, 2008, p.114) têm, de maneira bem demarcada, fala ancorada na explicação do mundo, na elucidação de problemas propostos por temáticas apresentadas pelos próprios VT’s, estes sim, lugar privilegiado de inserção do “povo na TV”.

Na entrevista veiculada em 03/05/10, uma sexóloga, em locação não definida em Juiz de Fora, dialoga com a âncora posicionada em estúdio. O objetivo aqui é, ao que tudo indica, promover, por meio dessa “conversa” um tom local à temática “pedofilia”, instaurada em VT não local anterior, cujo assunto era o caso de um padrasto acusado, em Belo Horizonte, de “contaminar o enteado com HIV por meio de abuso sexual”. Na chamada, a âncora Michele Pacheco adianta a “prosa high tech”, ao sentenciar que “Casos como estes chocam a sociedade. E a cada dia surgem novos registros. Na semana passada a pedofilia foi destaque no estado, inclusive na Zona da Mata” (JORNAL DA ALTEROSA, 03/05/10). Desdobrando a conversa, Pacheco, ressaltando o “agora enunciativo do telejornal”, convoca a psicóloga a proferir seu discurso de expert: “Sobre esse assunto nós conversamos ao vivo com a sexóloga e psicóloga Maria Lúcia Beraldo. Boa noite Maria Lúcia. É sempre um prazer recebê-la aqui no Jornal da

Alterosa. O que eu não entendo é o seguinte. Uma criança que sofre abuso, ela não tem um acompanhamento adequado na época, ela pode ser, se transformar num adulto pedófilo ou desenvolver outros tipos de distúrbios sexuais?” (JORNAL DA ALTEROSA, 03/05/10).

A conversa mediada via telão dura mais de três minutos- tempo relativamente grande se comparado ao padrão dos VTs que é de um minuto e meio. E termina com a âncora agradecendo à psicóloga pelo “esclarecimento”. Esclarecimentos parecidos se apresentam nas entrevistas via telão dos dois dias seguintes, onde um promotor e repórter elucidam questões relativas às tornozelas para presos e dialogam com a âncora em estúdio, desdobrando também a matéria anterior. Na entrevista de 05/05/10, um representante da OAB fala sobre a rebelião em presídio de Juiz de Fora, ocorrida há 10 anos. A função do telão nesse caso é explicitamente “reavivar” o fato então deslocado no tempo por uma década.

Elisângela Baptista, a âncora, em estúdio, dialoga com a repórter Michele Pacheco e inicia a “ressurreição” do fato, já apresentado em matéria de “arquivo” anteriormente: “Boa noite Michele. Qual foi a sua sensação quando os policiais mandaram a imprensa entrar? A repórter responde: “Boa noite Elisângela. Foi de muito susto. A gente não esperava por isso. (...)Agora é interessante Elisângela que as pessoas acham que o jornalista está sempre em busca de uma tragédia destas, que ele sente prazer. E eu posso te afirmar que é bem o contrário. A cena que nós vimos lá nós nunca vamos esquecer, aquela tragédia, aquele desespero, o choro das crianças, o grito das mulheres, os presos desesperados, os agentes apavorados, enfim, é uma cena que a gente não quer ver se repetir”.

O representante da OAB profere seu discurso oficial, dizendo que “Não existe, de maneira alguma, vitoriosos num embate quando há uma rebelião em uma penitenciária. Todos perdem”(JORNAL DA ALTEROSA (05/05/10).

No dia 07/05/10, a interação entre âncora em estúdio e repórter e *expert* do “lado de lá” se baseia na explicação sobre os cursos oferecidos e os modos de inscrição para o Vestibular do IFET Sudeste. Nesse caso, não se percebe nenhuma função extra potencializada via telão que não pudesse ser suprida por material gravado. Curioso observar ainda a interação via telão do mesmo telejornal em 06/05/10. Neste dia, a interação se configura entre âncora e as mensagens da população, via twitter, lidas ao vivo. “E vamos saber o que os twitteiros de plantão acham do trânsito de Juiz de Fora”, convida a apresentadora.

A tradição discursiva das entrevistas em estúdio em seu foco por temáticas polêmicas, nos transmite, com certa frequência, a impressão de déjà vu de pautas e de fontes, sejam locais ou nacionais. Na única ocorrência de entrevista em estúdio do Jornal da TVE, a apresentadora conversa com um psicólogo sobre pedofilia. Nela, o especialista também assume, num diálogo de seis “vivos” minutos, um discurso em tom compatível com aquele verificado no telejornal da Alterosa.

Gráfico 23- Entrevistas em estúdio/monitor



As notas cobertas, de acordo com nossa pesquisa e nosso recorte, não se apresentam no telejornalismo local como formato agrupado na classe das produções preferenciais, com 11% de representação entre os formatos. A predominância das notas ao vivo (48 notas ou 30%) em relação às cobertas nos dá pistas de que, na impossibilidade de captação de imagens (que em sua quase totalidade se transformam em VT's), a opção preferencial é ler a notícia em estúdio.

Um pouco mais elaborada que a nota ao vivo, a nota coberta é composta por uma cabeça do apresentador, em estúdio, seguida de sua narração em off, quando são exibidas imagens externas. Recurso muito utilizado no tratamento de assuntos e/ou temas internacionais, quando as imagens são fornecidas por agências de notícias, os textos das notas cobertas em geral são breves e respondem apenas às perguntas fundamentais (o que, quem, quando, onde e, eventualmente, como e por que). O uso desse tipo de forma é muito comum em registros de fatos e/ou acontecimento de destaque reduzido na estrutura editorial do programa.

De toda maneira, cumpre-nos ressaltar o caráter localizado das notas cobertas- 75% no Jornal da Alterosa, 100% no Jornal da TVE e 80% no MGTV2, bem como o predomínio do direcionamento negativo às produções do tipo.

Gráfico 24- Notas cobertas- Jornal da Alterosa



Gráfico 25- Notas cobertas- Jornal da TVE

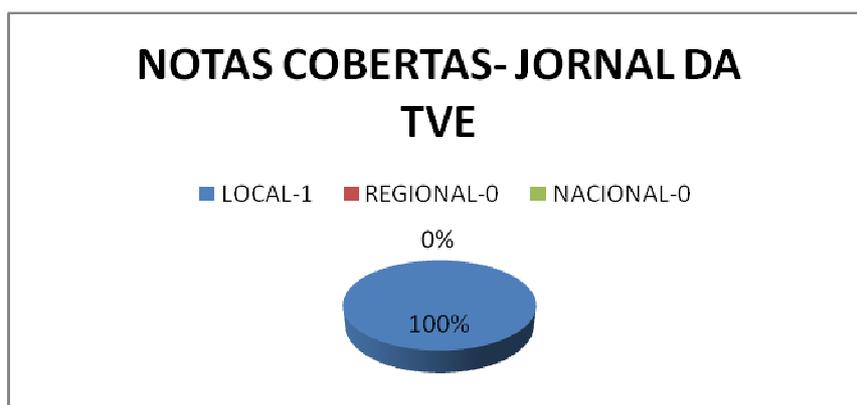


Gráfico 26- Notas cobertas- MGTV2

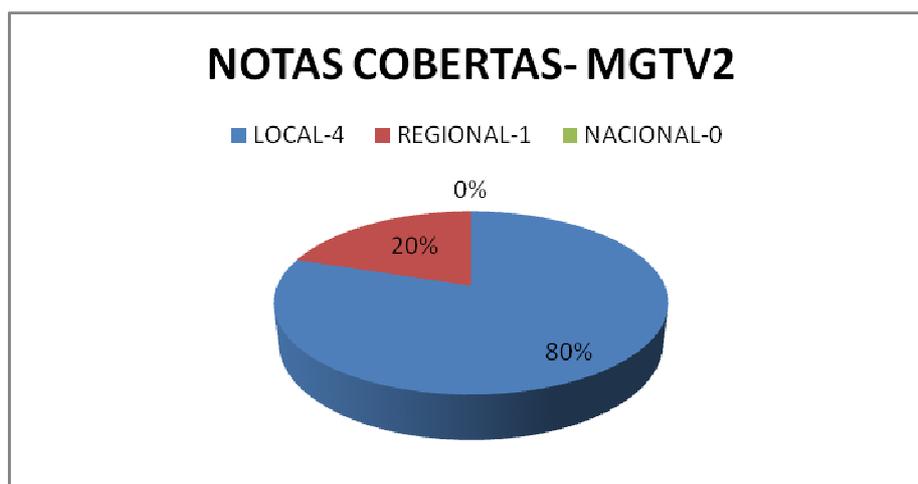


Gráfico 27- Notas cobertas- Jornal da Alterosa- Direcionamento

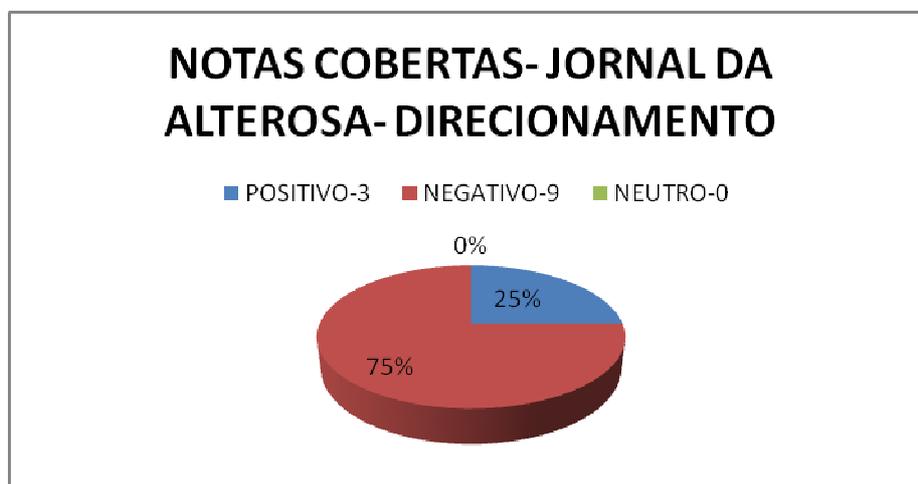


Gráfico 28- Notas cobertas- Jornal da TVE- Direcionamento

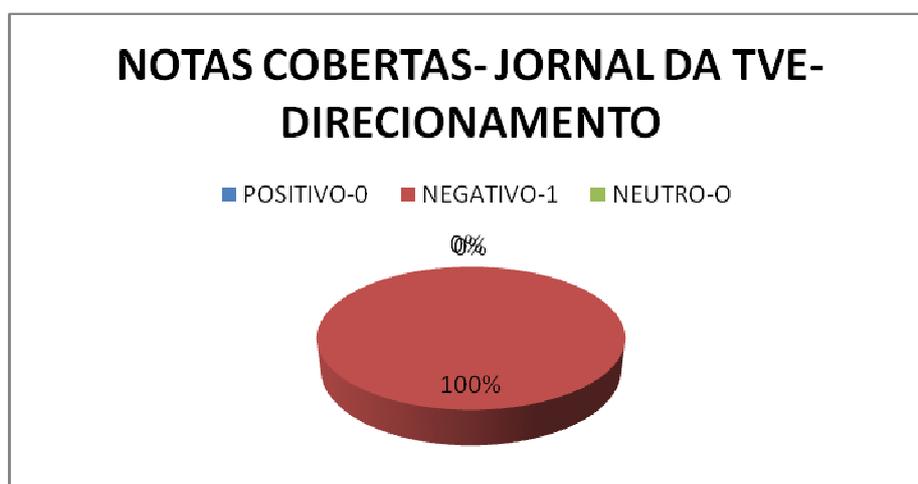
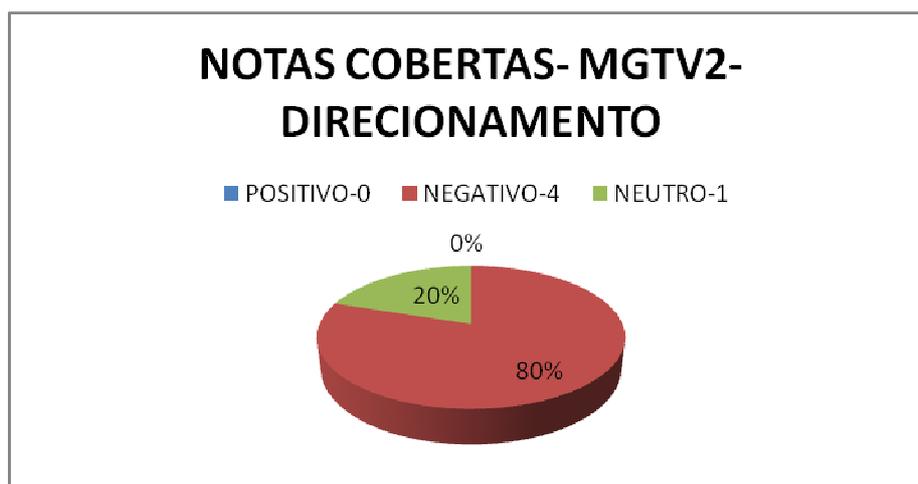


Gráfico 29- Notas cobertas- MGTV2- Direcionamento



A nota ao vivo é uma forma mais simples de apresentação da notícia em televisão, com a leitura de uma informação em estúdio pelo apresentador. Bastante presente dos primeiros telejornais em todo o mundo, o formato da “cabeça falante” guarda grande semelhança com o radiojornalismo. Isso ocorre porque, apesar da televisão ser um veículo audiovisual, que reuniria dois canais na apresentação da mensagem, na nota ao vivo ou nota pelada todas as informações são passadas através do canal do áudio, uma vez que a imagem fixa do apresentador em estúdio não acrescenta nenhum dado novo, complementar. As variações na expressão do jornalista em estúdio e mesmo a eventual utilização de selos relacionados ao tema da notícia atuam no sentido de reforço da mensagem transmitida via áudio. As notas ao vivo somam 30 inserções no Jornal da TVE, 12 notas no MGTV2 e seis notas no Jornal da Alterosa.

No total, as notas ao vivo agrupam 30% do formato de apresentação da notícia nos telejornais locais. Representam, sobretudo, a possibilidade de a população não juizforana, que tem a emissão de seus rostos em vídeo pouco exibida na tela, ter os “nomes” de seus municípios inseridos na narrativa.

Gráfico 30- Notas ao vivo- Jornal da Alterosa



Gráfico 31- Notas ao vivo- Jornal da TVE

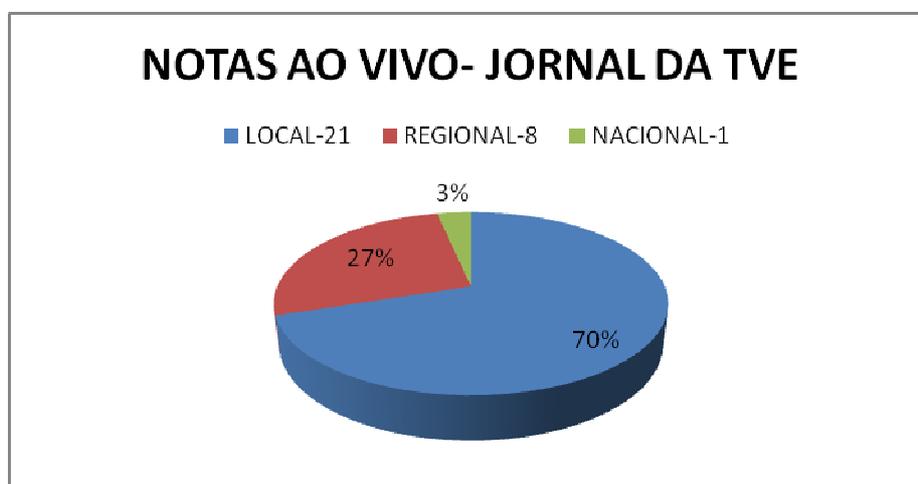
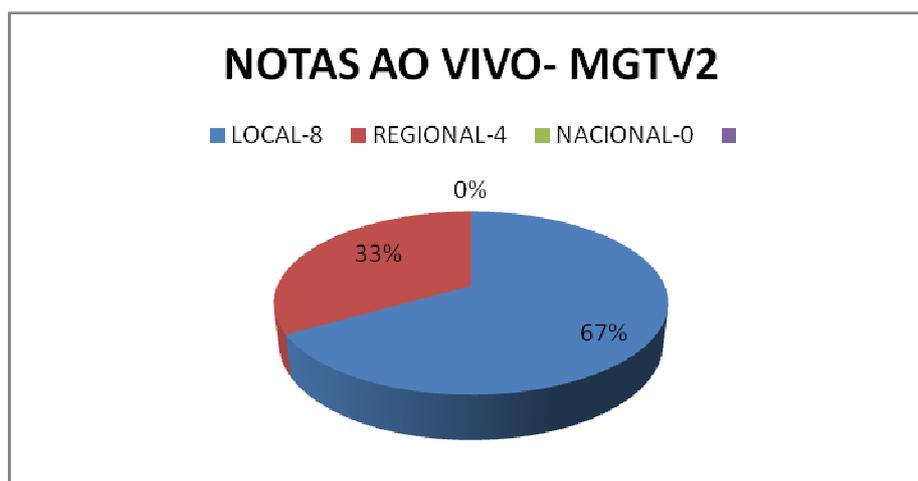


Gráfico 32- Notas ao vivo- MGTV2



O caráter localizado da produção das notas ao vivo predomina, com 67% No Jornal da Alterosa, 70% no Jornal da TVE e 67% no MGTV2. Entretanto, a “localidade

contabilizada” aqui divide espaço entre Juiz de Fora e cidades da região, com temáticas predominantemente factuais. No Jornal da Alterosa, das seis notas ao vivo (pouco mais de uma nota por edição), as *hard news* juizforanas encabeçam três produções: “Polícia apreende mídias falsas na Avenida Rio Branco em Juiz de Fora” (03/05/10); “ PM apreende máquinas caça-níqueis em Juiz de Fora” (06/05/10) e Servidores do Ibama entregam cargos em Juiz de Fora” (07/05/10). Nas outras três notas, outras cidades e a região são contemplados: “Tribunal de Justiça declara greve dos professores estaduais ilegal” (04/05/10); “Começa a campanha do agasalho da TV Alterosa” (04/05/10); “Adolescentes presos em cadeia de Muriaé são transferidos” (06/05/10).

No MGTV2 as notas seguem padrão semelhante de representação de Juiz de Fora e cidades vizinhas, tentando estabelecer contato com o telespectador local/regional, em aproximadamente duas notas vivo por dia, vínculo forjado nas matérias policiais e políticas: “ Avanço da dengue em Juiz de Fora” (03/05/10); “Desembargador declara greve dos professores estaduais ilegal” (04/05/10); “Homem é preso em Chácara” (04/05/10), “Cassação do Prefeito e Vice Prefeito de Arantina” (04/05/10); “Associação Comercial lança ouvidoria do Comércio em Juiz de Fora” (04/05/10); “Ônibus é assaltado na Avenida Independência” (05/05/10); “Professores estaduais mantêm greve” (05/05); “Prefeito e vice de Arantina reassumem (05/05/10); PT e PMDB terão chapa única” (06/05/10) e “Os números da dengue em Juiz de Fora” (06/05/10).

Sintomático observar que, ao se abordar ruas e avenidas em Juiz de Fora, tais nomes de logradouros não vêm acompanhados do nome da cidade, no primeiro parágrafo da nota como acontece com os outros municípios. É como se, no consumo diário dos telejornais, o telespectador de outras cidades subentendesse que, ao falarmos de Avenida Rio Branco ou Independência, falamos automaticamente da “Rio Branco” e da “Independência” juizforanas, mesmo que os nomes sejam comuns em outros municípios mineiros.

O Jornal da TVE surge em nossa pesquisa como o telejornal com maior número de notas ao vivo: 30 notas, sendo 21 delas de caráter localizado. Nestas, destacamos o tom institucionalizado do texto, com notas oficiais de diversos órgãos e entidades, re-produzidos em tom de release, como os exemplos: “PM divulga balanço de operação” (03/05/10); “Inscrições para o Senai” (03/05/10); “Muriaé integra consórcio de saneamento da Zona da Mata” (04/05/10); “Engeval assume melhorias no Aeroporto” (04/05/10); “Expominas ganha antena de celular” (05/05/10); “Instituto Cândido Tostes faz 75 anos” (06/05/10). As matérias “duras” também se apresentam em metade das

notas ao vivo, com temáticas sobre “O avanço da dengue em Juiz de Fora(03/05/10)”; “Vendedor preso na Vila Olavo Costa”(03/05/10); Senhora é vítima de fraude em Barbacena” (04/05/10) e “Acidente próximo à Ressaquinha” (06/05/10).

Gráfico 33- Notas ao vivo- Jornal da TVE- Direcionamento

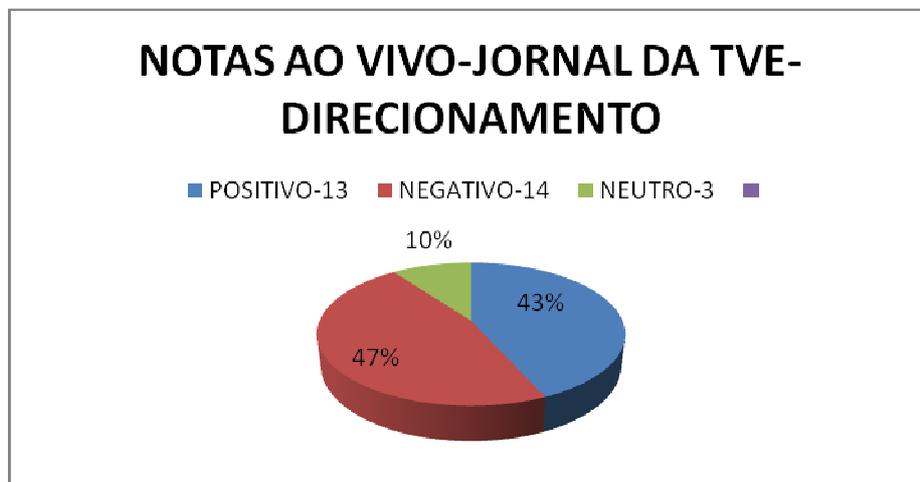


Gráfico 34- Notas ao vivo- Jornal da Alterosa- Direcionamento

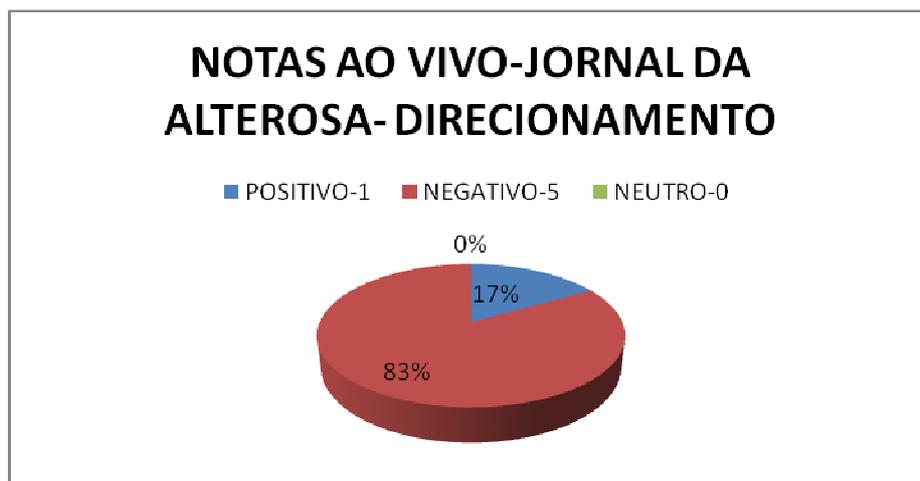
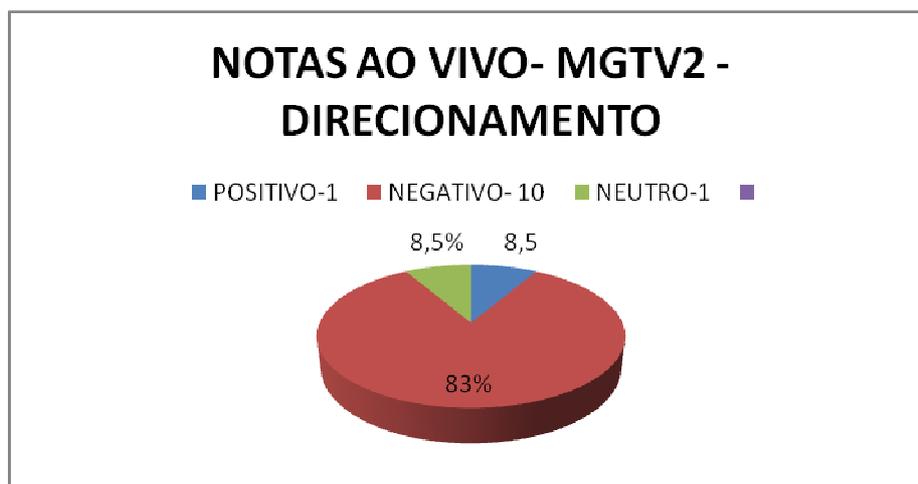


Gráfico 35- Notas ao vivo- MGTV2- Direcionamento



Quando analisamos, de acordo com os gráficos acima, o direcionamento das notas ao vivo, percebemos a tendência de matérias negativas (pelo predomínio do factual e das notícias de acidentes, apreensões da polícia, prisões, fraudes, dengue). Essa perspectiva se insere em 83% no Jornal da Alterosa e também no MGTV2. O que não nos impede de observar que no caso específico do Jornal da TVE um panorama muito diferenciado em relação aos outros dois telejornais não se processa.

O aparente “equilíbrio” entre notas positivas (43%) e notas negativas (47%) se justifica na medida em que as notas duras- que em muito coincidem com as dos outros dois jornais- são mescladas com as notas oficiais, os releases televisionados.

Gráfico 36- Notas ao vivo- Jornal da Alterosa- Editorias

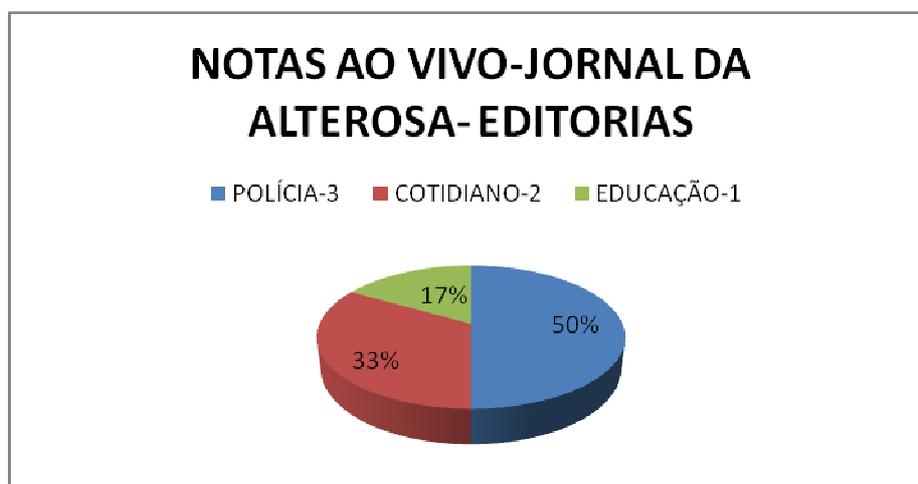


Gráfico 37- Notas ao vivo- Jornal da TVE- Editorias

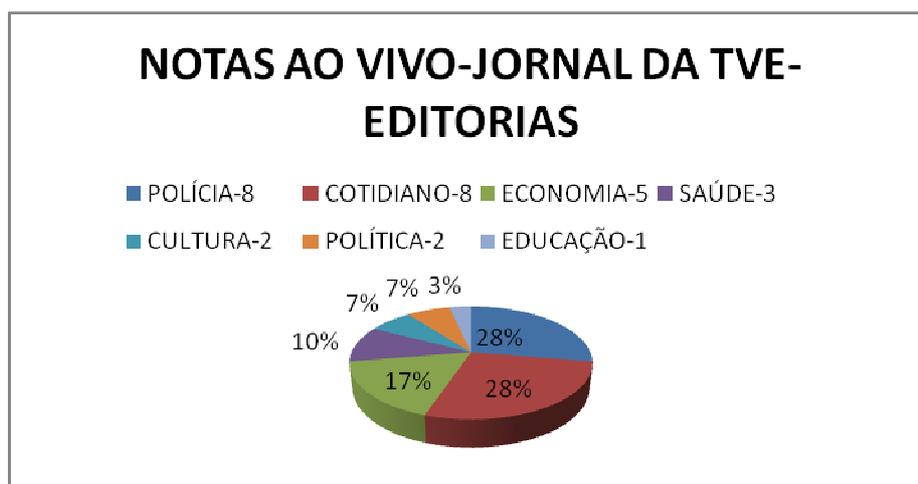
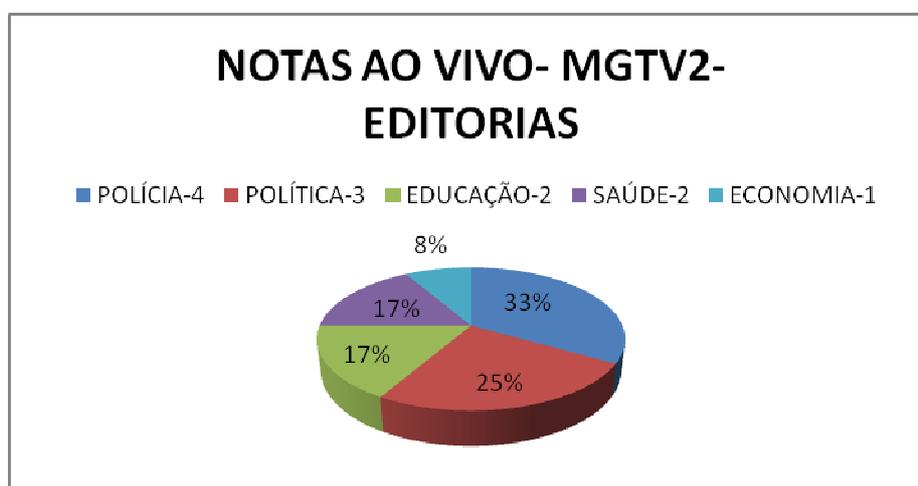


Gráfico 38- Notas ao vivo- Jornal MGTV2- Editorias



Desse modo, podemos afirmar que, nos três telejornais-recorte deste trabalho, na semana analisada, a população de Juiz de Fora e região teve suas cidades mencionadas em assuntos de viés negativo, com predomínio das editorias de polícia, política e cotidiano. Em resumo, e de modo exemplar, temos uma Vila (Olavo Costa) mencionada pelo vendedor preso “lá”; uma cidade (Arantina) representada por seu prefeito e vice-cassados; uma senhora em Barbacena vítima de fraude que poderia acontecer com qualquer senhora da cidade; um acidente próximo à Ressaquinha que poderia ter acontecido com qualquer um que passe por aquela BR.

A identificação, nesses casos, ancora-se na catarse dos problemas de cotidiano, enfrentados por personagens que sucumbem a outros. E que são auxiliados por mais outros, orientados por outros...conforme veremos no próximo tópico. Apesar de ser a

última categoria apresentada ela é também a mais relevante de nossa análise de conteúdo, se levarmos em conta o enfoque adotado, em uma estratégia narrativa dessa dissertação que poderia lembrar o recurso dramático de reservar aspectos importantes para o final.

6.2 Os personagens na dramaturgia do telejornalismo local

Os papéis desempenhados pelos 526 personagens, mapeados entre repórteres, âncoras, especialistas, fontes oficiais e população em diferentes VT's e editorias, nas três emissoras, seguem uma espécie de roteiro ou estrutura-modelo recorrente, que guarda semelhanças com a narrativa dramática clássica. Assim é possível falar em algumas categorias ou tipos de personagens-padrão, que surgem nas histórias-matérias analisadas.

Dentre os papéis propostos pela dramaturgia do telejornalismo (COUTINHO, 2006) que poderíamos chamar de essenciais ou fundamentais nas narrativas locais analisadas estão os de: mocinho, vilão, herói, vítima, expert ou especialista, mediador, beneficiado, fiscal e ainda o de "musa" ou troféu em disputa. Há ainda algumas variações destes papéis tipo padrão, que seriam os de neomocinhos ou vilões regenerados/ arrependidos e heróis fracassados, em aparições restritas. Além dos tipos de papéis já destacados e propostos por Coutinho, outra categoria, estabelecida no desenvolvimento desta dissertação teve participação relevante no conjunto das 15 edições analisadas: o arauto.

O arauto (do francês antigo: *heralt*) pode ser compreendido como o mensageiro oficial na Idade Média, uma pré-forma do diplomata. O arauto fazia as proclamações solenes, verificava títulos de nobreza, transmitia mensagens, anunciava a guerra e proclamava a paz. Na monarquia moderna, o arauto passa a apregoar casamentos reais ou aclamações dos reis.

Na tradição católica, Lúcia é categorizada como arauto de Nossa Senhora de Fátima. No dia 13 de Maio de 1917, três crianças -Lúcia de Jesus dos Santos (10 anos), e seus primos, os irmãos Francisco Marto (9 anos) e Jacinta Marto (7 anos) afirmaram ter visto "...uma senhora mais branca que o Sol" sobre uma azinheira de um metro ou pouco mais de altura, quando cuidavam de um pequeno rebanho na Cova da Iria, freguesia de Aljustrel, pertencente à Vila Nova de Ourém, Portugal. As aparições repetiram-se nos cinco meses seguintes e seriam portadoras de uma mensagem ao

mundo. A 13 de Outubro de 1917 a aparição disse-lhes ser a Nossa Senhora do Rosário de Fátima.

No relato católico, Lúcia via, ouvia e falava com a aparição, Jacinta via e ouvia e Francisco apenas via, mas não a ouvia. Lúcia tinha, portanto, sua função de arauto potencializada em relação às outras duas crianças, pela própria amplitude de seus sentidos. Fugindo das amarras e polêmicas que envolvem a crença ou descrédito nas aparições- que não nos interessam no âmbito deste trabalho - é importante perceber como as mortes de Francisco em 1919 e de Jacinta no ano seguinte - quando ainda eram crianças - colocam Lúcia no papel de contadora oficial da história até sua morte em 2005. Os relatos destes acontecimentos, bem como os três segredos⁵³ ou mistérios de Fátima- revelados aos capítulos ao longo de seis décadas, foram redigidos pela então Irmã Lúcia a partir de 1935, em quatro manuscritos, habitualmente designados por Memórias I, II, III e IV. Deve-se à Lúcia, “mulher de carne e osso”, portanto, a celebração, o protagonismo no relato dos fatos e a manutenção da narrativa “ofertada” por Nossa Senhora- de Fátima.

Em contexto contemporâneo, Joseph Kizerbo, amparado nos estudos de Stuart Hall, estuda a função do arauto como mantenedor das culturas africanas na atualidade. Kizerbo entenderá que a questão do arauto, a sua figura e simbologia estão inseridas numa “posição de destaque, pois lhe cabia transmitir a tradição histórica: era o cronista, o genealogista, aquele que dominava a palavra, o anúncio das coisas.” (KIZERBO, 1982, p. 77). Nessa perspectiva, o autor analisa romances que ressaltam o papel do arauto enquanto mantenedor da cultura oral africana. O romance Ponciá Vicêncio parece-nos inserir-se nesse contexto. Com temática afro, o narrador nos brinda com personagens que cumprem esse papel na narrativa, como é o caso de Nêngua Kainda, sem a qual o enredo não se desenrola e não avança.

Nessa percepção, a figura do arauto pode ser entendida como função socializadora, de anúncio e proclamação. Torna-se tradutora de uma cultura, de uma identidade e anunciadora das mesmas - função que muito se relaciona com esta representada pelos telejornalistas aqui analisados.

Seja no caso arquetípico do arauto da Idade Média, no papel de Lúcia como portadora privilegiada de segredos, ou no de Nêngua Kainda para manter a cultura afro,

⁵³ Os segredos eram constituídos por três partes, de carácter profético e interpretados simbolicamente: a visão do inferno (1), a conversão da Rússia (2) e a luta dos ateus contra a igreja (3). As duas primeiras partes foram reveladas em 1941 num documento escrito por Lúcia. A terceira parte foi escrita por Lúcia em 3 de Janeiro de 1944, por ordem do bispo de Leiria, e revelada em 2000.

a função desse “personagem” emergiu em nossa análise de maneira sistêmica e freqüente, exigindo-nos sua incorporação em nossos esquemas de dramaturgia. Repórteres, cinegrafistas e âncoras colocam-se na posição de proclamadores de boas (ou não tão boas) novas e as ofertam/negociam com seu público ao longo de cada matéria que “anunciam”. E, nesses casos, a função de jornalista como fiscal ou mediador de determinada sociedade cede espaço para seu papel enquanto mantenedor da tessitura da trama. Ele passa a ser – ou ao menos presume isso - um indivíduo aceito e autorizado pela comunidade ou audiência para coordenar e realizar a anúncio, contar a história. É aquele que, na narrativa, mais vê, ouve e fala.

É ainda o arauto que, na maioria das vezes, irá nos apresentar as funções dos outros personagens no desfecho da narrativa telejornalística: as razões que levaram a vítima a se sentir como tal, o contexto responsável pela criação do vilão, a descrição do cenário onde se passa a trama, e, sobretudo, apresentar os beneficiados, heróis, mocinhos e troféus, em matérias de celebração.

Em nossa análise, eles somam 51 inserções ou quase 10% de todo o nosso “elenco” local. Somam seis inserções no JA e 12 no MGTV2. Esse personagem povoa em maior amplitude o telejornal da TVE, com 33 aparições, o que representa 16% dos papéis escalados nesse noticiário. Exemplo da atuação do arauto pode ser observado na matéria “Comemoração ao dia do Trabalho em Juiz de Fora” (03/05/10)

Nela, a âncora-arauto Alessandra Cury anuncia as boas novas ao oferecer a chamada “O Dia do Trabalho do Sesc campestre em Juiz de Fora foi comemorado com muita animação e atrações gratuitas”. Em seguida, a repórter Larissa Zimmermann, segundo arauto dessa narrativa, complementa em *off*, no VT, o anúncio feito pela âncora: “Um dia de lazer e recreação. Assim foi comemorado o Dia do Trabalhador em Juiz de Fora. O grande público aproveitou a tarde de sábado para fazer um programa diferente”.

Em seguida, surge o chefe do Sesc Pousada, na condição de mocinho, anunciando seus bons atos e convicções: “Nós estamos aqui promovendo uma festa aonde as pessoas que comparecem podem ter diversas atividades, na busca de trazer para essa classe um dia de lazer, um dia de cultura, enfim, um dia de festa”. O povo-fala, no papel de beneficiado pela iniciativa do SESC, anunciada pelos arautos, também profere seu discurso, misturando alegria e redenção:

“POVO1: Excelente. Tá valendo a pena.

POVO 2: As crianças é que gostam. Estamos aguardando um pouquinho pra daqui a pouco começar.

POVO 3: To achando legal, muito bom.

POVO4: Tem que ter ao menos uma vez na vida uma liberdade. Né? Fazer o que? Não é só trabalhar não, tem que curtir também. Tem que ter o dia da gente, não tem não?”(JORNAL DA TVE, 03/05/10)

Na dramaturgia do Jornal da TVE, o arauto só perde destaque para a figura clássica do mocinho, que tem 41 aparições ou 20% do total. Convém lembrar ainda que os arautos dependem sistematicamente dos mocinhos para sua existência, já que aqueles anunciam as boas atitudes, o progresso e as belas histórias ofertadas por estes, protagonistas por natureza.

No Jornal da Alterosa e no MGTV2 a categoria vítima se coloca em cena com presença expressiva, liderando as 31 tipificações existentes no telejornal da afiliada da Rede Globo, com 29% do total e as 76 tipificações encontradas no da afiliada do SBT, ou 36% do total de personagens. Convém lembrar que o tempo de exibição do MGTV2 é praticamente a metade do JA, o que nos leva a admitir que o número de aparições do personagem vítima se equipara nos mesmos. No telejornal da TVE, as vítimas ocupam o terceiro lugar no ranking de aparições, com 29 personagens ou 14% do total de inserções do mesmo na narrativa específica.

Facilmente identificável no telejornalismo local e fortemente associável ao cidadão comum na narrativa - já que repórteres, âncoras e especialistas não são escalados para tal papel em nosso recorte - a vítima figura como aquela que, à mesma maneira do discurso cristalizado pelo senso comum e do “drama clássico”, sofre com as situações, exige a restauração da ordem. É alguém que foi lesado, injustiçado, que cobra por providências das “autoridades competentes”. Ou ainda o personagem que dá seu testemunho de mazelas sofridas, para que sirvam de exemplo a telespectadores-vítimas potenciais ou produza na audiência um efeito catártico, cujo vínculo identitário se baseia na premissa do conhecido “podia ser eu, mas ainda bem que não foi”.

Em nossas edições, as vítimas sustentam suas falas sofrendo, principalmente, com as mazelas do atendimento no SUS; assaltos; com a greve dos professores; com a correria da vida moderna, das pessoas e carros; com a dengue; tráfico de drogas; pedofilia; queda de barranco; transtornos nas estradas; mau atendimento nos bancos e operadoras de telefonia; temor de assaltos.

Trazemos como história típica de inserção da figura da vítima, a matéria do Jornal da Alterosa de 04/05/10, “Moradores da Zona Norte temem trânsito de Juiz de Fora”. Nela, a âncora, em postura fiscalizadora sentencia a problemática e a introduz, em postura de denúncia: “Moradores da Zona Norte em Juiz de Fora pedem providências. Eles temem a falta de segurança da Curva da Miséria, que já provocou inúmeros acidentes”. O repórter-fiscal, numa passagem elaborada em plano sequência, descreve o cenário no qual se encontra e introduz as vítimas na narrativa, ao dizer: “O trânsito é intenso aqui na Avenida Olavo Bilac, um dos corredores de ligação entre a zona norte e o centro de Juiz de Fora. No trecho que fica aqui logo depois da curva conhecida como curva da miséria, a faixa é contínua e a velocidade máxima permitida é de 40km/hora. Mesmo assim, os moradores reclamam do excesso de velocidade no local. Não é isso, dona Izolina?”

Dona Izolina Israel, a primeira vítima das cinco presentes na matéria, entra em cena proferindo seu discurso de indignação: “Ah, é velocidade a toda hora, a todo o momento. Desde que moro aqui existe muito acidente. Mas agora complicou mais. Por quê? Porque eles não estão respeitando o canteiro. Um canteiro que não dá segurança nenhuma. É falsa segurança”. O repórter questiona a vítima: “Eles entram na contramão?”. Dona Izolina continua a apresentar suas queixas: “É direto. Moto, carro grande, carro pequeno. Você não tem noção do perigo que a gente corre”. As reclamações de Dona Izolina são reforçadas pelos discursos de mais quatro vítimas que surgem com o desenrolar da história. É o caso de dona Divina Ubaldina, que teve o neto arremessado por um veículo em alta velocidade.

A figura do fiscal - representada em mais de 90% dos casos por âncoras e repórteres - surge como segunda opção mais utilizada na narrativa audiovisual do MGTV2 e do Jornal da Alterosa. No primeiro, soma 17 aparições, o que equivale a 16% do total. No segundo caso, 47 aparições ou 22% do “cast”. No Jornal da TVE, o papel de fiscal surge em quarto lugar, com 28 aparições, já que repórter e âncora, nesse telejornal, assumem a função predominante de arauto, com 33 aparições. Conforme exemplificamos na matéria acima e analisaremos de maneira mais aprofundada no capítulo seguinte, o fiscal assume uma postura de cobrança de atitude, de denúncia de irregularidades e injustiças.

O papel dos vilões é percebido nos três telejornais: 34 inserções ou 16% das edições no recorte do Jornal da Alterosa; 13 casos, 6% no Jornal da TVE e 10 ou 9% no MGTV2. Em 96% dos casos, o vilão é apresentado de maneira impessoal ao público: é

o governo em todos os seus níveis (municipal, estadual e federal); as operadoras de telefonia; bancos; a cegueira; o Sistema Único de Saúde. Quando “personalizados”, a caracterização é feita genericamente: traficantes, pedófilos, motoristas que excedem a velocidade, homem pedófilo de 59 anos. Em raros casos (4% das matérias analisadas), o vilão fica efetivamente explicitado. Como acontece em matéria do Jornal da Alterosa, de 03/05/10. A temática é a manifestação de professores por melhores condições de trabalho. O protesto tem como cenário Juiz de Fora, a Avenida Rio Branco. Nela, os manifestantes fazem uma “fogueira simbólica”, cujo sentido, nas palavras do coordenador da Subsecretaria de Leopoldina, Cid Lúcio Sena, na condição de vítima, “é queimar a Secretária de Educação, porque ela apresentou uma arbitrária de designar substitutos, ferindo a lei, ferindo o direito de greve dos educadores de Minas Gerais” (JORNAL DA ALTEROSA, 03/05/10). Na fala indignada da vítima, notamos a necessidade de explicitar a Secretária - e não a Secretaria - de Educação, caso seguissemos o padrão de oferta do vilão ao público.

No papel de vilão regenerado, temos uma ocorrência no MGTV2, de 03/05/10. Trata-se do Subsecretário de Saúde, Cláudio Reiff, que reconhece a “crise médica” em Juiz de Fora e tem expectativa de que “a situação se formalize em 15 dias”.

Oferecendo explicações ao público sobre as mazelas ou sobre celebrações, temos os especialistas ou experts. Nutricionistas, psicólogos, oftalmologistas, médicos, engenheiros, geotécnicos, advogados e uma vasta gama de personagens advindos na maioria das vezes da academia proferem discursos característicos de suas respectivas áreas. Representam 5% do total de personagens do Jornal da Alterosa, 12% do MGTV2 e 9% do Jornal da TVE.

Embora não encabecem a lista dos personagens mais freqüentes, é prudente não sucumbirmos à sedução dos gráficos e frisarmos que a figura do especialista representa um papel importante para a dramaturgia do telejornalismo local. Principalmente pelo fato de os “espaços de fala” reservados aos mesmos serem amplos, conforme percebemos nos seus vários minutos de emissão de opiniões e “ensinamentos”, contra cinco segundos ou menos reservados ao “povo-fala”, por exemplo.

Os personagens categorizados como beneficiados somam 8% do total no MGTV2, 7% no Jornal da TVE e 1% no Jornal da Alterosa. Nessa representação o cidadão comum geralmente ganha destaque, com predomínio das matérias de celebração. Podemos dizer aqui que o papel, passivo, do beneficiado se assemelha ao da vítima pelo caráter de “assistência ao cidadão” que lhe é conferido. Os papéis se

distanciam, e mesmo se contrapõem- no momento em que a vítima despeja suas reclamações e o beneficiado tece elogios a determinado fato ou caso.

Papel típico de beneficiados se apresenta no MGTV2 de 05/05/10, sobre o “Aumento de vendas nos supermercados de Minas”. Na matéria, de cunho alvissareiro, o repórter-arauto anuncia a boa nova em off: “Supermercados de pequeno porte localizados em bairros, adotam estratégias para vender mais, se unem em redes que favorecem a negociação com fornecedores e garantem menor custo das mercadorias. Com mais ofertas, o consumidor acaba comprando mais”. O consumidor beneficiado aparece em sequência, em povo fala: “A gente sempre tá levando alguma coisa pras crianças, um biscoitinho, tá dando pra levar sim”. Outro beneficiado, o assessor de comunicação do Supermercado Nelson Jr declara mais adiante: “O processo de compras hoje tá diretamente ligado à motivação dos clientes. No nosso entendimento, o varejo de supermercados tem sabido bem aproveitar os sazonais, as grandes ocasiões, os grandes eventos. E, por isso, tem crescido em número superior aos demais setores da sociedade”.

Os heróis somam, nos três telejornais 41 aparições e representam 7% dos personagens presentes no Jornal da Alterosa, 11% no Jornal da TVE e 1% no MGTV2. Notamos aqui relação direta da presença desse tipo de personagem com as matérias de celebração, de viés positivo, o que justifica a maior presença deste tipo de personagem no Jornal da TVE. A gráfica braile, que beneficia os deficientes visuais em Juiz de Fora; o SAMU, que salva vidas juntamente com seus médicos; e a própria cidade de Juiz de Fora, completando seus 160 anos e sobrevivendo aos desafios, são exemplos de heróis. Destacamos ainda, a posição da Polícia, principalmente no Jornal da Alterosa, como heroína mantenedora da ordem. Apenas um caso de herói fracassado surge na narrativa e se apresenta no MGTV2, na figura de João David Lamas. João é o prefeito de Silveirânia que não consegue solucionar os problemas advindos de um barranco que caiu.

A categoria “troféu” figura apenas no Jornal da TVE e está presente em seis casos, como o do “Benfica Esporte Clube”, clube de futebol que completa 73 anos e é orgulho do Bairro ou o “Juiz de Fora Bola Show”, “clube criado no Santa Luzia para a diversão da comunidade”, na narração do repórter. Miguel e Vinícius, crianças “salvas” pelo banco de leite de Juiz de Fora e suas mães corajosas, também são exibidos como troféus, em matéria sobre “Encontro de mães doadoras e receptoras do Banco de leite em Juiz de Fora”. A coordenadora do evento, Márcia Mizrahy, na condição de heroína,

discursa destacando o papel das mães receptoras do leite (vítimas) que exibem suas crianças-troféu saudáveis e das mães doadoras (heroínas). “O objetivo desse evento é homenagear as mães, que com tanto amor, tanto carinho, doam o leite para os bebês de outras mães, que estão internados nas UTIs. Muitas vezes essas mães estão emocionalmente abaladas e não estão em condições de produzir uma quantidade adequada de leite pros seus bebês. Então é homenagear, é agradecer. Porque é um ato de tanto amor, de tanto carinho” (JORNAL DA TVE, 06/05/10).

O papel de mediador é pouco utilizado, inclusive por âncoras e repórteres que, como vimos, se alternam nos papéis de fiscais e arautos. Não aparecem nessa semana no Jornal da TVE, significam 1% do total de personagens do MGTV2 e 3% do Jornal da Alterosa.

Gráfico 39- Personagens- Matérias- Produção local- Jornal da Alterosa

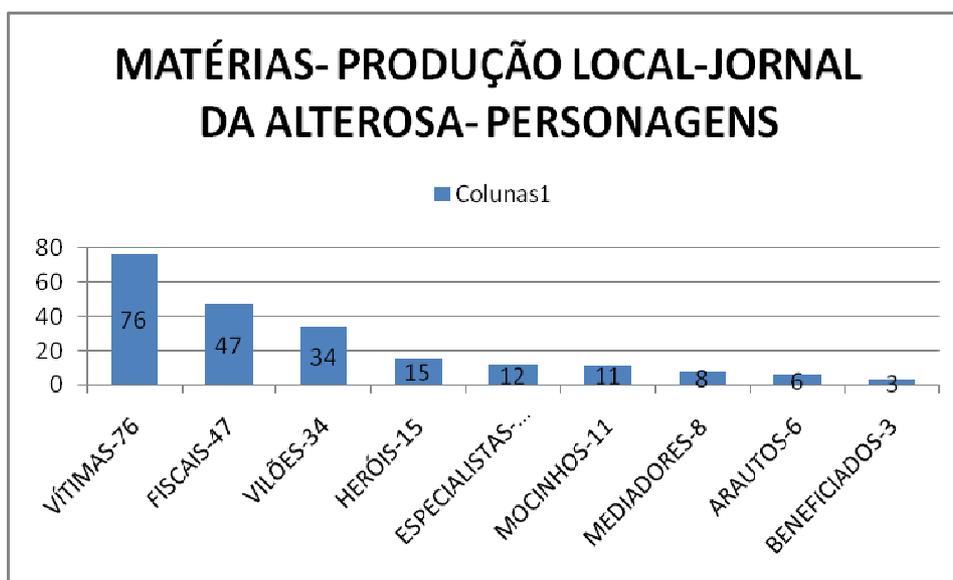


Gráfico 40- Personagens- Matérias- Produção local- Jornal da TVE

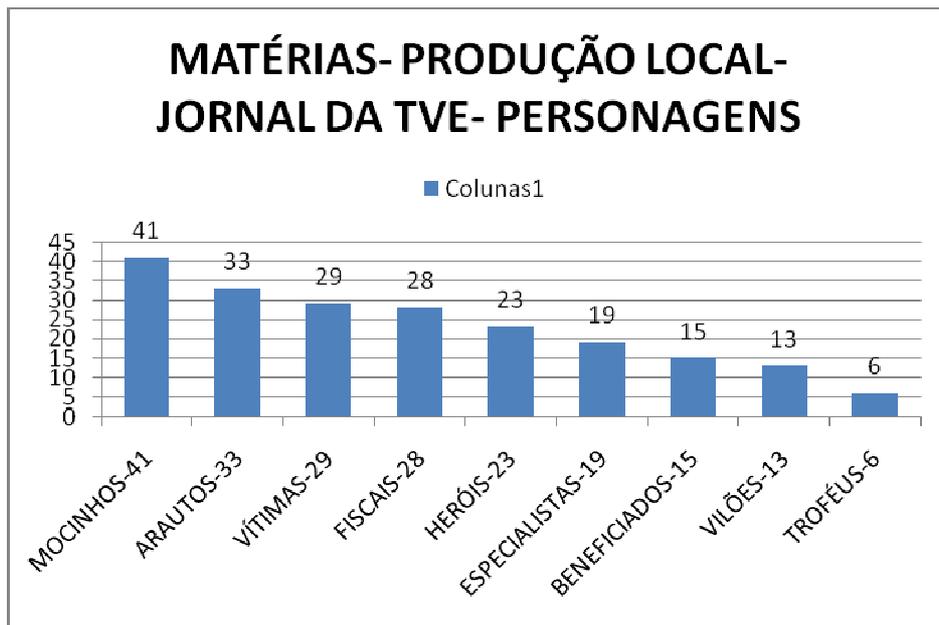
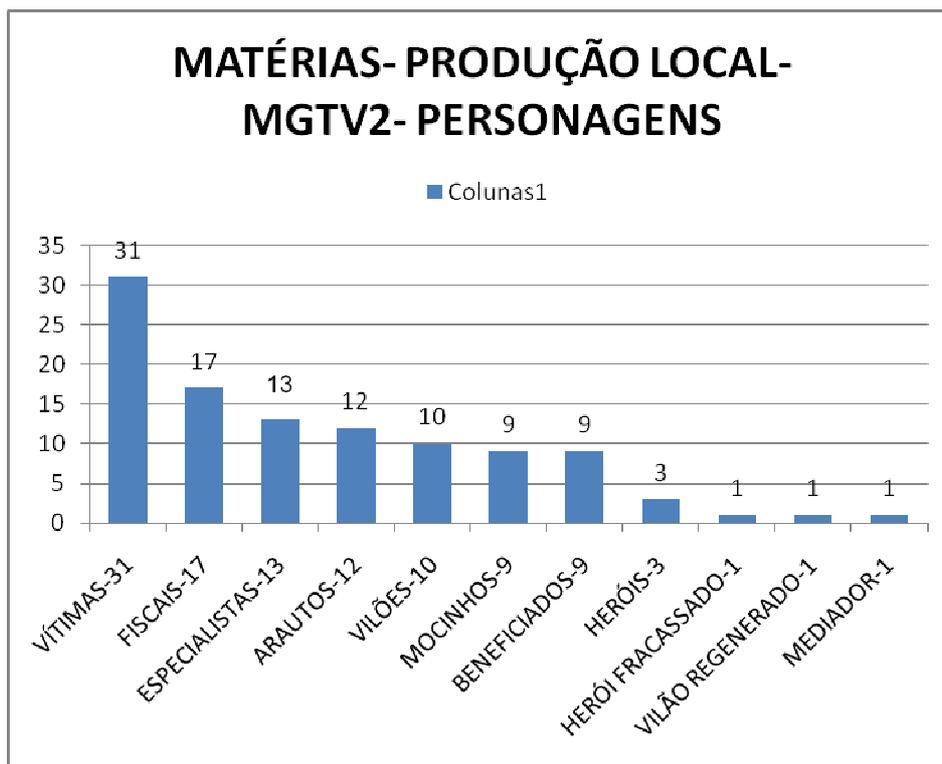


Gráfico 41- Personagens- Matérias- Produção local- MGTV2



7 Análise textual da TV nos VT's do Jornal da Alterosa Edição Regional, Jornal da TVE e MGTV 2ª Edição

Após a realização da análise de conteúdo, que contemplou uma semana de edições de cada um dos três telejornais locais na seção anterior, buscamos estabelecer um diálogo entre as observações gerais já efetivadas e o caso específico do uso de personagens inseridos na dramaturgia do telejornalismo, por meio da Análise Textual da TV, proposta por Caseti e Chio (1997). Até o momento observamos a relação das emissoras com o público imaginado pelas mesmas, por meio dos diversos formatos de apresentação da informação. Priorizaremos nesse capítulo os VT's como objetos de análise. Como explicamos anteriormente, trata-se do formato mais elaborado para apresentação da notícia em um telejornal.

Já percebemos, com base na avaliação do conteúdo geral, que as matérias de produção local são palco privilegiado de “atuação” destes personagens, dentre os quais o povo se encontra inserido e com “lugares de fala” demarcados. A análise textual da TV permite uma abordagem qualitativamente mais aprofundada sobre a questão, em consonância com o aporte teórico utilizado. As representações delineadas pela análise de conteúdo passam, na análise textual da TV, a ser avaliadas nos efeitos de sentido globais que produzem. Desse modo, não se trata apenas de medir quantitativamente a presença de determinados temas, figuras ou ambientes, mas colocar em relevo a arquitetura e funcionamento dos programas analisados, bem como a disposição de vítimas, mocinhos, vilões, mocinhos, arautos e outros personagens em cena, até então ilhados em unidades semânticas.

Conforme o quadro detalhado no capítulo sobre metodologia, nossa análise priorizará, nas 77 matérias produzidas localmente e seus 526 personagens apontados, esquemas de leitura baseados em um eixo principal proposto por Caseti e Chio: ***Sujeitos e Interações***. As categorias “Texto verbal e texto audiovisual”, “História”, “Colocação em cena”, e “Análise da significação”, também apontadas pelos autores para a análise textual da TV não foram desprezadas. Mas, em virtude das dimensões de nosso trabalho, esses aspectos figuram de maneira indireta nas análises que gravitam em torno do eixo principal. Sendo assim, a categoria narrativa do “personagem” e sua interação em cena foi quem orientou todo o processo de interpretação, descrito a seguir.

Os espaços de fala reservados, além do estilo de comportamento dos personagens nas matérias (a função de cada sujeito no desenvolvimento da narrativa), são elementos fundamentais para avaliarmos a sintomática da inserção popular no telejornalismo local. As maneiras como os personagens interagem entre si são o foco prioritário deste primeiro esquema de leitura.

Casseti e Chio argumentam que “o estilo de comportamento dos sujeitos” (1997, p.252) dá pistas sobre a representação do/para o público que se pretende ofertar via TV, principalmente por sua interação com os outros personagens. Deixamos clara a concepção de representação adotada em nossa pesquisa, tributária dos estudos culturais e elucidada por Simone Rocha (2008). A pesquisadora retoma Raymond Williams (1976, p.269) para distinguir dois sentidos da palavra “representação”. No mundo da arte é sinônimo de “reprodução acurada”. Interessa-nos a segunda definição, mais recente, que significa, grosso modo, “como a realidade é apresentada nos estudos culturais e nos estúdios de *media*”. (ROCHA, 2008, p. 88). Para Stuart Hall, sob ângulo construtivista, a representação pode ser entendida, de modo semelhante, a um “mapa conceitual” (1997), ou seja, uma construção social onde as pessoas só se comunicam de forma significativa se compartilharem um mapa similar.

Não existe, neste contexto, um significado inerente às coisas, mas sim aquele construído e produzido como resultado de uma prática significativa, que faz as coisas adquirirem sentido. Hall, tal qual o fazem Berger e Luckmann em momento anterior, reconhece o caráter público e sócio-cultural da representação, seu caráter construcionista e anti-essencialista. A discussão é fundamental para entendermos como as identidades se inscrevem nessa dinâmica interacional estabelecida via telejornalismo local.

7.1 A dor da gente também sai no (tele)jornal - o lugar das vítimas

Contradizendo a canção “Notícia de Jornal”, de Chico Buarque, as vítimas de nosso recorte têm aparições freqüentes na tela, e “saem no jornal”. O papel das 136 vítimas é prioritário no MGTV2 e no Jornal da Alterosa e terceiro personagem mais frequente no Jornal da TVE. O termo vítima vem do latim *victimia* e *victus* e significa vencido, dominado. No sentido originário, vítima era a pessoa ou animal sacrificado aos deuses no paganismo. No sentido geral, vítima é a pessoa que sofre os resultados infelizes dos próprios atos, dos de outrem ou do acaso.

Quais as posições de sujeito construídas pelas vítimas na narrativa televisiva onde aplicamos nosso desenho metodológico? Temos, em nosso corpus, os personagens-vítimas “sacrificados”, sofrendo sobretudo por atos dos outros, em estilos de comportamento que seguem rigorosa e predominantemente seis posturas: sofrimento “pulsante”, sofrimento generalizado e/ou vítima “em off”, indignação, apreensão, resignação, e lesão. Os apontamentos de Goffman (2008) sobre a “representação do eu na vida cotidiana” ofertam-nos significativa contribuição, especialmente para essa categorização. Em sua obra, o autor caracteriza os “veículos de indícios” (2008, p.11) disponíveis para transmitir a informação. Por meio deles, os observadores aplicam no desconhecido indicações e estereótipos, a partir da conduta e aparência destes.

No MGTV2, as vítimas são colocadas em cena como “pessoas do povo”, com falas e expressões que manifestam os sentimentos que as permitem transitar por este lugar de fala. E tentam, assim, impressionar o “outro” observador - o jornalista que o entrevista ou mesmo o telespectador “do outro lado”- em tom que transita entre o lesado e o indignado. O povo se mostra revoltoso, particularmente com os entraves burocráticos e econômicos em Juiz de Fora e região. E, de certa forma, cristalizando a macro idéia de que, atrelados ao desenvolvimento econômico vêm os problemas com a prestação de serviços e comercialização de bens de consumo. Das 31 vítimas nos VT’s locais do MGTV2, 14 se mostram indignadas e 10 lesadas. Abaixo, a tabela explicita a classificação realizada em nosso estudo:

Tabela 3 - tipo de vítima no MGTV2

MGTV2- TIPO DE VÍTIMA	NÚMERO DE APARIÇÕES
INDIGNADA	14
LESADA	10
RESIGNADA	3
APREENSIVA	2
SOFRIMENTO LATENTE	2
VÍTIMA GENÉRICA OU EM OFF	0

A relação “repórter-fonte” antecipa uma performance de desabafo, onde o primeiro “ouve” as mazelas do segundo que se exalta ou, ao contrário, fala baixo, lamenta pelo sofrimento-martírio inevitável. O discurso de pessoas resignadas pode ser exemplificado na matéria que aborda a “Queda de barranco em Silveirânia”. A queda faz com que uma estrada de chão seja interdita. Mas, enquanto o repórter qualifica em

off o perigo de um novo desmoronamento, um homem passa, segurando em suspenso sua bicicleta, pela estrada e suas barreiras. Enquanto faz sua travessia, é questionado pelo repórter: “O senhor não tem medo de passar aqui não?” Em tom resignado, com voz baixa e timidez, o homem profere sua única fala na narrativa: “Todo mundo tá passando né? Tem outro modo não” (MGTV2, 03/05/10).

A título de exemplificação, a resignação da vítima operou também em matéria de 06/05/10, abordando o aumento do preço da comida nos restaurantes de Juiz de Fora. O repórter, em sua passagem, anuncia o problema: “De um ano pra cá, houve um aumento de pelo menos 10% no preço da comida a quilo nos restaurantes de Juiz de Fora. E o consumidor já percebeu. E sabe que vai ter que gastar um pouco mais. Ou comer um pouco menos Eveline escolheu a segunda opção.” Eveline, a vítima resignada, como que impossibilitada de resolver a questão - o aumento de preços - conforma-se e desabafa, num restaurante da cidade: “A gente dá uma controlada, pesa assim bastante salada”.

Entre indignados, temos como ilustração a fala do médico Wagner Víctor, se mostrando revoltoso com os transtornos da BR267. Ou com os “90 Km de insegurança”, conforme adjetiva o repórter na matéria sobre a má conservação da rodovia. Wagner, de dentro de seu carro, explica que a situação é “Extremamente desconfortável. Risco de vida e um desrespeito a quem paga os impostos em dia. Nós nos sentimos violentados no nosso direito, porque a gente não vê o nosso imposto reverter em benefício de todos”. (MGTV2, 04/05/10).

A matéria “Reclamações contra a telefonia em Cataguases”, de 07/05/10, ilustra satisfatoriamente os dois posicionamentos predominantes da vítima no telejornal da afiliada da Rede Globo em nosso período de observação, bem como o tom econômico da abordagem. Anunciado pelo âncora como o setor que mais recebe queixas no Procon de Cataguases, o serviço de telefonia atua como vilão, em produção onde a primeira vítima, com o sugestivo nome de Laura Batalha, lesada pelas operadoras e tendo que recorrer à Justiça, descreve seus entraves, sua tristeza pelos destratos: “Me senti muito ruim como consumidora. Esperava mais das operadoras, do atendimento pelo telefone. Eles vão te enrolando, te enrolando, te mandando para outro setor e nunca que você consegue resolver o que você está querendo”.

Já outra vítima, a jornalista Luciana Mello, aparece na trama oferecendo à narrativa a representação da indignação contra as operadoras de telefonia. A indignação se materializa inclusive como palavra, no discurso do repórter enquanto apresenta ao

público a história da jornalista: “Há dois anos uma enchente danificou a linha telefônica de várias residências em Cataguases. A de Luciana foi uma delas. Durante um mês, o telefone não funcionou. Foram dias ligando para a operadora, sem conseguir uma solução para o problema. No fim, ainda recebeu a conta para pagar. *Indignada*, entrou com um processo no juizado de pequenas causas, e foi indenizada em 1600 reais”. Depois do resumo de sua história, e já em “cena” Luciana completa que “Como cidadão a gente espera que o serviço seja bem prestado e que a gente tenha um atendimento satisfatório. Isso não aconteceu. Então, vai dando uma irritação enorme”.

Interessante destacar que, em outros casos, mesmo numa matéria em que os personagens-vítima sofrem por problemas cuja causa é uma doença ou ferimento, como o caso da matéria de 03/05/10, “Crise no HPS”, o enfoque tem nuances fortemente econômicas. Embora não figure nas falas das vítimas, que descrevem na tela a “dor física, material” estampada em seus rostos, o discurso de que “o dinheiro segrega e corrompe pessoas e princípios” se faz presente em outras instâncias como na fala do repórter ou na voz dos especialistas. Ou seja, nos personagens que não sentem na “própria pele” os malefícios gerados pela situação-problema.

Palavras típicas do “universo econômico”, como remuneração e prejuízo, povoam inclusive a chamada do âncora, que esclarece: “A baixa remuneração seria um dos motivos para o desinteresse dos profissionais em trabalhar no atendimento de urgência e emergência. Hoje de manhã apenas uma médica atendia no HPS, maior pronto socorro da região. Resultado: Prejuízo para quem depende do SUS”. Em off e mais adiante, a repórter auxilia na sustentação do discurso econômico: “Gilson Salomão (presidente do Sindicato dos médicos) diz que os médicos não querem trabalhar num local que é a porta de entrada da urgência e emergência em Juiz de Fora. Por causa do baixo salário, hoje de 2200 reais, incluindo os adicionais de penosidade”. Ainda nesta matéria, uma mãe cujo filho caiu e bateu a cabeça, lança seu discurso de indignação, discrepante daquele oferecido por fontes oficiais, especialistas, âncora e repórter. Sem crédito na tela, alheia às questões salariais da categoria médica - ou ao menos colocando este problema em segundo plano diante de sua situação - ela segura a criança do lado de fora do hospital e diz “Eu vou correr com ele para outro lugar, vou ficar aqui esperando não”.

Seu filho Wallace figura na tela, mas não se manifesta verbalmente. O que não quer dizer que não tenha força expressiva ou, nos termos de Goffman “veículos de indício” significativos. Serve, como no caso de um motociclista machucado que se

contorce no chão (dentro do hospital) no início da matéria, para ilustrar um outro tipo de vítima detectado em nossa pesquisa: aquela que apresenta um “sofrimento pulsante”. Nesses casos, que não foram muito frequentes no MGTV2, com essas duas únicas aparições, a vítima apresenta seu sofrimento *in loco*, no momento da gravação do vídeo. Não fala sobre um desconforto, não conta - ao menos verbalmente - uma história “dramática” ou brada na tela sua indignação. O sofrimento pulsa diante das câmeras e se basta enquanto representação do ser por ele vitimado. O martírio de Wallace se junta à história do motociclista acidentado, cujo relato ocorre no texto da repórter, que anuncia, no início da matéria: “Este motociclista, que sofreu um acidente, espera sentado no chão. Ele consegue entrar no Hospital. Mas Wallace, de 12 anos, não teve a mesma sorte. Ele caiu em casa e bateu a cabeça. Está tonto e vomitou algumas vezes”.

A vitimização do personagem no jornal da Alterosa é algo freqüente e só não ocorre em três das 25 matérias, totalizando 76 vítimas apresentadas nas edições objeto de análise. Entre essas, predomina o estilo de vítima que caracterizamos como vítima de sofrimento genérico ou vítima “em off” (41 ocorrências), apesar da presença significativa das vítimas indignadas (20) e da vítima apreensiva (9).

Tabela 4 - tipo de vítima no Jornal da Alterosa

JALTEROSA - TIPO DE VÍTIMA	NÚMERO DE APARIÇÕES
VÍTIMA GENÉRICA OU EM OFF	41
INDIGNADA	20
APREENSIVA	9
LESADA	4
SOFRIMENTO LATENTE	1
RESIGNADA	1

Entendemos como vítima de sofrimento genérico ou “em off” aquela que, em todas as ocorrências ou tenta ilustrar um sentimento compartilhado com um grupo (genérico), não individual, ou é mencionada na narrativa embora não tenha direito a uma fala. O tom policial, adotado pelo telejornal e assumido por sua equipe como linha editorial, parece ser o responsável por essa caracterização da vítima no noticiário. Isto porque, quando tratamos a questão da vítima em off, temos que seu “rosto na tela”, na maioria dos casos, é impedido de aparecer pelo caráter policial da cobertura e das pautas. É a criança, que por força legal não pode ser identificada. Menores que sofreram

com a pedofilia (03/05/10), foram trocados na maternidade (04/05/10), viraram reféns em rebelião (05/05/10). Nos casos de sofrimento genérico, também por questões de segurança, a fonte-vítima adulta não aparece em vídeo. Ou é generalizada pela própria amplitude da mazela, principalmente nos “problemas de bairro”. Assim, temos na força de palavras como “moradores”, “população”, “comunidade” uma tentativa de amplificação da voz da vítima, de criação de vínculo identitário com a audiência por meio do compartilhamento de conflitos.

São moradores que, por exemplo, sofrem com o tráfico de drogas na Vila Olavo Costa em Juiz de Fora (03/05/10). Mas que no off da repórter, têm a justificativa de não aparição em tela já que, temendo retaliação “evitam falar sobre os crimes”. Na mesma matéria, Carlos Eduardo Nogueira, cuja morte parece ter sido “encomendada” por traficantes, não aparece em vídeo.

As generalizações continuam em matérias que tratam sobre “Pedofilia em Minas Gerais”, onde a sociedade é adjetivada como “chocada” com os crimes, ou na matéria sobre o trânsito na Zona Norte, onde os moradores, na chamada da âncora “temem a falta de segurança da Curva da Miséria, que já provocou inúmeros acidentes” (03/05/10). E ainda em matéria sobre “Buracos no Bairro Barbosa Lage”, que têm sua pauta justificada pela repórter no texto da passagem: “Moradores do bairro Barbosa Lage pediram ajuda ao Jornal da Alterosa pra mostrar as péssimas condições da rua Antônio da Silva. Ela está cheia de buracos. Alguns parecem crateras. E quando chove ficam assim, cheios de poças d’água”. Temos a população que “reclama do SUS”; moradores que sofrem com uma caixa abandonada, “pessoas” assassinadas na Zona Leste de Juiz de Fora; a população juizforana que sofre com a falta de exames que detectem a dengue; moradores que “perdem o sono” com a rebelião carcerária ocorrida há 10 anos e rememorada em matéria de arquivo, dentre outros casos.

Em resumo, descortina-se um painel do qual lançamos mão para demonstrar, no Jornal da Alterosa, a figuração da vítima genérica ou em off: aquela que denuncia, reclama, pede ajuda, convoca o telejornal para gravar e exibir suas angústias. Convoca também a audiência para compartilhar o problema, na condição de “morador”, “população” ou “comunidade” inserida num bairro, município ou região. Mas que, pela força da representação do coletivo ou por questões legais e de segurança que exigem seu ocultamento “visual” na narrativa têm emissões verbais e imagens em vídeo silenciadas na edição. Assemelham-se às vítimas pulsantes pelo caráter exemplar de seus testemunhos, mas distanciam-se das mesmas pelo ocultamento visual das situações e

rostos.

As 20 vítimas indignadas se apresentam em caráter parecido com a categoria idêntica detectada no MGTV2. Cobram a prevenção de acidentes, revoltam-se com os buracos no bairro, queixam-se da falta de consciência sobre a dengue. Trata da experiência vivenciada por Seu Paulo e “outros moradores” do bairro Santa Luzia. Na passagem, a repórter explica o drama de Seu Paulo, que tenta representar o drama da coletividade inserida naquele local por meio do “apelo” do morador-exemplo. “O Seu Paulo mora há 50 anos no Bairro Santa Luzia. Adora o local, mas reclama do descaso de alguns moradores. Olha só, esse monte de sacolinha de lixo doméstico foi colocado bem debaixo da placa de proibido acúmulo de lixo. O que o senhor acha disso Seu Paulo?”

PAULO (MORADOR): Eu acho que é um descaso do próprio morador, falta de higiene.

MICHELE PACHECO (REPÓRTER): O senhor fica chateado quando vê algum vizinho passando e jogando lixo no local? Assim, por exemplo...

PAULO (MORADOR): Às vezes a gente percebe que estão colocando o lixo no local indevido. A gente reclama e ainda tem resposta mal educada. “Vou por então na sua porta”. Assim que o pessoal fala conosco.”

As vítimas apreensivas, pouco comuns no MGTV2, marcam 9 aparições no Jornal da Aterosa. Temem por algo que, embora ainda não tenha ocorrido, pode se concretizar. São familiares de detentos, que rezam pelo “desfecho da rebelião”, na porta da Penitenciária Ariosvaldo Campos Pires, de acordo com off da repórter mesclado com as orações dos populares apreensivos em vídeo. Pais apreensivos pelas notícias de trocas de bebês também se incluem nessa categoria. Na passagem da repórter, “Com tantos casos mostrados pela mídia muitos pais estão inseguros. Neste hospital, a cena de tranquilidade é resultado de um trabalho sério”. No discurso de um pai, o corretor de seguros Fábio Netto, a apreensão se reforça: “Várias reportagens e a gente fica muito preocupado. Esse hospital passou muita segurança pra gente. O controle é bem rigoroso, a atenção ao neném, à mãe” (06/05/10).

Já foi exposto que a linguagem, embora tenha origem na situação face a face, pode ser facilmente destacada desta. Torna-se, desse modo, repositório objetivo de vastas acumulações de significados e experiências ao longo do tempo. Na análise das cinco edições do Telejornal da Alterosa, a busca de identificação com o público parece se firmar numa linguagem estabelecida na apropriação do senso comum dos discursos de medo e apreensão, insegurança - componentes essenciais da vida cotidiana. A força

das palavras e do papel das vítimas apreensivas utilizadas a cada edição nos dá a dimensão desta estratégia.

As entrevistas dos “populares” recheiam as matérias de expressões carregadas de potencial simbólico para nossa hipótese de “discurso do risco iminente”. Neste cenário, palavras como preocupação, susto, polêmica, perigo, medo e apreensão, acompanhadas de vasta gama de adjetivos, se repetem ao longo de todas as edições de nossa análise e em edições-recorte utilizadas em outras pesquisas. Entrevistados “assustados” e “preocupados”, nas adjetivações de repórteres e âncora ampliam o “raio de ação da tipificação”(BERGER e LUCKMANN, 1985, p54) em tentativa de estabelecer empatia/identificação com a audiência. Representando a voz do povo, os populares aparecem, exigindo, através da Ronda Alterosa, justiça e segurança às autoridades.

O Jornal da TVE apresenta em suas edições um total de 29 vítimas com uma predominância daquelas com postura indignada (11). Atentemo-nos, entretanto, para uma maior heterogeneidade na priorização do tipo padrão desse personagem. Constam, ainda, 9 vítimas resignadas, 6 vítimas genéricas, 2 vítimas apreensivas e uma lesada.

Tabela 5 - tipo de vítima no Jornal da TVE

JORNAL DA TVE- TIPO DE VÍTIMA	NÚMERO DE APARIÇÕES
INDIGNADA	11
RESIGNADA	9
VÍTIMA GENÉRICA OU EM OFF	6
APREENSIVA	2
LESADA	1
SOFRIMENTO LATENTE	0

O cidadão comum indigna-se com as filas para regularizar a situação eleitoral, com o atentado numa igreja evangélica, com a alta velocidade dos ônibus no centro da cidade. Temos professoras indignadas com os salários pagos à categoria, ouvidos em momento de manifestação contra os problemas, em matéria que inaugura nosso recorte, de 03/05/10. Com faixas, cartazes e em postura agitada, as profissionais de educação expõem, nas ruas de Juiz de Fora, suas reclamações contra a baixa remuneração. Como o faz a professora e coordenadora do Sindute, Vitória Mello, opondo-se às atitudes do Governo Estadual :

A Lei do piso salarial determina que o valor do piso pode ser pago para até 40 horas. Isso significa que não pode ser para menos de 40 horas, para mais de 40 horas. Então nós estamos reivindicando que o piso salarial seja pago a nós na nossa carga horária, que é de 24 horas e de trinta horas. Uma outra questão que o Governo de Minas insiste em faltar com a verdade é no conceito de piso. O Governo de Minas usa muito apropriadamente, para o interesse dele, o conceito de tudo o que se ganha de remuneração como piso. E na verdade o piso de qualquer trabalhador é o vencimento básico que ele ganha. (JORNAL DA TVE, 03/05/10).

Vitória tem sua posição de vítima indignada e seu discurso ativo e enérgico em vídeo reforçado pela entrada “em cena” de suas colegas de profissão, sem crédito em tela:

PROFESSORA1: O importante é lutar por um melhor salário porque a situação do jeito que está não dá mais.

PROFESSORA2: Estamos aí dispostas a lutar. E só queremos o que é justo para nós. Nós queremos qualidade de ensino e pelo piso nacional. E estamos lutando hoje para mais tarde nossos netos não precisarem lutar.

A resignação se faz presente no discurso audiovisual de significativa parcela das vítimas (9) e se relaciona diretamente aos problemas cotidianos, como a fila para regularização eleitoral, o desembarque incorreto de taxistas nas ruas de Juiz de Fora, os cuidados com a visão ou a correria da vida moderna. Acreditamos que, ao contrário do que acontece, por exemplo com o Jornal da Alterosa, recheado de *hard news*, a postura editorial do Jornal da TVE, num tom mais “leve”, institucional ou educativo, faz com que as vítimas mostrem seus rostos. E que, sobretudo, exponham suas dores e problemas inseridos numa narrativa onde, ao cidadão comum, cabe muitas vezes um exercício de resiliência, de adaptação às situações desfavoráveis. É o que observamos, por exemplo, na matéria “Filas para regularização eleitoral”, veiculada em 04/05/10. No VT, o “povo”, visualizado em uma fila em frente a um cartório eleitoral, se mostra insatisfeito com a fila, ao mesmo tempo em que não culpa algum vilão pelo problema. Aliás, a própria repórter descreve as vítimas como responsáveis por boa parte da mazela, ao sentenciar que: “Muitos eleitores deixaram para se regularizar na última hora”. É como se, aos entrevistados (povo 1 e povo 3) nada mais coubesse aqui do que aceitar o destino ofertado, assumindo a culpa por ter deixado para regularizar tão tardiamente a situação eleitoral. Ao contrário do que faz o popular número 2, indignado com o horário de atendimento ao público:

REPÓRTER LARISSA ZIMMERMANN: Deixou pra última hora?

POVO 1: É.

POVO2: O horário deles aqui é muito curto pra estar atendendo ao público.

POVO3: Fui fazer minha primeira via do título de eleitor por que esse ano eu faço 18 anos. Vou ter que enfrentar a fila agora, quase no final do prazo.

Ainda sobre a resignação, podemos destacar a matéria “Cuidados com a visão”, de 07/05/10. Nela, dois deficientes visuais, além de se queixarem de sua condição - um é daltônico e outra tem miopia, astigmatismo e vista cansada - demarcam sua posição por meio de demonstração e elucidação de suas mazelas. Luiz Bianco, o daltônico, apresenta-se em sua casa, mostrando adaptação ao problema. No off da repórter, a vítima é descrita como alguém “que lida com cores em seu trabalho, e foi necessário uma adaptação”. Luiz, que é publicitário, explica que no trabalho já houve adaptação, e que os maiores problemas acontecem “nas ruas”: “O que acontece muitas vezes é, por exemplo, eu estou numa loja e já aconteceu algumas vezes que é você estar escolhendo uma camisa, o vendedor pergunta qual você quer. Você aponta a camisa e fala “Eu quero aquela camisa verde, quando na verdade a camisa não é verde.”

Se até o momento observamos as vítimas com papéis demarcados pelo cidadão comum, porém com posicionamentos em cena distintos graças à predominância deste ou daquele modelo em cada um dos três telejornais, quando partimos para um olhar sobre os vilões que assolam público, fontes e população, a história muda.

7.2 A síndrome de Darth Vader - Os vilões sem rosto do telejornalismo local

Na série *Star Wars*, *Darth Vader* é o principal vilão da trilogia. Suas características icônicas são a máscara e armadura negras e a ruidosa respiração mecânica. Trata-se de um “vilão sem face”, construído meticulosamente para que sua face oculta potencialize os efeitos malignos e o suspense típicos do vilão clássico. Nos noticiários locais, os vilões têm, notadamente, nos três telejornais tomados como objeto do estudo empírico, postura semelhante e recorrente: a impessoalidade na nomeação e não pronunciamento na narrativa, pelo próprio papel que desempenham no desenrolar dos fatos. Ao contrário das telenovelas atuais, em que os “televilões” ganham destaque, voz e mesmo a simpatia do público, nos telejornais locais eles figuram como entidades genéricas, a quem dificilmente é possível atribuir um “rosto”, mas facilmente se atribui um juízo de valor negativo.

Os 57 vilões, distribuídos entre o Jornal da Alterosa (34 aparições), Jornal da TVE (13) e MGTV2 (10) fazem mal principalmente ao cidadão comum. E o fazem com

certa intensidade, já que, mesmo em número reduzido, prejudicam, cada um, 2,4 vítimas. Se falamos em um “telejornal pra chamar de seu”, é possível dizer que não há um vilão personalizado para que possamos odiar, ou “um vilão pra chamar de seu”. O que existem são generalizações impessoais, que conduzem a narrativa onde a revolta pelos atos do vilão precisa se ancorar num exercício imaginativo maior, sem direito a “retratos falados”.

No Jornal da TVE temos como exemplos de vilão impessoal: o Governo do Estado, que se recusa a reajustar o salário dos professores; as operadoras de telefonia celular, que incomodam clientes com envio indevido de torpedos; o poder público que não fiscaliza as lan houses. E mesmo quando é possível certa “humanização do personagem”, sua nomeação, seus créditos não são possíveis. São vilões ocultos, como os assaltantes que espalham o medo pelas lotéricas, pessoas que passam trote e atrapalham o atendimento de emergência do SAMU ou o “morador do entorno” que teria praticado o atentado contra a igreja evangélica.

No MGTV2, os vilões impessoais são o SUS, responsável pela crise médica em Juiz de Fora; o poder público, culpado pela queda do barranco em Silveirânia; as autoridades responsáveis pelos transtornos na BR267; os bancos que lideram o ranking de queixas no Procon de Juiz de Fora; a inflação que faz com que os preços das refeições em restaurantes aumentem; as operadoras de telefonia, que prestam maus serviços em Cataguases.

O Jornal da Alterosa, caracterizado como aquele que em nosso recorte mais apresentou o personagem vilão, também segue roteiro parecido com o dos outros dois noticiários ao elencar seus malfeitores. São traficantes de drogas, que matam na Vila Olavo Costa; o Governo que paga mal seus professores; os pedófilos; os motoristas que desrespeitam o trânsito na Zona Norte; a Cesama que abandona a caixa d’água no Bairro Santa Rita, dentre outros.

O conceito de fachada em Goffman (2008, p.29), já apontado anteriormente neste estudo, nos interessa nessa análise do discurso do vilão via telejornalismo. Grosso modo, para o autor, trata-se do equipamento expressivo padronizado intencionalmente ou não pelo indivíduo durante sua representação. Aos observadores, neste sentido, basta uma familiarização com um pequeno vocabulário de fachada, de fácil manejo, para que se orientem numa variedade de situações.

O papel do vilão dos noticiários, nesse contexto, ancora-se numa fachada padrão. Na impossibilidade de personalização, por diversos motivos - éticos, políticos,

ideológicos, editoriais e outros – o vilão se caracteriza para os “tele-observadores” como um conjunto de instituições responsáveis que não exercem o papel que lhes fora outorgado. Assim, elas cumprem seu papel de vilão por meio do descumprimento de seu “papel social original”. E mesmo quando os vilões são relativamente personalizados por assaltantes e pedófilos, trazem como discurso implícito a falência controladora por parte das mesmas instituições, sejam estas a família, a escola, o Estado.

Em sua tese Iluska Coutinho (2003) ao analisar os personagens no Jornal Nacional e no Jornal da Cultura, observa que nesses dois telejornais alguns papéis “concentram a atuação” dos personagens nos VTs. Tanto no Jornal Nacional quanto no Jornal da Cultura as categorias/ tipos mais frequentes são mocinho, vilão e vítima. Em nosso recorte o predomínio de papéis se distribui de maneira menos homogênea, tendo o vilão ocupado a terceira posição no Jornal da Alterosa, a quinta posição no MGTV2 e a sétima posição no Jornal da TVE. Isso, porém, não significa desimportância desse papel, já que, mesmo em número reduzido de personagens, marca presença em todas as matérias de viés negativo e também nas neutras. De acordo com Coutinho (2003, p.151) “as narrativas trazem em si os registros ou conexões com a já tradicional luta Bem-Mal e, na medida do possível, utilizam-se da estória narrada para reforçar valores morais e de conduta”. Algo que os vilões o fazem com frequência absoluta ao demarcarem seu “território” no telejornalismo local.

7.3 Fato consumado - A função dos especialistas na narrativa

Ao analisarmos os experts ou especialistas e sua função para o desenrolar da trama, tomamos por empréstimo as reflexões de Giddens e seu conceito de “Sistema Perito” para realizarmos nossa avaliação. Para o pesquisador, o processo de modernização “distanciou” os indivíduos e as comunidades das sociedades tradicionais destas noções estreitas de tempo, espaço e status. A modernização “desencaixou” o indivíduo feudal de sua identidade fixa no tempo e no espaço. Os sistemas peritos surgem como resultado das revoluções científicas e o aumento em conhecimento técnico e na especialização. Por causa da afirmação de suas formas de conhecimento “científica” e “universal” estes sistemas especialistas não são dependentes de um contexto. Podem, a partir disso, estabelecer relações sociais através de grandes períodos de tempo e espaço.

Enquanto esses sistemas especialistas criam seus grupos de experts e de conhecimento, um abismo social é criado, assim como um aumento entre o profissionalismo dos praticantes e dos seus grupos de clientes. Um bom exemplo de tais sistemas especialistas é o “Sistema médico moderno” de cuidado à saúde. Um modelo baseado nas reivindicações universais da ciência, que se estende através do globo. Outro modelo, com distintas perspectivas de cuidados à saúde que não as deste “modelo universal” pode ser ou ridicularizado ou rotulado como “alternativo”.

As sociedades modernas passaram a confiar nestes sistemas peritos. Giddens acredita que “confiança” é, com uma certeza cada vez maior, a chave do relacionamento entre o indivíduo e esses sistemas peritos. Na verdade, bem como o Funcionalista, Talcott Parsons, Giddens sugere essa confiança como o “cimento” responsável por manter as sociedades modernas juntas. Ao transpormos aquilo que Giddens chama de “insegurança ontológica” para os limites dos telejornais, que representação desse sistema de peritos estaria sendo repassada via TV’s locais? De que maneira especialistas e experts atuam para oferecer às outras fontes e ao público a segurança almejada? Giddens assinala que:

A especialização é intrínseca a um mundo de alta reflexividade, onde o conhecimento local é informação reincorporada, derivada de sistemas de um ou de outro tipo. Nos sistemas peritos, a confiança se funda na suposição da competência técnica; é um saber passível de revisão. (GIDDENS, 2002, p. 110).

No pronunciamento dos 44 especialistas, nos três telejornais, verificamos a tendência de “explicação do mundo” ao público. São eles que, imersos em questionamentos das outras fontes, tentam “mandar na razão” para relembrarmos a canção de Djavan intitulada “Fato Consumado”. Definem e categorizam os problemas, apontam soluções, complementam e oficializam as informações repassadas por âncoras, repórteres e mesmo pela população. A relação com a população é um tópico que merece atenção especial. Com ela, os especialistas tentam afastar o medo, a “insegurança ontológica” que beira os problemas dos bairros, os entraves na saúde, a “violência do mundo moderno”. Nota-se que não são figuras geradoras de identificação com os “populares”, não são chamados de “Dona Maria, Seu João”. O vínculo com o público nesse caso projeta-se numa relação de confiança mútua: o povo confia na legitimidade do especialista, que, por sua vez, precisa dessa confiança popular para validar seu discurso.

Os experts ofertam (ou ao menos tentam ofertar) o “cimento discursivo” que as pessoas necessitam para, após assistir o telejornal, tomarem as ruas ou irem dormir acreditando que os problemas/conflitos apontados são passíveis de solução. Ou, num viés menos otimista, são no mínimo explicáveis. Se comparamos as proposições dos sistemas peritos de Giddens à categorização de Vizeu e Correia do “telejornal como uma referência de estabilidade e segurança para as pessoas no mundo que as cerca” (2008, p.20), teremos nos especialistas a “autorização” ou “legitimidade” para que ocupem esse lugar de fala. E mais: ao tentarem pré-ordenar, juntamente com repórteres e âncoras, o universo do discurso visando o leitor, respondendo-lhe às questões, os especialistas cumprem, em nosso recorte, a função pedagógica. Proposta por Vizeu e Correia (2008, p.19), essa função do jornalismo consiste em atribuir à notícia (que em nossa pesquisa tem boa parte de seu teor “informativo” creditado aos experts) uma função de mediação entre os diversos campos de conhecimento e o público.

Não encontramos, no corpus selecionado do MGTV2, personagem que sacralize de maneira mais efetiva a essência econômica das pautas do período do que o expert ou especialista. A tabela a seguir nos dá a dimensão desse discurso. Dos 13 experts inseridos nas histórias do telejornal desta semana, sete se ligam diretamente aos esclarecimentos sobre problemas e assuntos de ordem econômica: uma coordenadora do PROCON; o presidente da Associação Brasileira de Desenvolvimento Industrial; um consultor financeiro; um corretor; um economista; um professor de economia e o Presidente do Sindicómércio de Juiz de Fora. O tom dos discursos é parecido em todos os casos e tenta aclimatar o “economês” para uma linguagem mais próxima do público.

Como exemplo, tem-se a explicação do especialista-economista Guilherme Ventura sobre o aumento do preço das refeições nos restaurantes de Juiz de Fora: “Nos últimos doze meses, o percentual da inflação para alimentação fora de casa está até superior à própria inflação normal do país, medida pelo IPCA. Quer dizer, a alimentação fora de casa é um item que cada vez vem pesando mais no bolso do consumidor de uma maneira geral” (MGTV2, 06/05/10). Frisamos, ainda, que as fontes-especialistas não ligadas diretamente ao setor econômico em alguns casos acabam de maneira indireta incorporando o lugar de fala econômico. É o caso de Gilson Salomão. Ao explicar os motivos da crise no Pronto Socorro de Juiz de Fora, o presidente do Sindicato dos Médicos explica que eles se devem à “Baixa remuneração, falta de condições de trabalho, falta de expectativa na carreira. Tudo isso serve para não fixar o profissional médico à carreira de emergência. A crise da emergência em Juiz de Fora é

uma crise médica” (MGTV2, 03/05/10). Ancorado no discurso econômico, o médico coloca-se na função de perito em economia e elucida para o público os motivos da crise no Pronto Atendimento da cidade.

Tabela 6 – Especialistas MGTV2

ESPECIALISTAS MGTV2	FUNÇÃO
1-GILSON SALOMÃO	PRESID SINDICATO MEDICOS JF
2-SAMANTHA BORCHEAR	GESTORA OUVIDORIA DE SAÚDE
3-DANIELA BIANCHI	COORD PROCON CATAGUASES
4-REGINALDO ARCURI	PRES ASSOC BRAS DESENV IND
5- LUCIANO COSTA	CONSULTOR FINANCEIRO
6-ROGÉRIO NUNES	CORRETOR
7- GUILHERME VENTURA	ECONOMISTA
8-ALEXANDRE PEDRETTI	MECÂNICO
9-CARLOS REIS	DONO DE LIVRARIA
10- MARCIO MARANGON	GEOTÉCNICO
11- RONALDO WERNECK	ESCRITOR
12-EMERSON BELOTTI	PRESIDENTE SINDICOMERCIO JF
13-LOURIVAL OLIVEIRA	PROFESSOR DE ECONOMIA

No Jornal da Alterosa a figura do especialista ou expert marca a metade das presenças que o MGTV2, em termos de frequência de aparição nos VT's: 12 experts ou 6% do total de personagens deste telejornal. Nossa hipótese é de que, priorizando vítimas, vilões e fiscais, a linha editorial adotada faz com que a denúncia do problema e seus desdobramentos (de saúde e de bairro prioritariamente) estejam em nível maior de importância do que as possíveis explicações para a causa do mesmo. O que dispensa o papel do especialista enquanto “explicador das coisas”. Mesmo assim, é válido frisar o papel do especialista na análise das questões “polêmicas” (adjetivação frequentemente utilizada pela âncora), sobretudo os problemas de saúde - sete das 12 aparições. Uma psicóloga é entrevistada ao vivo, via telão, para falar sobre a pedofilia, que “choca a sociedade” (JA, 03/05/10). Uma agente de combate a epidemias elucida a eficácia das pulseiras repelentes contra a dengue (04/05/10). A temática “pulseiras” é retomada no dia 06/05/10 quando uma médica pediatra ressalta a importância da identificação segura de bebês. Um enfermeiro e a OMS transformam-se em peritos e falam sobre a importância de higienização das mãos.(05/05/10). No dia 07/05/10, temos um médico e um Conselheiro de Saúde explicando sobre o porquê da demora no atendimento do

SUS.

As outras cinco funções dos especialistas nas matérias do JA se dividem em atuar como porta voz institucional em matérias sobre o 8º Prêmio do Clube de Criação e a abertura de inscrições para o IFET Sudeste ou em dar explicações sobre temas polêmicos e chocantes, como a rebelião ocorrida há 10 anos em Juiz de Fora. Nessa pauta, que rendeu duas matérias, temos como experts o Presidente da Comissão de Direitos Humanos da OAB, Cleverson Raimundo e o Coordenador da Pastoral Carcerária, Manoel Paixão. Este último atua nessa matéria-retrospectiva no sentido de contribuir para a rememoração do medo e da importância da segurança, quando conta: “Fiquei seis dias lá dentro no grupo que estava negociando. Foram momentos muito difíceis mesmo, foram tenebrosos”.

Tabela 7 – Especialistas Jornal da Alterosa

ESPECIALISTAS J ALTEROSA	FUNÇÃO
1-MARIA LÚCIA BERALDO	PSICÓLOGA
2-JULIANA MARINHO	AG COMBATE EPIDEMIAS
3-GUILHERME VALLE	PRESID COM DIR HUM OAB
4-OMS	ORG MUNDIAL DE SAÚDE
5- CÉZAR MOTA	ENFERMEIRO
6-MÁRCIA MIZRAHY	MÉDICA PEDIATRA
7- MANOEL PAIXÃO	COORD PASTORAL CARCERÁRIA
8-MARCELO AZALOM	MECÂNICO
9-CARLOS REIS	CONSELHEIRO SAÚDE
10- IOMAR CANGUSSU	MÉDICO
11- CRISTINA THIELMANN	COORD COPESE IFSUDESTE
12-JOÃO PAULO OLIVEIRA	PRESID CLUBE DE CRIAÇÃOJF

O Jornal da TVE apresenta seus 19 especialistas de maneira particular, se comparado aos outros dois telejornais. Não foi possível detectar posições predominantes de experts. Estes se subdividem em “peritos” nos problemas urbanos, como as filas geradas para regularização eleitoral; o desembarque incorreto de taxis em Juiz de Fora; a velocidade dos ônibus urbanos; médicos-especialistas, explicando sobre os riscos da cirurgia plástica e os mitos e cuidados com a visão. Um maestro, uma psicóloga, um barítono, uma cirurgiã, uma professora de finanças, um diácono, um antropólogo dão-

nos pistas sobre a miscelânea de fontes-especialistas utilizadas. Denotam, ainda, a indefinição de público, linha editorial e discursos de um telejornal que completava apenas um semestre de exibição na data de nosso recorte.

Ao abordar a necessidade de controle de velocidade dos ônibus urbanos nas ruas centrais de Juiz de Fora, o Secretário de Transportes de Juiz de Fora, Márcio Gomes, oferece-nos discurso exemplar sobre o expert-perito proposto por Giddens:

Por conta da faixa exclusiva do ônibus operar em mão dupla, a gente fez a opção por reduzir a velocidade por conta que naquele momento em que a pessoa esteja atravessando, e muitas vezes ela se distrair, não se apercebe dessa mudança de direção de fluxo. E aí isso gera insegurança. Então, nosso objetivo é reduzir essa insegurança. E, como consequência, reduzir o número de acidentes (JORNAL DA TVE, 04/05/10)

Curioso notar a inserção de especialistas inusitados, fora dos padrões “acadêmicos” que normalmente povoam não só os noticiários locais como os nacionais. Em matéria sobre o “Juiz de Fora Bola Show”, o presidente do Clube, Wilson Ribeiro, morador do bairro Santa Luzia, na função de especialista elucida a fundação do local:

O clube é o seguinte. Nós tínhamos um clube de futebol e um conjunto de samba. Aí nos resolvemos através da família do meu pai, que eles gostam muito de bocha, aí nós resolvemos fazer uma competição, pra poder fazer uma competição. Porque no bairro aqui era só jogo a valer. E a gente como não gostava muito de jogo a valer, fizemos o time de bocha. (JORNAL DA TVE, 03/05/10).

Outro caso curioso está na colocação, em cena, de um policial-especialista. Figura que aparece predominantemente no papel de herói ou mediador conforme vislumbraremos adiante, em caso particular do Jornal da TVE, ele aparece expondo aos telespectadores os resultados de sua pesquisa sobre a vulnerabilidade das casas lotéricas. A matéria (04/05/10) traz como pauta o “Encontro de Comunidades Operacionais da Polícia Militar”, que discute assaltos a bancos populares e agências lotéricas. O especialista, Cabo Sávio Cursino exhibe sua pesquisa, no lugar de expert e com o crédito de “pesquisador”:

A conclusão que nós chegamos ao final do trabalho é que são estabelecimentos que hoje trabalham de maneira semelhantes a instituições financeiras, a bancos oficiais. Porém com muito mais vulnerabilidade, com a segurança bem comprometida. E isso tem incentivado as práticas de roubo à mão armada nesses estabelecimentos. Então, o risco é muito grande para as pessoas que freqüentam esse estabelecimento, para proprietários, funcionários, entre outros. (JORNAL DA TVE, 04/05/10).

Tabela 8 – Especialistas Jornal da TVE

ESPECIALISTAS JORNAL TVE	FUNÇÃO
1-NILSON NETO	ASSESSOR TÉCNICO SEDECOM
2-MARIA DO CARMO VIANNA	DIR INSTITUTO BRUNO
3-WILSON RIBEIRO	PRESID JUIZ DE FORA CLUBE
4- CAP SÁVIO CURSINO	PESQUISADOR
5- MÁRCIO GOMES	SECRETARIO DE TRANSPORTES
6-JOMARA PEREIRA	CHEFE DO CARTÓRIO
7- EMERSON COELHO	ORIENTADOR DE PROJETO
8-JORGE LIMA	CHEFE FISCALIZAÇÃO SETTRA
9-FERNANDA PEROBELLI	PROFESSORA DE FINANÇAS
10- LEONORA MANSUR	CIRURGIÃ
11- ANA STUART	PSICÓLOGA
12-GUTO CIMINO	MAESTRO
13- LUIZ GAMONAL	BARÍTONO
14-MARCOS BASTOS	DIR CENTRO DE HIPERDIA
15-ROBSON AGUIAR	SEC CONF BRAS DEPORTE ESC
16- RENATO MIRANDA	SECR ESPORTES E LAZER
17-LUIZ CLAUDIO ANDRADE	ANTROPÓLOGO
18- LUCIANO ARANTES	OFTALMOLOGISTA
19- RUY NEVES	DIÁCONO

7.4 Entre os deuses e os populares- a figura arquetípica do herói

Os heróis são personagens clássicos quando abordamos a questão da dramaturgia. Variando conforme as épocas, as correntes estético-literárias, os gêneros e subgêneros, o herói é marcado por uma projeção ambígua: por um lado, representa a condição humana, na sua complexidade psicológica, social e ética; por outro, transcende a mesma condição, na medida em que representa facetas e virtudes que o homem comum não consegue praticar com facilidade, mas gostaria de atingir – fé, coragem, força de vontade, determinação, paciência. Os heróis habitam livros, revistas em quadrinhos, telenovelas, filmes e também “nossos” telejornais. Nestas narrativas, auxiliam as vítimas, combatem vilões, interagem com mocinhos e principalmente,

servem como lição de vida e de moral ao final de cada história-VT. No Jornal da TVE, este tipo de personagem (23) representa 11% do total de falas. No Jornal da Alterosa, somam 15 inserções ou 7% do total de vozes mapeadas. No MGTV2 esse tipo de personagem não tem valor essencial para a dramaturgia estabelecida, já que contabilizamos apenas três ocorrências, muito díspares entre si em termos de perfil de herói, o que nos impossibilita, nesse recorte, de traçar um perfil padrão dessa tipologia no noticiário “Global-local”. Os heróis representam apenas 1% do total de inserções.

Tem-se no MGTV2, o cineasta Humberto Mauro, colocado numa posição de herói, homenageado em Volta Grande, sua cidade Natal. Nota-se, nessa matéria de 03/05/10, que toda a trama se desenrola em torno do herói, que mesmo finado, conduz a narrativa por sua importância para a história cinematográfica do país. Humberto é endeusado nas palavras e gestos dos outros personagens. Personalidades deixam suas mãos eternizadas em cimento fresco, nos muros da antiga casa do cineasta. Dentre elas, a mãe de Glauber Rocha, Lúcia Rocha, que na condição de mãe de outro olimpiano, confirma a postura heróica de Humberto Mauro: “Ele é um cineasta que merece todas as homenagens, porque ele deixou um grande rastro para todo o cinema”. O fotógrafo e vizinho da antiga casa reforça o discurso apresentado por Lúcia Rocha, realçando as virtudes do cineasta-herói e confessando que “Ele nunca tava mal humorado. Sempre muito divertido, contava histórias e todos adoravam conviver com ele e estar com ele”.

A capitã Kátia Moraes, é outra heroína que tenta ofertar um discurso de segurança aos motoboys e taxistas de Juiz de Fora, amedrontados com os assaltos nos bairros da cidade. Na chamada do âncora, a história de apreensão é delineada: “O medo de assaltos e golpes faz com que taxistas e motoboys de Juiz de Fora se recusem a atender algumas regiões da cidade à noite”. Ouvidos os taxistas, motoboys, empresários e moradores, a policial “encerra” a matéria sugerindo resoluções para o conflito, caracterizando as vítimas da trama e alertando que “Reuniões serão marcadas, com a comunidade, os taxistas, com os motoqueiros, pra que nós possamos fazer ações conjuntas, tanto a polícia militar trabalhando e tendo o apoio também dessas pessoas aqui que se acham vítimas”(MGTV 2ª Edição, 04/05/10)

Já Adriana Freitas, a terceira e última heroína do MGTV2 surge como uma heroína bem sucedida, coerente com a linha editorial econômica sugerida em nosso recorte. A empresária investe em tecnologia em sua indústria. O repórter adianta para o público os feitos da guerreira: “Ela produz meias e cuecas pro mercado nacional e precisava crescer. Resolveu apostar em tecnologia. Hoje o empregado controla três

máquinas. Mas isso não significou demissões. Pelo contrário. Com o aumento de 20% de produtividade por causa das máquinas novas, ela contratou mais quarenta empregados desde o ano passado”. Adriana é alçada para a condição de heroína, por diversos motivos que a qualificam para tal posto: trabalhou, apostou em tecnologia (portanto se arriscou para crescer), resistiu às adversidades do mercado e ainda beneficiou outras pessoas com seu sucesso. Em resumo: lutou e salvou a si própria, a sua empresa e outras pessoas.

O Jornal da TVE referencia seus personagens resgatando, em especial, discursos provenientes da concepção de Juiz de Fora como “Manchester Mineira”, já evidenciada anteriormente. A gráfica em braile, a ginástica laboral, o Centro de Hiperdia e a própria cidade de Juiz de Fora são exaltados e endeusados, símbolos de progresso, superação e celebração. E mostram que aos heróis, dispensa-se um rosto e reforça-se o mito. Em frequência semelhante, aparecem os “heróis de carne e osso”, sinônimos de bravura e elementos-chave para a atribuição da “lição de moral” ao final dos VT’s apontada por Coutinho na dramaturgia do telejornalismo brasileiro. São mães que doam leite materno e salvam filhos de outras mulheres, motoristas que dirigem a ambulância do SAMU e salvam vidas. É o caso também de Priscila Mussel e Ana Cristina Maldic. Vítimas de gravidez indesejada, elas revertem seus papéis de vítimas no passado para o de heroínas no presente. Alçadas a esta condição pelo próprio tom de “homenagem” explícito no VT, elas exibem suas crianças-troféus. E mostram que superaram os medos, o preconceito e outros vilões que assolam uma gravidez indesejada para poderem criar suas filhas. O discurso de Priscila é paradigmático em relação ao endeusamento do herói nas matérias da emissora, com superação de desafios:

Porque a minha gravidez foi uma gravidez de risco. Como eu tomava muito remédio quando era mais jovem, eu tinha medo que os remédios interferissem na formação da Bela, que ela nascesse com algum problema, alguma má formação. A gente teve muito medo. A gente chegou até a pensar em tirar, em fazer um aborto. Mas eu sempre quis ter, então foi mais forte. Eu quis enfrentar tudo. (JORNAL DA TVE, 05/05/10).

O Jornal da Alterosa instaura seus heróis numa narrativa que, juntamente com o papel das vítimas torna-se crucial enquanto reflexo da linha editorial estabelecida. De seus 15 heróis, apenas três não são policiais (citados como policiais, PM, cabo, soldado, polícia civil dentre outras denominações). Em discursos de restabelecimento da ordem urbana, temos a Polícia Militar aliada à polícia Civil e personificados pelo Capitão

Márcio Coelho, tentado salvar a Vila Olavo Costa do tráfico de drogas. No off da repórter, a postura de bravura da polícia é tonificada. E turbinada na fala do capitão:

OFF REPÓRTER MICHELE PACHECO: Os policiais percorrem os bairros atentos a qualquer irregularidade. A aproximação com a comunidade é defendida.

CAPITÃO MÁRCIO COELHO: No sentido de identificar ali os problemas e o que nós podemos fazer, seja colocando outros organismos a nos estar auxiliando na solução desses problemas que a comunidade hoje vivencia.

Além dessa situação emblemática, outros feitos heróicos da polícia passeiam sistematicamente por todas as edições analisadas. São os policiais que tentam controlar o trânsito complicado na Zona Norte de Juiz de Fora, protegem os outros personagens nos desdobramentos da rebelião-retrô ocorrida há dez anos e rememorada em série de matérias, desvendam crimes, dentre outros atos.

7.5 Na estante, ao lado do televisor – a exaltação e disposição dos troféus

A categoria “troféus” não nos rendeu possibilidades de comparação entre os três telejornais, tendo-se em vista que só emergiu no Jornal da TVE, com seis aparições. Permite, porém, reforçar o perfil “contemplativo” da postura encarnada pelo telejornal ao se dirigir a sua audiência, anunciando, sobretudo nas *softnews*, as matérias leves e amenas, os méritos e compensações obtidos por pessoas “de bem” e seus projetos de sucesso. Dos troféus do Jornal da TVE, quatro são crianças, exibidas por suas mães como recompensa pela superação de problemas, sejam estes a escassez de leite materno ou os desafios de uma gravidez – indesejada, mas levada adiante. Os troféus inseridos na história não têm lugar de fala verbal reservado. Importante esclarecer que o destaque dos troféus na narrativa se deve, antes de tudo, ao trabalho textual de apresentação dos mesmos, feito por repórteres e âncoras, em off’s e chamadas:

REPÓRTER ANDRÉ CRISTINO : E hoje, quando você vê sua filha correndo pela casa, um ano e dois meses, você olha pra trás e valeu a pena todo o esforço?

PRICILA MUSSEL (ESTUDANTE): Com certeza, é muito bom. Eu nunca imaginei que ser mãe era tão bom, tão gratificante assim.

Ou ainda:

OFF REPÓRTER LARISSA ZIMMERMANN: A Agda é uma mãe receptora. E foi através do leite materno que o Vinícius ficou assim, tão saudável.

AGDA BARBOSA (AUXILIAR DE ESCRITÓRIO): A ajuda dos profissionais é importante. Mas a alimentação é essencial. E, no meu caso, que ele nasceu de sete meses eu não tive como amamentá-lo. Então, o leite materno do banco de leite, com certeza ajudou a salvar a vida do meu filho.

Os outros dois troféus-símbolos tratam de dois clubes de Futebol e Juiz de Fora, “exibidos”- no duplo sentido da palavra, por sua importância para os bairros a que se referem: O Juiz de Fora Bola Show e o Esporte Clube Benfica. Ambos foram anunciados pelo repórter e âncora, atuando no papel de arautos, como motivo de comemoração:

CHAMADA ALESSANDRA CURY: O projeto Meu Bairro desembarca em Santa Luzia, na zona Sul da cidade. E a nossa primeira reportagem vai mostrar um local que já faz parte da tradição e vida do bairro, o Juiz de Fora Bola Show. São trinta e cinco anos reunindo os moradores.

OFF REPÓRTER LARISSA ZIMMERMANN: Para o presidente do Esporte Clube Benfica, o amistoso foi uma boa comemoração, já que o clube é uma referência em Juiz de Fora e seu aniversário é sinônimo de orgulho para seus frequentadores.

7.6 No meio do caminho tinha um mediador

Outra categoria praticamente ilhada em só um noticiário é aquela que agrupa o personagem mediador: com uma única aparição no MGTV2, o personagem marca presença no Jornal da Alterosa, com oito inserções. O mediador “age” assistindo e conduzindo duas ou mais partes negociantes a identificarem os pontos de conflito e, posteriormente, desenvolverem de forma mútua propostas que ponham fim ao mesmo. No MGTV 2, o mediador aparece representado pelo DNIT, explicando-se, em nota pé do âncora, sobre os transtornos na BR 267. Depois de “desenrolada” a história, com o repórter denunciando a precariedade da rodovia, cidadãos-vítimas indignados com os buracos, o Departamento surge, encerrando a narrativa. O âncora informa que: “segundo o Departamento Nacional de Infraestrutura e Transporte, o DNIT, está previsto para este mês o início das obras de recuperação da BR267, entre Juiz de Fora e Leopoldina” (MGTV2, 04/05/10).

O Jornal da Alterosa fixa sua representação do mediador em matéria de 04/05/10, sobre o “Uso de tornozeleiras em presos” com quatro inserções do tipo. Na produção, repórter, âncora, e dois outros mediadores atuam no sentido de “balancear” os

discursos favoráveis ou não ao uso da tornozeleira, uma “mudança polêmica” de acordo com a chamada da âncora. O repórter, por sua vez, mostra a posição de Edicleison, ex-detento, que, na condição de vítima, avalia que o “monitoramento eletrônico pode diminuir as chances de um egresso restabelecer a vida do lado de fora”.

Como contraponto o repórter mostra a previsão de economia de 600 mensais com cada preso, caso o sistema seja adotado. Dois outros mediadores aparecem na trama. E, seguindo criteriosamente a oposição bem versus mal apontada por Coutinho, um deles, professor de direito, defende o uso da tornozeleira, e outro, coordenador da Pastoral Carcerária, mostra-se favorável à postura da comunidade carcerária, que defende o não uso da mesma:

MANOEL PAIXÃO (COORD PASTORAL CARCERÁRIA ZONA DA MATA): Vai colocar os presos e as presas à execração pública e também se tornarão objeto de comércio das empresas de segurança. Então, por isso um dos primeiros elementos que nós não concordamos é justamente por isso.

CLEVERSON RAIMUNDO (PROF DE DIREITO): A partir do momento em que a legislação contemplar a hipótese de monitoramento eletrônico, essa discussão vai certamente passar pelo congresso nacional, pra que isso seja incorporado à Lei de Execução Penal, e não vejo maiores problemas em termos de estigmatização. Principalmente por que idéias trazidas pela discussão sobre esse problema das tornozeleiras eletrônicas passa uma benesse, uma vantagem muito grande para os presos, principalmente aqueles que estiverem em condições de progressão para o regime semi-aberto ou aberto.

7.7 Tudo de bom que você me fizer - a posição dos beneficiados

Os beneficiados surgem no noticiário atrelados a dois preceitos principais: ou, nas matérias negativas e neutras, quando driblam as adversidades ou nas matérias de celebração, onde as conquistas são mais explícitas e por vezes eixo da narrativa. No Jornal da Alterosa, que somou o menor número de ocorrências na utilização desse personagem (três no total), dois beneficiados discursam numa mesma matéria, em 04/05/10, abordando as “pulseiras repelentes de dengue”. Beneficiados por uma epidemia lamentável e divulgada massivamente em diversas mídias locais e nacionais, os dois vendedores ambulantes aproveitam o incidente para lucrar com as pulseiras repelentes. No off, o repórter resume a história de sucesso momentâneo de um dos

beneficiados, o vendedor ambulante José Raimundo dos Santos: “Ele é vendedor ambulante no centro de Juiz de Fora há 14 anos e diz que o movimento aumentou muito este ano por causa da dengue”. José, em seguida, confirma sua lucratividade: “Sempre vendeu citronela né? Mas agora devido aos mosquitos da dengue a procura aumentou muito”. Receoso com a eficácia de seu produto, mas contente com o aumento das vendas, o outro beneficiado, José Francisquini salienta: “A promessa é que repele mesmo, esses mosquitos da dengue e outros tipos de mosquito como pernilongos. Tudo vai na medida do possível”. A terceira e última inserção da categoria de beneficiados nesse telejornal é aquela que representa os publicitários, em matéria sobre o 8º Prêmio do Clube de Criação de Juiz de Fora (07/05/10).

No Jornal da TVE, mais representativo no aspecto relativo à quantidade de beneficiados colocados em cena (15), eles se colocam em cena em postura semelhante ao JA, declarando em vídeo suas alegrias. É o caso da matéria de 03/05/10, que aborda a “Comemoração do Dia do Trabalho no Sesc JF”. A população, por meio do recurso de povo fala, celebra discursivamente a alegria em reservar um dia de folga para comemorar o dia do Trabalho:

POVO1: Excelente. Ta valendo a pena.

POVO 2: As crianças é que gostam. Estamos aguardando um pouquinho pra daqui a pouco começar.

POVO 3: To achando legal, muito bom.

POVO4: Tem que ter ao menos uma vez na vida uma liberdade. Né? Fazer o que? Não é só trabalhar não, tem que curtir também. Tem que ter o dia da gente, não tem não?

O recurso de povo fala é utilizado para caracterizar “blocos” de beneficiados em mais 6 casos, onde a população se mostra satisfeita com a redução da velocidade máxima permitida para tráfego de ônibus no Centro de Juiz de Fora ou com o barateamento dos pacotes turísticos.

Além do povo fala, observamos uma maior “personalização” da população em matéria sobre o “Calçadão da Rua Halfeld” (07/07/10). Caracterizada pela repórter como “agitada e eclética(...), lugar onde tudo pode acontecer” , a Rua Halfeld, um dos símbolos de Juiz de Fora e de sua postura de vanguarda cultural pela presença de cinema, teatro, lojas e bares do local, é cenário de personagens que lucram com o movimento de pessoas.

Surgem em cena um vendedor de picolé, outro de pipoca, duas artesãs e um artista plástico. Presentes - na rua e na narrativa - não apenas para “saber o que a

Halfeld tem” como observa a repórter, os trabalhadores têm na rua, a oportunidade de vender seus produtos. O lugar de fala da artesã Maria de Lourdes Silva ilustra as demais posturas de beneficiados dessa matéria: “É bom, é gostoso porque você lida com o povo, vê muita gente, vê muita coisa, se diverte. No sábado é a mesma coisa, se torna ainda mais gostoso porque você aproveita a luz do dia” (JORNAL DA TVE, 07/05/10).

O MGTV conduz seu noticiário no período selecionado com ênfase significativa no papel do beneficiado: sozinhos, eles representam 8% do total de personagens, com nove aparições. A configuração do beneficiado se mantém constante em 100% dessa escalação: todos abordam a lucratividade pelo aumento de vendas de algo: aumento de vendas no comércio pelo dia das mães, que traz uma dona de loja satisfeita com o fato; crescimento na venda dos supermercados de Minas, trazendo o povo fala e o dono de um estabelecimento em momento de empolgação; um gerente de livraria comemora o aumento na venda de livros; produtores e vendedores de flores de Barbacena confirmam o crescimento na demanda com o dia das Mães. E finalmente, dois funcionários de uma loja de informática dividem a atuação em matéria veiculada em 07/05/10. Braz de Paula, gerente de loja e Hélio Nogueira Jr., Gerente Comercial, falam dos benefícios do aumento de vendas de notebooks, pauta da produção:

BRAZ DE PAULA (GERENTE DE LOJA): O portátil hoje ta na moda né? Todo mundo quer uma coisa fácil de transportar. Hoje você pode usar ele no mercado, no trabalho, em casa.

HÉLIO NOGUEIRA JUNIOR (GERENTE COMERCIAL): Cada público tem um produto, desde configuração de hardware até recursos que são importantes desenvolver para um engenheiro, para um arquiteto, que precisa de um computador mais potente, mais forte, mais robusto. Até adolescentes, que estão interessados em acesso à internet, orkut, baixar música na internet.

7.8 Ele é o bom - a personificação do bem no papel do mocinho

Num primeiro momento aparentemente confundíveis com os beneficiados, os mocinhos entram em cena nos telejornais de forma expressiva: 61 vezes, sendo 11 no Jornal da Alterosa, nove no MGTV2 e 41 no Jornal da TVE. A conexão direta com as matérias de celebração explica sua generosidade de escalação neste último noticiário. A tentativa de uma mensagem de “boas atitudes”, da emissão de uma lição de moral e de representação do mocinho como paradigma a ser seguido são elementos que constroem

sua diferenciação em relação aos beneficiados. Estes últimos, apesar das boas intenções, não têm o compromisso em “servir de exemplo” firmado de maneira tão intensa, e sim uma personalização do benefício.

Os mocinhos, embora muitas vezes beneficiados, tendem a privilegiar o benefício coletivo em detrimento do individual. Uma deficiente visual “orgulhosa” vira revisora de braile; um chefe de pousada se mostra feliz com as comemorações do dia do Trabalho e com a festa ofertada à população no local; um vereador deseja boas coisas a Juiz de Fora que completa 160 anos; uma mulher fala, em missa de Homenagem às mães sobre a importância de crermos num ser superior. O jornal da TVE apresenta esses personagens como mocinhos, em postura pro-ativa, ressaltando suas virtudes no texto do repórter e em seus próprios momentos de fala direta:

JOSÉ CARLOS CARUSO (CHEFE SESC POUSADA): Nós estamos aqui promovendo uma festa onde as pessoas que comparecem podem ter diversas atividades, na busca de trazer para essa classe um dia de lazer, um dia de cultura, enfim, um dia de festa.

BRUNO SIQUEIRA (PRESIDENTE CÂMARA MUNICIPAL): Nestes 160 anos que nossa cidade está completando, nós esperamos que ela possa se desenvolver de forma ordeira, de forma que toda a qualidade de vida, que é uma marca de Juiz de Fora, possa estar presente no coração e nas famílias da população de nossa cidade.

REGINA CAELI (COORDENADOR PRO IDOSO): A importância dessa celebração é nós pensarmos no aspecto da religiosidade, da importância que tem para todos nós crermos num ser superior, a quem a gente se reporta a todos os momentos para agradecer, pra solicitar, pra pedir forças pra que nós possamos enfrentar nossos problemas e agradecer todas as graças alcançadas.

7.9 Denunciar ou anunciar? Fiscais e arautos presentes na narrativa

O estudo da relação entre os personagens classificados como fiscais e arautos nos dá pistas sobre o direcionamento do telejornal em relação a seu público, as promessas discursivas que tentam estabelecer. Isto porque temos que, no caso de nosso recorte, esses dois papéis são desempenhados quase que totalmente por repórteres e âncoras. E demonstram a maneira com que estes e o próprio telejornal se projetam para o público que tentam representar e também para as outras fontes presentes na narrativa-VT.

Numa postura mais incisiva, o fiscal, que predomina sobre o arauto em número

de inserções no Jornal da Alterosa e MGTV2, cobra providências das autoridades-vilãs que surgem nas matérias, engrossa o coro da população ao pedir o restabelecimento da ordem, tenta gerar identificação com o público pelos serviços reguladores prestados. Na matéria do MGTV2, de 03/05/10, o fiscal, representado pela repórter Viviane Novaes questiona na porta do HPS o presidente do Sindicato dos Médicos, Gilson Salomão: “Quantos plantonistas em cada escala de trabalho seriam necessários então?”. Em nota ao final da matéria, o âncora Sérgio Rodrigues também cumpre papel semelhante ao de Viviane, ao informar que “A expectativa do subsecretário é que a situação se formalize em 15 dias. Segundo o presidente do sindicato dos médicos de Juiz de Fora, a média salarial nas emergências de hospitais particulares é de 3500 reais”.

Já o arauto, personagem mais frequente que o fiscal no Jornal da TVE, conforme nossa análise de conteúdo aponta, tem postura elucidativa, de anúncio de um fato. Como na matéria “Gráfica em Juiz de Fora produz impressos em braile”. A notícia-anúncio do fato já começa na chamada, onde a âncora discursa no papel de arauto e anuncia os serviços: “Impressos como cardápios, cartões de visita e até uma Constituição. Esses são alguns dos muitos itens produzidos na Gráfica de impressão em braile. Essa gráfica está instalada em Juiz de fora, no Instituto Bruno”. O segundo arauto da matéria, o repórter, complementa o pronunciamento da apresentadora, em seu primeiro off: “Ao olhar essa folha, parece ser uma impressão comum. Mas, se reparar bem, é possível perceber que, além de tinta, o papel tem uma impressão em braile. E assim são vários produtos que seguem essa tendência. Cardápios, cartões pessoais, folders e até a Constituição já estão disponíveis em braile. É lei e auxilia na inclusão de pessoas com deficiência ou incapacidade visual. E todo esse material é produzido em Juiz de Fora, em uma gráfica Braille”.

Nosso olhar se volta de maneira particular para arautos e fiscais neste percurso. Primeiramente, são personagens que, por não representarem os personagens focais de nosso trabalho, o povo que assiste ao telejornal, e que também é representado por ele nos papéis de vítima, mocinhos, beneficiados, etc poderiam passar despercebidos, dependendo do enfoque que assumíssemos. O que não deve acontecer se atentarmos para o fato de que são eles que introduzem as outras histórias e personagens. E dividem presença em todas as matérias de nosso recorte. Se há um arauto, provavelmente não há um fiscal e vice-versa. Mas sempre haverá um deles. Além disso, uma de suas funções de destaque é a de interpelar, com maior ou menor frequência dependendo do telejornal, o cidadão que se encontra do outro lado da TV.

8 Os jornalistas como personagens: Os telejornais e públicos percebidos pelas equipes de TV locais

Flávio Porcello ao observar o papel da televisão na vida do brasileiro, toma este veículo enquanto elemento que tenta converter códigos verbais e visuais em fatos reais, por meio da famosa expressão “apareceu na TV”. O pesquisador alerta, entretanto, que a televisão, com ênfase na matéria telejornalística, não deve ser vislumbrada como mera observadora dos fatos, pois

Por trás de uma câmera, está o olhar de um cinegrafista. A matéria jornalística é uma história contada pela ótica do repórter, com as imagens captadas pelo cinegrafista. Na edição, o jornalista faz escolhas, optando por uma e não por outra cena, por este e não por aquele trecho da resposta do entrevistado. TV é edição, recorte, fragmento. O desafio de quem trabalha nela é escolher certo, com responsabilidade, critério, ética e, principalmente, honestidade. Existe imparcialidade jornalística? É claro que não. A ótica do jornalista, do cinegrafista, do fotógrafo, do diretor da empresa e dos interesses que ela representa sempre estarão de algum lado.” (PORCELLO, 2008, P.51)

Cientes destes preceitos repassados desde os tempos da faculdade - mas que sempre merecem reatualização pela presença constante de discursos perigosos e cristalizadores de “imparcialidade jornalística”- tomamos como cenário de nossa observação na pesquisa de campo as redações, estúdios, salas de espera e de reuniões dos três telejornais-recorte. Editores, produtores, cinegrafistas, apresentadores e repórteres - os “contadores de histórias” televisuais, na concepção de Porcello, foram questionados, interrogados, ouvidos. Particularmente sobre as relações tecidas com a “audiência presumida” (VIZEU, 2006), as impressões de/com o público, as estratégias de elaboração das narrativas e inserção da população nas mesmas.

Os depoimentos, colhidos por meio de entrevistas (anexas) descortinam muito do que entendem por “público” e por “telejornalismo” a equipe de três telejornais produzidos e veiculados em Juiz de Fora, tão iguais e ao mesmo tempo tão diferentes uns dos outros conforme observamos até o momento. Ao nos contarem suas histórias, nossos 12 entrevistados acabaram oferecendo, em mais de 200 minutos de “causos” – sendo a própria questão dessa “mineiridade juizforana” um deles - histórias e dramaturgia particulares. Foi possível, assim, confrontar as emissoras-personagens percebidas em nossos VT’s com aqueles que agora entravam em cena diante de nosso gravador, saindo de reuniões de pauta, de gravações de off e salas de corte ou vindo do calor das ruas, com fitas na mão. De certa forma, invertíamos a situação por eles

vivenciada diariamente com a população.

Queríamos saber quem, o quê, quando, como, onde e por quê as coisas eram como eram. Mas como saber se as informações que nos repassavam tão subjetivamente - e que não perdem seu valor em função disso - eram, conforme proposto por Porcello, “honestas”? Como provar ou comprovar que os discursos e argumentos ofertados e gravados não haviam sido criteriosamente ensaiados, “cena a cena” no dia anterior ao da entrevista? E se o fossem, isso seria bom, ruim ou indiferente para o andamento de nossa pesquisa, já que a todo o momento, mencionamos o atravessamento de um discurso por outros múltiplos?

De forma coerente com nossa proposta de “dramaturgia do telejornalismo” e com os conceitos de “construção da realidade” expostos buscamos, então, um caminho alternativo e, a nosso ver, satisfatório: encarar, literalmente, nossos entrevistados como personagens. Passíveis de belas atuações, erros de gravação, talentos natos e inatos para o drama, mas sempre em cena, como perceberemos adiante. Por isso, ressaltamos que os títulos das subseções na sequência, mais do que objetos de comprovação das posturas editoriais por nós avaliadas, dão-nos, condensadamente, a dimensão discursiva imaginada pelas equipes ao se direcionarem a seus públicos – e ao falarem deles.

8.1 Jornal da Alterosa - um telejornal que ouve o “clamor do povo”

Dentro da linha da Alterosa, não cabem determinadas futilidades ou situações mornas ou comerciais demais, quando eu tenho um fato forte, onde uma pessoa está caída ali morta, com todo mundo passando em frente dela. Poderia ser eu, poderia ser você, familiares nossos. A Alterosa não vai se calar na frente disso. Até porque, enquanto a gente não chega lá, nada se resolve e isso é impressionante (Elisângela Baptista- Editora JA, 14/12/10)

A declaração acima, da editora chefe do Telejornal da Alterosa Edição Regional pontua a postura fiscalizadora e, de certa forma, heróica adotada discursivamente pela equipe deste telejornal. Lugar onde, nas palavras de Baptista, não cabem “futilidades”, “situações mornas”. Já observamos que a mudança ocorrida no cargo de editor chefe em 2009, figura como um marco na linha editorial adotada e confere ao tom ou promessa discursiva atuais um caráter policial, factual, “quente” à narrativa. Esta está atrelada com frequência aos problemas de bairro, conforme já demonstrado anteriormente,

povoada de vítimas, fiscais e vilões em cena.

Iluska Coutinho (2003) considera primordial o papel do editores chefes. Eles poderiam ser considerados uma espécie de autores das narrativas veiculadas pela telinha diariamente, em horário nobre. Afinal,

ainda que a questão da autoria em televisão envolva uma construção o editor chefe de cada programa é que estabeleceria, em última análise, o ritmo de encadeamento das cenas, narrativas construídas a cada VT, ao montar a ordem de apresentação das matérias, a chamada paginação do programa, e ainda definiria em que casos haveria mudança ou subversão na maneira de contar as histórias jornalísticas, na medida em que a busca por novidades é outra marca da indústria cultural. (COUTINHO, 2003, p.168).

Ao acumular as funções de editora chefe e apresentadora do Jornal da Alterosa, Elisângela Baptista reconhece o poder de sua “assinatura discursiva audiovisual” no noticiário. E em entrevista, posiciona a si mesma e a emissora, do mesmo modo em que se projeta nos VT’s analisados: um enquadramento que mescla atitudes do personagem fiscalizador com o papel do herói. Como alguém que, ao mesmo tempo em que denuncia as mazelas cotidianas, tenta buscar soluções para as mesmas e apontar culpados pelos conflitos do “povo”, como no trecho abaixo de nossa conversa:

O apelo popular é mola principal. É problema de saúde, a gente vai atrás, é problema de bairro, a gente vai atrás, é educação, é professor que está com dificuldade pra dar aula. A TV Alterosa ainda carrega essa voz, esse clamor do povo, uma força que talvez a população se identifique por conta disso. (BAPTISTA, 2010).

Interessante presenciar certa recorrência no discurso da jornalista, manifesta em entrevista, em perceber o público como uma categoria que merece e precisa se expressar. Mas que, ao mesmo tempo carece de ser controlada, prestar atenção naquilo que “pediu” para ver no telejornal. Em resumo, há um anseio de que o público “respeite” o conteúdo produzido, já que foi confeccionado baseando-se nos anseios da audiência. Se em certos momentos, temos a editora fiscalizadora-heroína confirmando que “A população tem um peso muito grande no Jornal da Alterosa”; “O que eles pedem é fundamental” ou “é fundamental que eles se expressem”, temos uma visão do telejornalista como alguém que oferta “permissão de fala” ao outro, que “o deixa falar”,

como na frase: “o povo fala’ é a hora em que você dá voz àquele povo”. Ou na declaração seguinte:

Há pouco tempo tivemos uma reunião em Belo Horizonte, onde uma das idéias era isso, deixar o povo falar, vamos colocar o povo pra falar. Mas com alguma restrição, pois na TV você não pode deixar a pessoa ficar falando, o tempo todo, até por questão de imagem, tempo, ritmo de matéria. É fogo, porque você acaba entrando em contradição: deixa o povo falar, mas por 10 segundos? É uma orientação geral e a gente segue dentro do perfil que a gente tem. (BAPTISTA, 2010).

Outros trechos da conversa também confirmam nossa hipótese de multiplicidade de interpretações da audiência por parte da equipe. Ao ser indagada sobre a constância na interpelação direta que faz o telespectador no momento da apresentação, a editora oferece um discurso de amplificadora da “voz do povo”

A gente entende que a Alterosa busca isso, proximidade com a população. Na verdade esse diálogo vem fechar tudo isso o que a gente falou até aqui. Não adianta eu ter o clamor popular, ir lá e na hora do estúdio me posicionar completamente imparcial ou completamente objetiva, sendo que a gente sabe que isso não existe. Na verdade tento aproximar o telespectador não de mim, mas da TV Alterosa com esse discurso sim. (BAPTISTA, 2010).

Em contraponto, mais uma vez há a observação na necessidade de controle discursivo no momento de “dialogar” com o público via interpelação. A editora e apresentadora surge como uma heroína com ares de mãe - que dá carinho e pune a criança necessário for. A idéia é de que um público que se deseja representado deve, em troca, oferecer sua atenção àquele que se faz portador e anunciador de seus anseios:

Em 2009, com minha volta, a gente retomou essa linguagem, esse clamor, meus comentários mesmo, no final de matérias. Às vezes saímos de uma sonora e o telespectador falou aquilo que eu acho também. E eu digo “É isso mesmo. É isso aí”. É você tentar se aproximar ao máximo e tentar falar “Olha, estou fazendo isso aqui porque você pediu, então preste atenção na matéria” (BAPTISTA, 2010)

A postura fiscalizadora da emissora e, principalmente de sua editora chefe, é reconhecida pela equipe como estratégia de aproximação com o público e também como tendência editorial constantemente “cobrada”, a ser seguida em todas as etapas de produção das notícias. É o que verificamos, por exemplo, no depoimento da produtora Flávia Crizanto, ao ser indagada sobre a predominância das matérias de denúncia no noticiário:

Aqui dentro a gente trabalha o tempo todo isso, a editora cobra isso o tempo todo e acho bacana. Não dar isso somente como factual. Ela cobra o tempo todo que a gente esteja, de alguma maneira, colocando um olhar crítico. Não é dar só que não temos médicos. Por que não temos médicos? Ir lá, cobrar. A editora está sempre pedindo pra gente uma solução para o telespectador correr atrás. Por exemplo: estrada. Se a gente vai dar que estão morrendo tantas pessoas nas estradas, a gente quer saber por quê. É uma linha do jornal e da editora (CRIZANTO, 2010)

A estrutura narrativa das notícias, os ângulos preferenciais, a abordagem “popular” dos assuntos - assumida sem receios e com orgulho pela equipe - parece forjar sua “identidade” num viés relacional, alicerçada na força da diferença, conforme apontamos no capítulo 2 a partir das contribuições de Woodward. A utilização do plano sequência e a conversa informal com o telespectador são recursos narrativos que tentam se firmar como marcas registradas do JA. Isso quer dizer que, ao se dirigir a seu público, o Jornal da Alterosa, mais do que declarar discursivamente “aquilo que é”, tenta deixar explícita a exclusão, “aquilo que não é”, tendo por base, prioritariamente, a comparação com a concorrência do MGTV2 e com o “padrão Globo de Jornalismo” de maneira geral, como observa o repórter Evandro Medeiros:

Temos uma noção muito vaga desse público do Jornal da Alterosa, bem diferente da TV Panorama, que tem um processo de pesquisa mais amíúde(...)E aí precisa muito desse domínio técnico do cinegrafista e dessa interação entre cinegrafista e repórter, pra criar uma linguagem diferente da linguagem Globo, que é o padrão de telejornalismo no Brasil (...)Se você pega matérias da TV Panorama e nossas, você perceberá que nossas passagens têm mais movimento(...)A gente recebe, com frequência, comentários desse tipo na rua “Olha na TV Alterosa mostra a gente, o povo, a gente se vê. A concorrente mostra tudo por alto, não falam as coisas como são realmente. Vocês não. Vêm aqui, mostram as pessoas, a gente tem vez, fala na matéria de vocês. (MEDEIROS, 2010)

A postura de demarcação identitária como base na diferença se reflete também nas falas da editora:

O público precisa do Jornal da Alterosa. O Jornal da Alterosa precisa do público. Em contrapartida, estou falando para ele. Não estou falando pro meu colega de imprensa, que de repente falará assim “que linguajar é esse?”, vai fazer uma crítica. É diferente do que estamos acostumados a ver no Jornal Nacional, por exemplo. (BAPTISTA, 2010)

Há ainda, para retomarmos a função pedagógica do telejornalismo proposta por Vizeu, um tom didático de linguagem, assumido, na visão da equipe, como tentativa de aclimatar os outros discursos a um discurso popular, compatível com a audiência imaginada.

Tentamos falar de maneira muito clara. As palavras seguem aquela lição de jornalismo da faculdade: falar da maneira mais clara possível, de maneira direta sempre, usando palavras mais fáceis de entender e pronunciar, tentando quebrar as frases, os períodos. (MEDEIROS, 2010)

Ou ainda nas observações do cinegrafista Robson Rocha. Ele tenta fortalecer o caráter pedagógico da linguagem textual e visual adotada, incluindo neste arsenal didático-discursivo, o plano sequência, cuja câmera subjetiva faria com que o telespectador se sentisse “dentro da matéria”:

A linguagem é mais simples, você pega uma história com início, meio e fim. A gente brinca muito que o telespectador não é nosso amigo. Mas é um conhecido, a gente entra todo dia na casa dele. Não devemos ter uma fala distante, mas contar o que aconteceu numa linguagem que todo mundo entenda. (ROCHA, 2010).

Também estabelecida com base na diferença, a questão da mineiridade surge nos apontamentos da equipe como algo mal resolvido, ambíguo, complicado. Reflexo, como já evidenciamos, da própria constituição da indetidade juizforana extra-telejornal, firmada a partir de contrastes com a “mineiridade clássica”. Ser mineiro não parece ser algo facilmente explicável por parte do grupo. O que não significa que não surjam “lampejos” de mineiridade nas atitudes, mais do que nas definições, conforme presenciamos nas falas do cinegrafista Robson Rocha e sua relação com o público no momento das gravações:

Se aconteceu a apreensão de um ponto de venda de drogas na Vila Olavo Costa, não quer dizer que o bairro seja inteiro de traficantes. E nem por isso você vai chegar lá e não tratar bem as pessoas, cumprimentar, tomar um cafezinho, que é uma coisa de mineiro. Você vai fazer uma matéria e não tomou o cafezinho, você está destrutando. (ROCHA, 2010).

A cidade de Belo Horizonte, sede da matriz da Alterosa figura, nos discursos da equipe, como um “lugar” de confrontamentos com a produção realizada em Juiz de Fora e voltada, ao menos em tese, para outras 131 cidades da Zona da Mata. Há por parte da produção juizforana uma tentativa de fazer valer o slogan atual da emissora, que é “a TV que o mineiro vê”, mesmo que a mineiridade vislumbrada fuja do padrão

“belorizontino” e ganhe ares nada convencionais.

Na avaliação da produtora Flávia Crizanto, há um grande desafio em tentar estabelecer uma linguagem tipicamente mineira no noticiário, acreditando que “a gente tenta ao máximo mostrar a região, mas não dá pra ser como deveria. E a TV Alterosa tem essa característica de ser “A TV que o mineiro vê”. Inclusive BH está passando isso pra gente”. (CRIZANTO, 2010). O cenário de se apostar em BH tanto para buscar essa mineiridade quanto para fugir dela é referenciado pelo repórter Evandro Medeiros, ao confessar que:

Sem dúvida essa indefinição de mineiridade juizforana é transposta pro telejornal (...) É até uma briga minha aqui, pois acho que às vezes as cabeças das matérias ficam muito ‘lá’. Às vezes nas matérias também tem muita coisa que interessa a Belo Horizonte, à cultura lá de cima. Costumo dizer que Minas Gerais é de Barbacena pra cima. Aqui a gente é muito diferente. Fazer matéria em Barbacena já é muito diferente. As matérias do esporte lá de BH a gente nunca usa no nosso telejornal, pois são matérias do Cruzeiro e Atlético, times dos quais nosso público não quer saber nada. Querem saber dos times do Rio. Acho que até a maneira de conduzir as matérias, nossa abordagem mais soltas que as de BH refletem isso. Percebo uma soltura maior na condução de nossas matérias aqui. A juizforaneidade não é uma não-mineiridade, mas é uma mineiridade particular que se reflete em nosso telejornal (MEDEIROS, 2010).

A dramaturgia do telejornalismo pode ser percebida de maneira sistemática pelos profissionais, desde o momento da pauta até a exibição da matéria. A “história contada”, bem como o perfil de seus personagens e os cenários escolhidos representam elementos norteadores para a confecção do produto. São valores compartilhados pelo grupo e se apresentaram nas entrevistas em frequência semelhante aos discursos de valorização da participação popular e exercício da cidadania que ancoram a postura editorial do noticiário.

Para o cinegrafista Robson Rocha, as escolhas de posicionamento de câmera são fundamentais no assentamento discursivo pretendido, focado na “demonstração das ações e emoções” dos personagens “em cena”. Os objetivos aqui se baseiam num sensibilizar para promover a solidariedade para com aquela vítima que sofre:

Você não sensibiliza ninguém com uma imagem aberta. Se a Xuxa chorar num programa dela e deixarem num longshot, ninguém vai se emocionar. Isso você usa como artifício pra prender a atenção de seu telespectador (...)as pessoas se emocionam também porque o jornalismo, mesmo numa tragédia é uma prestação de serviço. Quando você se emociona numa matéria, você tem pelo menos a vontade de querer ajudar aquele cidadão que sofreu com um incêndio, uma enchente, seja lá o que for. Se não tiver essa emoção na matéria, você não vai ajudar a ninguém (ROCHA, 2010)

A escolha de ângulos, o poder dispensado às imagens, os cuidados com o texto verbal e a comparação com as “narrativas de ficção” como as telenovelas ilustram nossas constatações, como a que se segue:

A dramaturgia se apropria de fatos da vida real e o jornalismo vai se apropriar da linguagem da telenovela, sobretudo no apresentador. No personagem, vejo essa tentativa de chamar atenção da audiência pela dramatização (...)Da mesma maneira que a telenovela faz sucesso, que o cara lá faz o público chorar, nosso telespectador vai ver no telejornal essa mesma linguagem. É uma estratégia mesmo. E tem sido usada com frequência e acaba todo mundo fazendo. (MEDEIROS, 2010).

O valor espetacular das imagens é visto pela apresentadora como algo atrativo, que confere retorno da audiência. Elisângela aponta que as matérias de problemas de bairro são o foco das sugestões de pauta, “mas o pessoal gosta também de matéria bonita, bem produzida, matéria de natureza, animais, coisinhas diferentes”. (BAPTISTA, 2010). “Coisas diferentes” aparecem, nas conversas com Evandro Medeiros, como “valores-notícia” priorizados pelo público e pela equipe, ao se depararem com uma boa história a ser contada:

Uma vez fiz uma passagem num barco que foi super comentada. Uma vez também, na queda da barragem em Mirai, há quatro anos, gravei uma passagem dentro do helicóptero. Claro que foi uma estratégia minha pra valorizar o material. Afinal de contas, nossa visão era privilegiada em relação ao que a concorrência tinha gravado (MEDEIROS, 2010)

Ao que tudo indica, o nirvana narrativo se estabelece quando ocorre a junção entre notícias factuais com imagens privilegiadas, angulações emblematicamente cinematográficas. Como nos fatos acima, “vivenciados” pelo repórter Evandro

Medeiros⁵⁴. E que, segundo ele, ainda ecoam pela audiência e resistem ao distanciamento tempo-espacial, tão cruel com a busca por sabor discursivo perseguida no telejornal da Alterosa.

8.2 Jornal da TVE - um telejornal em busca de seu público

Cada telejornal deve ter seu público. Um público que flutua, que vai a todos os canais. Mas a gente precisa conquistar um público(...)essa marca do Jornal da TVE não está fixada ainda. Muitas vezes as pessoas ligam pro Jornal da TVE pensando que estão falando com a Rádio Globo, com a Mesa de Debates. Não temos uma marca consolidada. Procuram a gente, sabem quem é nossa equipe de externa, mas não têm essa definição. (Anibal Pinto, Editor Chefe Jornal da TVE, 15/12/10)

O telejornal da TVE completava seis meses de exibição quando serviu de objeto empírico para esta pesquisa, por meio das gravações do noticiário em maio de 2010. Obviamente, a tenra idade do produto, implantado em 30 de novembro de 2009, não pode servir, de maneira inocente, como máscara para ocultar sua relação com o caráter educativo da TVE e sua matriz, a Rede Minas. Esta tenta se firmar discursivamente, tal qual sugere o slogan, como “A TV que pensa”. Entretanto, é substancial nos atermos, já que esta é nossa questão focal, ao público que é percebido como audiência nesta produção. E que tem, inegavelmente, apenas um semestre de contato com o material exibido e suas promessas de leitura.

Em nossas conversas com a equipe do Jornal da TVE, percebemos que os pensamentos da “TV que pensa” se voltaram significativamente para a necessidade de uma efetiva (porém ainda futura) caracterização de público a ser estabelecida com maior nitidez, brilho e contraste. Neste sentido, temos que a atenção se volta para o formato de abordagem, para a narrativa audiovisual que se pretende ofertar para, a partir disso, pensar na manutenção de uma audiência. A equipe sabe o que deseja produzir. Mas ainda não definiu completamente para quem produzir, imersa num “público misturado”, como define a repórter Larissa Zimmermann.

⁵⁴ Cumpre lembrar que o repórter é também ator, tendo participado durante muitos anos do Grupo Divulgação. Em 2009 Evandro Medeiros lançou o livro “O delírio de Apolo: sobre teatro e cinema”, com apoio da Funalfa (Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage), e tem a dramaturgia como foco de suas pesquisas no Mestrado em Comunicação da UFJF, em que ingressou em 2010.

Em síntese, o telejornal da TVE surge, na voz de seus produtores, com uma postura marcadamente típica do mocinho (que figura, lembremos, como personagem principal na dramaturgia deste recorte): cheio de “boas intenções” para com seu público, com vontade de “fazer diferente”, mesmo com pouca estrutura e dispensando horas extras de trabalho para que isso ocorra. Mas ainda desprovido de super poderes heróicos para lutar por ele, como o faz, por exemplo, o Jornal da Alterosa. Até por que, se as causas pelas quais lutar se mostram relativamente demarcadas na análise que fizemos dos VT's, falta saber a quem interessa a batalha, conforme pontua por várias vezes o editor chefe Aníbal Pinto:

Nós fizemos um jornal nesse um ano e talvez por isso não consiga te definir meu público, que é um pessoal que ainda está chegando, tá ligando pra saber qual é a do jornal, se ele é bom, se é ruim. Quem vê gosta, inclusive já consegui identificar, através das pessoas, algumas diferenças em relação aos outros telejornais (PINTO, 2010).

A declaração do editor coloca em discussão outro ponto importante observado durante as entrevistas nesta emissora: a não-identificação com determinado tipo de público e/ou abordagem é mais intensa que a própria delimitação de conduta editorial. É como se esta última se forjasse, prioritariamente, na negação de outras identidades estabelecidas pelos telejornais locais. O Jornal da TVE, nas palavras dos entrevistados, ao mesmo passo em que ainda não consegue se descrever, sabe aquilo que não deseja ser, numa defesa da diferença confrontada constantemente com as posturas adotadas pelo Jornal da Alterosa e pelo MGTV2.

Para Alessandra Cury, que é produtora e empresta também sua imagem como apresentadora do programa, o jornal tenta trabalhar com as mais variadas temáticas, diante da indefinição de público. A jornalista se fixa numa desvinculação com os outros dois telejornais locais, ao explicar que, o Jornal da TVE “não é nem um jornal educativo, por a gente ser de uma emissora educativa e nem é um jornal *factualização* igual Panorama e Alterosa” (CURY, 2010). Postura ratificada pelo editor chefe, ao elucidar que

Porque você tem um padrão consolidado, que é o padrão Globo. A bancada, o casal, as matérias com off, passagem, sonora, matérias curtas de até um minuto e meio. É aquele jornalismo que a gente aprende a fazer. A TV Alterosa, pra sair dessa linha, entrou pra uma linha mais popular, mais policial, de câmera nervosa, plano sequência(...)Não adianta a gente fazer esse padrão Globo ou SBT/Alterosa, porque eles já estão consolidados. Então, nós iríamos fazer uma coisa semelhante, talvez até com uma qualidade inferior, porque eles já têm uma experiência, um trabalho desenvolvido. (PINTO, 2010)

Aliada à indefinição de público, a pouca abrangência de sinal da emissora, restrita a Juiz de Fora e mesmo assim com falhas em alguns bairros da cidade, é observada como o grande entrave, obstáculo que tenta coibir as boas intenções de nossos mocinhos-entrevistados. Na visão do cinegrafista Gilberto Girardi, a repercussão do público em relação às imagens feitas e transmitidas perde sua força pela fragilidade do sinal

Nos lugares em que talvez possa haver a maior receptividade, talvez não chegue o sinal. Já tive muito mais retorno quando estava na Alterosa. Trabalhei cinco anos lá. E o retorno era claro. Onde eu ia as pessoas comentavam matérias e imagens. Aqui nunca ninguém me abordou para isso. A realidade é essa. (GIRARDI, 2010).

A âncora desabafa:

Não adianta a gente se esforçar, fazer o máximo, tentar fazer diferente, fazer hora extra, ficar aqui, porque a gente faz uma coisa legal que as pessoas não conseguem assistir, sabe? Outro dia a gente fez uma matéria lá em Paula Lima, sobre uma mulher que tinha mais de cem cachorros. Ficou superbacana, a matéria foi pra Rede Minas. E a própria entrevistada não pode assistir porque não pega na casa dela. (CURY, 2010).

Para além de se lamentar pelos percalços técnicos enfrentados, a apresentadora desse telejornal cumpre, na visão da equipe, como toda “boa moça”, outro papel significativo na narrativa do noticiário com seu público: o de transmitir uma imagem serena, calma, compatível com sua postura evidenciada até agora. De fato, observamos nos VT’s a emissão frequente, por parte de Cury, de “semi-sorrisos” e de voz calma ao anunciar matérias de celebração e mesmo institucionais. É também ela quem liga para as fontes, diariamente, para avisar que a matéria na qual elas foram personagens, entrará no ar naquele dia, algo que não ocorre nas outras emissoras analisadas.

Em boa parte de nossas conversas com a equipe, é atribuído particularmente a ela o caráter leve pretendido no diálogo com a audiência, no momento da apresentação

das notícias. Nas palavras do editor chefe, a apresentação de Alessandra “é mais tranqüila, menos formal, ela conversa mais com o telespectador. Isso foi uma coisa que eu sempre bati aqui. Nós não temos que ser o visitante chato, nós temos que ser o visitante que se sente confortavelmente na sua sala e bate um papo com você” (PINTO, 2010). A expressão “Bater um papo” sugerida por Anibal explicita com o público (e com os entrevistados conforme observamos nos VT’s), um lugar onde os tempos de fala são mais alongados se comparados aos VT’s convencionais. Um discurso essencializado quando abordamos a mineiridade clássica. Tem-se, neste cenário, a figura do mineiro-matuto, desconfiado porém leal aos seus princípios. Mineiro que não poupa tempo ao desfiar seus causos com os outros, à beira da estrada ou diante do televisor, como é o caso. O mineiro matuto é definido com riqueza de detalhes por Urbano Duarte. Para o jornalista e escritor, o matuto de Minas

é homem honrado e cumpridor da sua palavra, quando trata com gente que faz o mesmo. Porém, desde que desconfie do cristão, ai meu Deus! Quebra o corpo manhosamente e põe-se em guarda, como quem diz aos seus botões: Então vosmecê está cuidando que eu sou algum pateta? (DUARTE, 1902 in WERNECK, 1932)

O tradicionalismo colonial, cheirando a café e queijo, marca presença no discurso do grupo de jornalistas. De modo distinto da equipe da afiliada do SBT, o editor da TVE oferta seu discurso de mineiridade estabelecendo-se em paradigmas firmados nos “oitocentos” para retomamos Musse (2006). É forçoso sentenciarmos aqui que a mineiridade exposta em vídeo pelo Jornal da TVE se equaliza com esse padrão. O que destacamos é a visão de mineiridade clássica nos discursos de quem produz tais matérias e a tentativa de incorporação desta narrativa na configuração das pautas. Buscada fora de Juiz de Fora, como ressalta o editor chefe, “puxando erres”:

O Jornal da TVE é particularmente mineirim sim. O pessoal é mais do interior. Marcelo é do Sul de Minas, André também, Cláudia é de Bias Fortes, Alessandra de Barbacena. É um jeito mais mineiro mesmo, mais jeitoso, mais leve. Procuo muitas vezes, por causa da rede, e de nossa ligação com as emissoras do interior, volta e meia coloco muitas coisas de outras cidades características. Sul de Minas é meio rural. Café, matérias mais rurais, manifestações culturais típicas de Minas, como Folia de Reis, presépios, essas coisas. São João Del Rey tem um concurso de presépios maravilhoso agora. Esse material a gente vai pegar e exibir aqui. A gente tem esse lado mineiro sim, até como recurso para a Rede Minas. Hoje lidamos muito bem com essa mineiridade e não tem rejeição não. (PINTO, 2010)

Belo Horizonte, tal qual o fazem os profissionais da Alterosa, figura como lugar da diferença e de se discutir uma linguagem padrão entre matriz e afiliadas. É para a capital de Minas que viajam, com certa frequência, os profissionais da TVE Juiz de Fora, “ouvindo o pessoal de lá” (PINTO, 2010) em workshops e simpósios.

Embora não reconheçam ainda o “seu” público, a inserção da população nas matérias, como povo fala e personagens é vista como estratégia importante na dramaturgia do telejornal. Na visão da repórter Larissa Zimmermann, “o personagem atrai o telespectador”. De acordo com Alessandra Cury é necessário “continuar por esse caminho mesmo, não sei se educativo, mas de mostrar o povo, as pessoas que moram em Juiz de Fora. A gente opta sempre mais pelo personagem que por fontes oficiais” (CURY, 2010). Para Aníbal Pinto, o “povo fala” merece atenção especial. Isto porque, ao contrário do personagem, que se prepara para a “encenação”, o “povo fala” é, segundo o jornalista “pego no susto”, espontaneamente, dando margem para desenvolver uma matéria mais crítica.

O projeto “Meu Bairro”, que homenageia “bons moços e moças” de bairros juizforanos parece ser a menina dos olhos da equipe e também responsável pelos primeiros retornos de audiência do telejornal à emissora, por meio de telefonemas e visita à sede da empresa. Alessandra Cury anuncia que, “por causa disso, a gente conseguiu conquistar um certo público. Isso é o melhor do projeto. Depois que acabou, presidentes e bairro ligam pra gente pra sugerir matérias”. (CURY, 2010).

8.3 MGTV 2ª Edição - Um telejornal que quer sustentar um público “global”

Na verdade, nossa intenção, de alguma forma é abarcar todos os públicos. E aí está o grande desafio. Como falar de tudo para todos? A gente não pensa assim “Hoje eu quero falar pra classe A, hoje eu quero falar pra classe B. Nosso objetivo é ser líder de audiência, ou seja, estar todo mundo sintonizado na TV Panorama (Aline Maia- editora chefe, 20/12/10)

A tentativa de “falar para todos os públicos”, presente no discurso da editora chefe do MGTV 2ª Edição, Aline Maia traduz também a postura “macro-visionária” adotada pela equipe ouvida para este trabalho. Fixados nos números de audiência e na liderança, os integrantes desse grupo ancoram-se, na posição de personagens-especialistas, nas premissas do “padrão Globo de jornalismo” ao buscarem a identificação com o público e justificarem o primeiro lugar na preferência dos

moradores de Juiz de Fora e região. A postura de “expert” apontada se justifica de diversas maneiras, como veremos adiante: nos apontamentos sobre liderança, nas explanações de experiências adquiridas com o tempo de trabalho, no reconhecimento da “popularidade” da equipe e da emissora junto a seu público.

Fundamental apreender aqui uma demarcação identitária sobre “quem poderia chamar o telejornal MGTV2 de seu”, na visão de seus jornalistas/equipe: diferentemente dos outros dois noticiários pesquisados, as definições de público e de linha editorial adotada, embora se projetem na comparação com a diferença, têm esta projeção realizada em relação ao MGTV 1ª Edição, telejornal diurno da mesma emissora. Quase nenhuma menção é creditada aos telejornais “concorrentes”. Ou seja, o que percebemos, em diversos trechos de nossas entrevistas, é que, enquanto o Jornal da Alterosa e o Jornal da TVE estabelecem, na visão de quem os produz, suas “assinaturas discursivas” pautadas na diferença entre os noticiários concorrentes, O MG2 fixa sua busca por público e a escolha de pautas em comparação com o MG1. Parece ser impossível descrever um telejornal sem mencionar o outro e suas particularidades. Até porque, precisamos levar em conta que à exceção de editora chefe e produtora, os demais profissionais transitam entre os dois noticiários: repórteres e cinegrafistas trabalham por divisão de matérias e não para o jornal diurno ou noturno. O telejornal diurno é apontado como mais informal na “conversa” com seu público do que o noturno, que é nosso foco de estudo. É o que visualizamos com nitidez na declaração abaixo, da editora chefe do MGTV2 Aline Maia:

O da noite, em geral, ainda é um jornal conservador. Ou melhor, é um jornal que guarda características de algum tempo atrás. No MG1, por exemplo, a quebra nos padrões é maior. A gente tem trabalhado uma linguagem mais invocativa, pra ser mais próxima. Pra falar “Oi, Dona Maria, seu João, seu José, seu Pedro! Estou falando com você, meu amigo de todo o dia”. (MAIA, 2010).

A comparação entre MGTV1 e MGTV2 também aparece na fala da repórter e apresentadora Gesane Lucchesi, que confirma ainda a celebração da boa audiência dos mesmos

O MGTV 2ª. Edição é o que tem mais popularidade aqui. Nosso share é o maior, acho que quase o dobro das outras emissoras somadas. Apesar de ele ser um jornal mais formal. Você vê a diferença pro 1. No 1 você pode diferente. Acredito que o público do MG1 não é o do MG2. Mas é difícil definir um público. Acho que é bem heterogêneo. Se você for pegar pela linha editorial, seria mais classe A e B. Porque entra mais matéria de economia (LUCCHESI, 2010).

A definição mais “abrangente”, heterogênea de público do MGTV2 anunciada pela editora-chefe e pela repórter esbarra, conforme presenciamos em nossas análises de conteúdo e textual dos VT’s, na predominância das matérias de economia. Isso sugere um público mais segmentado, confirmado pelas explicações de outros membros da equipe. A exemplo da repórter e apresentadora, ao elucidar que “esse tipo de matéria, sobre aumento de venda de ar condicionado, começou o prazo para pagamento do IPTU, IPVA vai estar no 2. É um jornal que possibilita essa coisa mais técnica, o economês”(LUCCHESI, 2010) .

Ao mesmo tempo em que se fala em heterogeneidade de audiência, reconhece-se certa homogeneidade de pautas que “se transformam” efetivamente em matéria. É o que salienta a produtora Cláudia Mourão, ao explicar que

Eu defino como sendo o público-alvo do MG2 as pessoas que pertencem, em sua maioria, às classes média e alta de Juiz de Fora e região. Isso porque o perfil do telejornal é ser “hard news”, com matérias mais elaboradas, com mais dados comparativos, análises e mais matérias de economia, as que são produzidas (não factuais). Diferentemente das do MG1, que são mais populares, mais serviços e entretenimento. (MOURÃO 2010).

A posição de especialista da equipe se respalda ainda na questão global. Vista aqui em seu duplo sentido de significação. Independente do posicionamento “econômico” de cobertura, verificado em nosso recorte, o objetivo deste telejornal, reforçado com frequência nas entrevistas, é ser “global”. Isso significa, primeiramente, tentar falar para um público amplo e para além dos limites de Juiz de Fora. Gesane Luchesi destaca: “A gente não pode pensar em nossa audiência só em Juiz de Fora” (LUCCHESI, 2010). A editora chefe, ao caracterizar seu produto, sinaliza-o com sendo “o telejornal que quer falar pra todos da região: A, B, C, D, sem tarjas ou rótulos”. (MAIA, 2010)

Numa segunda perspectiva, o “discurso global” se volta para aquele que se compara, em muitos momentos, com a postura e com a programação da “emissora mãe”, a Rede Globo, com citação de suas novelas e de seu paradigma de telejornalismo, O Jornal Nacional. É o que aponta Gesane Lucchesi (2010), completando que “se fosse

pela linha editorial, seria mais um público tipo Jornal Nacional, mais pra aquele empresário, advogado, que chegou em casa e quer se informar. Mas pela audiência que a gente tem acho que pega aquela coisa entre novelas, pega jovem, dona de casa”(LUCHESEI, 2010). A produtora Cláudia Mourão vê como sendo impossível traçar um perfil de público em um canal aberto, ou

em um canal como a Globo, com tanta audiência e, o principal, ele se insere entre as novelas, que são programas altamente populares. Portanto, por mais que não liguem a TV para assistir ao MGTV, a TV está ligada para esperar a novela. Assim, o conteúdo acaba sendo assimilado de alguma forma por diferentes públicos (MOURÃO, 2010).

A reconhecida projeção midiática da Rede Globo e de seus profissionais embebe o discurso local em alguns momentos. E nos dá pistas sobre uma identidade telejornalística que em muito se aproxima do discurso de vanguarda que por vezes se projeta sobre a cidade de Juiz de Fora, analisado em capítulo anterior. Uma cidade que precisa e tem seu status de “projeção”, midiática e/ou regional.

Sobre esse aspecto é interessante mencionarmos a situação citada em entrevista por Gesane Lucchesi. Ao ser questionada sobre os assuntos que ensejam maior contato do público com a emissora, a repórter fala dos cuidados que devem ser adotados ao se dar “abertura” para a população. E se utiliza de uma história, exposta abaixo, para exemplificar seus argumentos

Não sei se você viu a chamada da Globo desse ano que eles escolhem uma cartinha do papai Noel pra dar o presente. A Érica e o Ricardo fizeram aqui em Juiz de Fora. A quantidade de gente que já me parou, pedindo se pode levar a cartinha...imagino eles, que fizeram. As pessoas se acham no direito, tipo ‘Fez pra ele, vai fazer pra mim também’.(LUCCHESI, 2010)

A chamada Global faz referência às participações de personalidades de renome nacional como Xuxa e Renato Aragão. Juntamente com outros “artistas” da Rede Globo, eles, em campanha nacional, entregavam presentes à população. E todas as “cerimônias” de entrega dos mimos nas casas “do povo” foram gravadas e viraram vídeos da campanha de final de ano da emissora. Em nível local, as “celebridades” elencadas para a empreitada foram escolhidas no *cast* de telejornalistas da TV Panorama - os apresentadores Érica Salazar e Ricardo Ribeiro.

Mais do que correremos o risco de cair no desgastado discurso de “anti-estrelismo” que deve nortear o posicionamento do jornalista perante o público que representa, atentemo-nos para a sintomática da questão da “glamourização” do repórter

em nível nacional e mesmo mundial. Esta é apontada em trabalho desenvolvido pela pesquisadora Cristiane Finger. Ao analisar mais especificamente o papel da câmera escondida no telejornalismo - polêmica e apontada como uma das responsáveis pela morte de jornalistas com Tim Lopes - justificada num país onde aos telejornalistas “celebridades” só resta a ocultação para “captar imagens decisivas”, como se as imagens fossem o único meio de se fazer um jornalismo investigativo, Finger especifica o caráter glamourizado de nossos profissionais

O nosso modelo de telejornalismo tem como ancestral o formato norte-americano, com o que há de bom ou de ruim nisso. Porém, a adaptação, em alguns aspectos, ficou no arremedo. No Brasil, a função de repórter é a mais importante, enquanto na TV americana é o produtor. E a razão é muito simples. Em todo o mundo, jornalistas de televisão são conhecidos e reconhecidos. Tornam-se “celebridades”. Por isso, este profissional não pode passar despercebido. Não, depois de invadir os lares dos telespectadores, todas os dias. Aqui, este fenômeno de glamourização toma ainda maiores proporções (...)Dificilmente um repórter que aparece todos os dias no vídeo deixaria de ser reconhecido como tal. Neste caso só resta “clamufar-se”, se fazer passar por outro e esconder a microcâmera para gravar imagens. (FINGER, 2007, p.74)

O povo, neste contexto, precisa ser “limitado” em suas ações, controlado no que diz respeito ao assédio dos jornalistas e também com relação aos problemas que desejam que sejam pautados e, conseqüentemente, resolvidos.

As divergências do grupo com relação à postura econômica adotada ou com o público presumido do telejornal cessam nestes tópicos. A equipe adota discursos semelhantes em dois pontos principais das entrevistas: o primeiro, diz respeito à predominância dos problemas de bairro como sugestão de pauta preferencial da população, como acontece com nossos outros dois telejornais analisados. A questão se faz presente no depoimento do cinegrafista do telejornal, Humberto Campos. Segundo Campos, a boa recepção da equipe pela população no momento da captação de imagens se deve prioritariamente ao assunto abordado. O profissional aponta que:

Nas matérias de cotidiano, na maioria das vezes em que você vai fazer uma matéria na qual as pessoas tenham uma esperança, um problema no bairro, vítimas de atropelamento. Então as pessoas te recebem muito bem. Querem te fornecer a maior quantidade de informação, te ajudam com equipamentos, carregam, toma conta. Então há essa parceria quando eles querem a solução do problema, as pessoas te ajudam muito. (CAMPOS, 2010).

Num outro momento, percebemos que a questão da mineiridade no MGTV2, pelo menos sob o olhar de seus profissionais, parece ser algo “resolvidamente mal

resolvido”⁵⁵. Não se almeja, como no Jornal da TVE um tom “mineiro-matuto” no noticiário ou de ser “a TV que o mineiro vê” como anuncia a TV Alterosa em seu slogan. Aline Maia reconhece essa dificuldade de manejar a mineiridade na tela

Temos esse embate na hora de colocarmos essa mineiridade no ar. Ficamos sempre nos comparando a Belo Horizonte. Nossa linguagem é diferente. Acho melhor dizer que o juizforano tem sua mineiridade própria e o MG acompanha essa mineiridade do juizforano. Tentamos, ainda, incorporar essa mineiridade específica de cada cidade em nosso telejornal. O cara de Barbacena não vai pensar igual ao de BH. Talvez esteja mais próximo de Juiz de Fora. Mas é um desafio. (MAIA, 2010).

Outra resposta, obtida da repórter Gesane Luchesi, reforça nossa tese de “rivalidade” (e que aqui fristem-se as aspas) com a mineiridade assumida pelas equipes de jornalismo em Belo Horizonte. Ao ser indagada se no telejornal, o juizforano pode ser caracterizado como tipicamente mineiro, Lucchesi, antes de responder que as pautas da capital entram no noticiário juizforano caso sejam de interesse regional, rebate nossa pergunta, com outro questionamento: “Você está querendo entrar nessa coisa com BH?”.

Acreditamos - e aqui temos suposições já que nosso foco não é esse, embora a questão nos seja interessante - que a própria preocupação com a inserção entre as telenovelas globais e com uma noção de público-audiência mista, estimule a equipe local a produzir um noticiário “sem sotaques”. Ou melhor: respaldado pela indefinição de sotaques juizforana, tensionada entre Belo Horizonte, Rio de Janeiro e São Paulo. Tensionada pelos próprios discursos dos “arredores”, da região, que são, conforme vimos, razão de insegurança e de desafios para os três telejornais locais.

⁵⁵ A compra das ações da TV Panorama pela Rede Integração, do Triângulo Mineiro, em 2007, representou a formação do maior grupo de comunicação do interior de Minas Gerais. De certa forma acredita-se que isso talvez justifique a atual busca por mineiridade, ainda que particular, no caso de Juiz de Fora. A Rede Integração é formada por emissoras de TV com sede em Uberlândia, Araxá e Ituiutaba, e além disso abrange 123 municípios do Triângulo Mineiro, Centro-Oeste, Alto Paranaíba e Noroeste de Minas. Dessa forma seu sinal atinge uma população de três milhões e quatrocentos mil habitantes (de acordo com o censo 2010 Minas teria uma população de 19,5 milhões de habitantes).

9 Conclusão

Inferir, ao final de todo esse nosso trajeto, que temos três telejornais diferentes para “chamarmos ou não de nossos” é, na melhor das hipóteses possíveis, dançar, sem maiores pretensões, um bolero com o óbvio. A simples percepção de que apenas três assuntos (pedofilia, greve dos professores e avanço da dengue) coincidiram como pautas nos três noticiários na semana escolhida nos dá a dimensão dessa sintomática. Além disso, denota certo “descompromisso” com o clássico “furo” de notícia, que renderia outra pesquisa. A escolha das fontes, a colocação de personagens em cena, os lugares de fala reservados a eles, a cada edição, nos permitiram ir além dessa constatação: mais do que três telejornais distintos, é possível dizer que observamos uma nítida delimitação de três “Juiz de Foras” que são ofertadas pelos discursos audiovisuais locais.

Esses discursos são ancorados, cada qual, em justificativas editoriais mais ou menos definidas e oferecidas como “promessas de cidade” ao telespectador. Mais ainda: temos múltiplas configurações da população-personagem, juizforana ou não. São os cidadãos colocados em cena que, com suas vozes, expressões e gestos tentam dar conta de estabelecer com a audiência- presumida, imaginada ou mesmo em vias de definição- uma proposta de identificação. Neste contexto, as narrativas televisivas se transformam em recursos simbólicos que podem orientar a formulação de representações e identidades.

Ao questionarmos, na análise dos VT’s e entrevistas, se essa busca por “um público pra chamar de seu” poderia ser travada por questões de cunho puramente mercadológico ou de efetivo exercício de “cidadania televisiva”, pouca diferença pode ser elucidada nesse “emaranhado” de interesses que se desenharam. Outras dicotomias (ou policotomias para sermos mais precisos) emergem em nossa pesquisa e se mostram mais profícuas de menção. Dentre elas, as posições de sujeito ocupadas por “pessoas comuns”, especialistas e profissionais de comunicação ao longo das 15 edições recorte e dos diálogos com quem as produz.

Podemos considerar, no caso do Telejornal da Alterosa, a tríade de personagens principais - formada por vítimas, vilões e fiscais - atuando de maneira afinada com o discurso da equipe, de desvelamento das mazelas urbanas e cobrança pela instauração da ordem em meio ao caos genérico. Assim, mais do que apontar onde ou em quem “dói”, os personagens vitimizados no JA, representantes da população e de grande parte do *cast* desse noticiário atuam no sentido de corporificar a “dor social”. Como se, a cada

vez que aparecessem, bradassem à cidade e região, um grito de reorganização generalizada das coisas, buscando, para além de um telejornal pra chamar, um telejornal pra “clamar”.

Já foi exposto que a linguagem, embora tenha origem na situação face a face, pode ser facilmente destacada desta. Torna-se, desse modo, repositório objetivo de vastas acumulações de significados e experiências ao longo do tempo. Na análise, a busca de identificação com o público parece se firmar numa linguagem estabelecida na apropriação do senso comum dos discursos de medo e apreensão, componentes essenciais da vida cotidiana. A força das palavras utilizadas a cada edição do JA nos dá a dimensão desta estratégia. Em consonância com esta narrativa, fiscais-repórteres tentam dar amplitude a esses clamores, proferidos contra vilões sem rosto que predominam não só neste telejornal como em todo o nosso recorte empírico.

Apresentadora e repórteres, em postura opinativa, colocam-se em posição de “defesa” do cidadão, do “povo” (e da “nova” linha editorial do jornal adotada em 2009), e, junto com as entrevistas dos “populares”, instauram nossa definição de “discurso do risco iminente”. Um telejornal que surge tributário da matriz SBT e segue padrões discursivos do “Aqui Agora”, tenta incorporar ao longo do tempo, traços de mineiridade e de juizforaneidade para, mais tarde, trazer à tona recursos do passado “mítico” da emissora de Sílvio Santos. A ligação com o universo do popular, as matérias de denúncia e as narrativas do medo se incluem neste pacote. Entretanto, acreditamos que dizer, de antemão, que o discurso do risco iminente apresentado estaria, de fato, “pré-ocupando” a população (ou o público) a que o telejornal se reporta seria trair nossa própria conceituação de uma audiência ativa e crítica, anti-frankfurtiana. Assim, longe de concordar que o telespectador estivesse, no sofá de casa, esperando que o telejornal lhe chamasse de público, evidenciou-se ao longo da pesquisa a construção de diferentes estratégias, de recorte e narrativa, para a construção desses laços de pertencimento.

O MGTV 2ª Edição surge neste panorama ofertando com especial frequência vítimas, fiscais e especialistas. Diferentemente do que faz o telejornal da Alterosa, no MGTV2 a população-vítima é mais consumidora do que cidadã, para citarmos Canclini (2001), e precisa de um “dicionário de mazelas” que lhe explique a realidade, mais que de um megafone que amplifique sua voz e problemas em tela. E que fique claro aqui que nosso apontamento de diferentes posturas com relação à população vítima nestes telejornais não denota uma preferência pela postura “econômico-explicativa” de um ou denunciativa de outro. Até por que compartilhamos com Canclini a idéia de consumo

como fator de construção de uma marca de pertencimento. Ao despendar bens materiais ou simbólicos, mais do que serem enquadrados como vorazes consumidores de superficialidades e objetos de manipulação da economia capitalista, os consumidores-telespectadores estariam tecendo as malhas do tecido social a que pertencem ou desejam pertencer, criando sua identidade.

Quais os prejuízos de se adicionar álcool à gasolina? Por que se alimentar nos restaurantes está mais caro? O que leva as operadoras de telefonia a figurarem no topo da lista de reclamações dos consumidores? Nesse sentido, os especialistas - tanto aqueles profissionais que explicam o mundo nas matérias quanto à própria equipe e seu conhecimento de causa que a torna líder de audiência na região - apostam num público vitimizado, que anseia pela resposta a essas e outras perguntas. Um público que, no olhar do grupo de profissionais da empresa, se não chama esse telejornal de seu, ao menos em tese, sabe que muitos o fazem.

Recém-nascido em termos de exibição, o que não quer dizer “inocente” em termos de elaboração de discurso, temos o Jornal da TVE e sua apresentação de/para o público, em que mocinhos e arautos predominam em número de aparições. E parecem tentar, a cada edição, mais do que denunciar, ou investigar, anunciar as coisas, as belas coisas. As matérias de celebração, as *soft news* e a apresentação de boas atitudes e notícias leves tentam forjar este cenário. Embora queira, indubitavelmente, um público pra chamar de seu, o telejornal da TVE busca, antes deste, uma “identidade pra chamar de sua”.

Como na dramaturgia presente nas telenovelas ou filmes, a presença do mocinho, tanto nos VT's quanto no posicionamento enunciativo daqueles que os produzem no Jornal da TVE, não pode ser visualizada como algo exatamente “bom” ou “ruim” para a narrativa deste telejornal, em termos de geração de identificação com um possível público. Mais especificamente, não pode ser encarada como garantia de sucesso eterno deste discurso - que, aliás, a própria equipe não sabe se manterá. Dependerá, tal qual ocorre na ficção, de empatia por parte do público (ainda misterioso nesse caso) com a bondade exacerbada desses personagens. O mocinho, em nível semelhante ao do bandido ou vilão, prescinde da aprovação do “olhar do outro” para que possa ser amado ou odiado. Para retomarmos Jost, não há nesse caso, nada mais definido do que um palco de promessas que se projetarão, certamente, em pesquisas futuras.

O universo simbólico estabelece hierarquias diversas, da “mais real” até a mais fugidia apreensão da identidade. O que nos exige, como próximo desafio, um trabalho de aprofundamento com a recepção imaginada e anunciada. Assim sendo, nos é mais valioso adiantar e perceber que a “objetividade”, tanto da vida cotidiana, quanto do telejornalismo local, por mais certa que nos apareça, é uma objetividade produzida e construída pelo Jornalismo e seus operadores: profissionais, de dispositivo e de linguagem. E transposta, como vimos, para as diferentes lutas simbólicas nos telejornais locais. “Povoados” - e que em muito ressaltamos essa palavra e suas variantes - por imagens arquetípicas e questões conflitantes que, desde sempre alimentam as buscas de poetas, filósofos e, principalmente do “povo” pelas explicações das mais diversas dimensões do ser e agir humano. E não se trata de limite ou restrição, pois mesmo a “história universal”, como nos diz Jorge Luis Borges (1986, p.123), “talvez seja a história da diferente entonação de algumas metáforas”.

Referências

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

BARBOSA, Marialva e MORAIS, Osvando J. de. **Comunicação, Cultura e Juventude**. São Paulo: INTERCOM, 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Portugal/Lisboa: Edições 70, 1977.

BARREIRA, Irllys Alencar F. **A cidade no fluxo do tempo: invenção do passado e patrimônio**. Revista Sociologias. Edição 9, janeiro de 2003. pag. 314-339. Ed. UFRGS

BAUMAN, Zygmunt.. **Identidade**: Entrevista a Benedetto Vecchi. Florianópolis: IISBPJOR, 2005.

BERGER, Peter; LUCKMAN, Thomas. **A Construção Social da Realidade**. Petrópolis: Editora Vozes, 1985.

BHABHA, Homi K. **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: Editora da UFMG. 2005. Introdução, Capítulo 1, 2, 3 e 8.

BORGES, Jorge Luis. **Nova Antologia Pessoal**; tradução de Rolando Roque da Silva; Argentina: Difel; 1986

BOTOMORE, Tom; Outhwaite, William (Ed). **Dicionário do Pensamento Social do Século XX**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Tradução de Orlando dos Santos Reis. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 7 ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP. 1988.

CAMPOS, Emerson César de e FLORES, Maria Bernardete Ramos. **“Carrosséis urbanos: da racionalidade moderna ao pluralismo temático (ou territorialidades contemporâneas)”**, 2007, in: Rev. Brasileira de História. vol.27 no.53 São Paulo Jan./June 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-01882007000100012&script=sci_abstract

CARLOS, Manoel. Entrevista ao site ipcdigital. Disponível em <http://www.ipcdigital.com/br/Diversao-Cultura/Entretenimento/Manoel-Carlos-um-ilusionista-do-cotidiano>

CASSETTI, Francesco e CHIO, Federico di. **Analisis de la Televisión - Instrumentos, Métodos y Prácticas de Investigación**. Barcelona: Paidós, 1998.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade: a era da informação: economia, sociedade e cultura**. vol II. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

COSTA, Heloísa Soares de Moura in BRANDÃO, Carlos Antônio Leite (org). **As cidades da cidade**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 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.

_____. Telejornalismo e identidade em Emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. In: VIZEU, Alfredo Eurico (Org.). **A Sociedade do Telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008, p.91-107.

_____. Telejornal e narrativa dramática: um olhar sobre a estrutura da informação em TV. In: EURICO, Alfredo, ANTÔNIO, Flávio, LADEIRA, Célia (Org.). **Telejornalismo A nova praça pública**. Florianópolis: Insular. 2006. p. 99-124.

_____. **Algumas reflexões sobre as características do telejornalismo e os limites da TV como meio de informação**. I Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Brasília, DF, 2003.

Disponível em <http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/to26.doc>

_____. FERNANDES, Livia; MATA, Jhonatan **“Dramaturgia do Telejornalismo e Identidade local: os personagens como referências do Jornal da**

Alterosa e MGTV 1ª Edição". In: Identidades Mediáticas. COUTINHO, Iluska; LEAL, Paulo Roberto (orgs). Rio de Janeiro: E-papers. 2009. p. 93-108.

_____ e MATA, Jhonatan. "Telejornalismo, juventude e representação: quais formatos e narrativas dialogam os novos telespectadores?" In **Comunicação, Cultura e Juventude**. Marialva Barbosa e Osvando J. de Moraes (orgs). São Paulo:INTERCOM, 2010.

DUARTE, Urbano. Em WERNECK, Eugênio. **Antologia brasileira**: coletânea em prosa e verso de escritores nacionais. 15ª ed. Rio de Janeiro, Livraria Francisco Alves, 1932)

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FEATHERSTONE, Mike. **O desmanche da cultura**: globalização, pós modernismo e identidade. Tradução de Carlos Eugênio Marcondes Moura. São Paulo:Estúdio Nobel:SESC, 1997.

FECCHINE, Yvana in PRYSTHON, Ângela (org). **Imagens da cidade: espaços urbanos na comunicação e cultura contemporâneas**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

_____ **Procedimentos e configurações espaço-temporais no telejornal**. In: A Sociedade do Telejornalismo. Alfredo Vizeu (org) – Petrópolis: Vozes, 2008, p. 109-124.

FERNANDES, Livia. **TV Mariano Procópio**: representação e pioneirismo na história audiovisual de Juiz de Fora. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social). Faculdade de Comunicação da UFJF. Juiz de Fora, 2007.

FINGER, Cristiane. **Telejornalismo: câmera oculta e outros dilemas éticos**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 34, dezembro de 2007. Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/view/4587/4306>

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

_____. **A Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004

_____. **Microfísica do poder**. Trad. Roberto Machado. 14 ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1978.

FRANÇA, Vera V. A televisão Porosa – Traços e tendências. In: FILHO, João Freire. **TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 27-52.

FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade-** e outros escritos. 3 ed., Rio de Janeiro: Paz e terra, 1978.

GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Culturas Híbridas**. São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 2003.

_____. **Consumidores e cidadãos** : conflitos multiculturais da globalização. Tradução: Maurício Santana Dias. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

_____. (2002) **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

GOFFMAN, Erving. **A Representação do Eu na Vida Cotidiana**. Petrópolis: Editora Vozes, 1985.

GOMES, Itânia Maria Mota .**Das utilidades do conceito de endereçamento para análise do telejornalismo**, Rio de Janeiro, e-papers, 2004.

_____. **Telejornalismo de qualidade: pressupostos teórico-metodológicos para análise**. In: UNIrevista, v. 1(3), jul. 2006. Disponível em: www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Gomes.pdf

GREGOLIN, Maria do Rosário. **Análise do discurso e mídia: a reprodução de identidades**”. In: Comunicação, Mídia e Consumo/ Escola Superior de Propaganda e Marketing. v.4, n. 11 (novembro 2007)- São Paulo: ESPM, 2007.

GUEDES, Frederico Belcavello. **Identidades e Representações na TV Local: o caso TV Visão**. Trabalho apresentado com requisito parcial para obtenção do título de

Especialista em Comunicação e Artes. Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2007.

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Org. Liiv Sovik. Trad. Adelaine la Guardia Resende et al. Belo Horizonte: Ed. UFMG: Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003, 434 p

_____ **Identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 7.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HOHFELDT, Antônio. **Apresentação- Revisão oportuna**. In: 60 anos de telejornalismo no Brasil. Alfredo Vizeu, Flávio Porcello, Iluska Coutinho (orgs)- Florianópolis: Insular, 2010, p. 13-16

JESUS, Irmã Maria Lúcia de. **Memórias**. 13ª edição, Secretariado dos Pastorinhos, Outubro de 2007.

JOST, François. **Seis lições sobre a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

KAPLÚN, Mário. **Comunicación entre grupos- El método del cassette-foro**. Bogotá, Colômbia, Centro Internacional de Investigaciones para el desarrollo, 1984.

KI-ZERBO, Joseph. **História Geral da África: metodologia e pré-História da África**. vol. I. São Paulo, Ática; Paris, Unesco, 1982.

KUCINSKI, Bernardo. **A Síndrome da antena parabólica**. Ética no jornalismo brasileiro. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1998.

LAHNI, Cláudia Regina e Musse, Christina in COUTINHO, Iluska et al. **Comunicação: Tecnologia e Identidade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007

MACHADO, Arlindo **A televisão levada a sério**. 4ª Edição- São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

MAIA, Livia. **Desenvolvimento da TV em Juiz de Fora: um olhar sobre a TV Alterosa**. In: Intercom, 2005, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: Intercom & UERJ. (CD Rom).

MANZINI-COVRE, Maria de Lourdes. **O que é cidadania**. São Paulo: Brasiliense, 1991. (Coleção Primeiros Passos)

MARTINS, Simone Teixeira. **Identidade no telejornalismo local**: a construção de laços de pertencimento entre a TV Alterosa-JF e seu público. Relatório de qualificação apresentado para o Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social do Curso de Mestrado em Comunicação e Sociedade da Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2008.

MATTOS, Sérgio. **A evolução histórica da televisão brasileira**. In: 60 anos de telejornalismo no Brasil. Alfredo Vizeu, Flávio Porcello, Iluska Coutinho (orgs)- Florianópolis: Insular, 2010, p. 23-56.

MATA, Jhonatan Alves Pereira. **Vícios e virtudes no telejornalismo local**: uma análise dos personagens no MGTV 1ª edição. In: IV Encontro Regional de Comunicação, 2006, Juiz de Fora. Anais... Juiz de Fora: UFJF, 2006. CD-ROM.

_____ et al. **Telejornalismo e identidade local**: uma reflexão sobre a produção jornalística nas emissoras de TV de Juiz de Fora. In: FADUL, Anamaria e GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Mídia e Região na era Era Digital: diversidade cultural e convergência midiática**. São Paulo: Arte & Ciência, 2007, p. 193-205.

_____ **A voz do povo é a voz de Deus?** Participação popular no telejornalismo local. Monografia. UFJF, 2008- Juiz de Fora

MILLER, Toby. **A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era**. In: A TV em transição: tendências da programação no Brasil e no mundo. João Freire Filho (org) – Porto Alegre: Sulina, 2009, p. 9-25.

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

PALLOTTINI, Renata. **Introdução à Dramaturgia: A Construção do Personagem**. São Paulo: Ática, 1988.

_____ **Dramaturgia: A Construção do Personagem**. São Paulo: Ática, 1989.

_____ **Dramaturgia de TV**. São Paulo: Ática, 1998.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**. A participação na construção da cidadania. 2 ed, Rio de Janeiro: Petrópolis, Vozes, 1999.

_____ **Comunicação para a cidadania**.(org). São Paulo: INTERCOM; Salvador : UNEB, 2003. PORCELLO, Flávio. **Mídia e poder: os dois lados de uma mesma moeda**. In: A Sociedade do Telejornalismo. Alfredo Vizeu (org) – Petrópolis: Vozes, 2008, p. 109-124. p. 47-79.

RAMOS, Fernão Pessoa. Entrevista ao jornal Folha de São Paulo, São Paulo, 25 mar 2007. Caderno Mais, p.04.

RAMOS, Murilo César. **Comunicação, direitos sociais e políticas públicas**. In MARQUES DE MELO, J. SATHLER, L. Direitos à comunicação na Sociedade da Informação. São Bernardo do Campo, SP: Umesp, 2005.

RABOY, M. **Mídia e Democratização na sociedade da Informação**. In MARQUES DE MELO, J. SATHLER, L. Direitos à comunicação na Sociedade da Informação. São Bernardo do Campo, SP: Umesp, 2005.

REIS, Elisângela Baptista. **O assassinato da sogra**: uma representação da violência na TV Alterosa. Trabalho apresentado como requisito parcial para a obtenção do Título de Mestre em Letras. Universidade Federal de São João Del-Rei, São João Del-Rei, 2006.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **60 anos de jornalismo na TV Brasileira**: percalços e conquistas. In: 60 anos de telejornalismo no Brasil. Alfredo Vizeu, Flávio Porcello, Iluska Coutinho (orgs)- Florianópolis: Insular, 2010, p. 57-82.

ROCHA, Simone Maria. **Estudos culturais e estudos de mídia: modos de apresentação do sujeito em programas televisivos**, 2008. p. 87-98. Revista Libero (online). Ano XI, n. 21, Julho 2008. Disponível em <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/libero/article/viewFile/5418/4937>

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**. Editora Vozes: Petrópolis. 2002. p.73 – 102.

TOURINHO, Carlos. **Jornalismo regional e optativo na Rede Globo**: programa Painel de Domingo. Vitória: Espaço Livros, 2007.

VIZEU, Alfredo Eurico. Telejornalismo: das rotinas produtivas à audiência presumida. In: EURICO, Alfredo, ANTÔNIO, Flávio, LADEIRA, Célia (Org.). **Telejornalismo A nova praça pública**. Florianópolis: Insular. 2006. p.19-40.

_____ **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005

_____ (Org.). **A Sociedade do Telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

_____ & 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: Ed. Ática, 1996.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**. Editora Vozes: Petrópolis. 2002. p.07-72.

