

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Juliana Zoet de Assis Steinbach

TELEJORNALISMO E PÚBLICO:

as narrativas do encontro com a informação no Repórter Brasil

Juiz de Fora
Agosto de 2017

Juliana Zoet de Assis Steinbach

TELEJORNALISMO E PÚBLICO:

as narrativas do encontro com a informação no Repórter Brasil

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

Orientadora: Prof^aDr^a Iluska Maria da Silva Coutinho

Juiz de Fora
Agosto de 2017

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Zoet, Juliana.

Telejornalismo e Público : as narrativas do encontro com a informação no Repórter Brasil / Juliana Zoet. -- 2017.

152 f.

Orientadora: Iluska Maria da Silva Coutinho

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós Graduação em Comunicação, 2017.

1. Telejornalismo público. 2. Recepção. 3. Consumo de mídia. 4. TV Brasil. 5. Repórter Brasil. I. Coutinho, Iluska Maria da Silva, orient. II. Título.

JULIANA ZOET DE ASSIS STEINBACH

TELEJORNALISMO E PÚBLICO:

as narrativas do encontro com a informação no Repórter Brasil

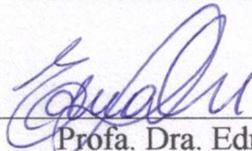
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Área de Concentração Comunicação e Sociedade, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovada em 29 / 08 / 2017

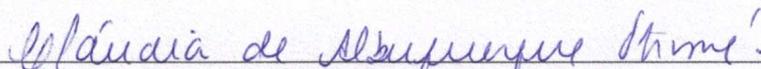
BANCA EXAMINADORA



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



Prof. Dra. Edna de Mello Silva
Universidade Federal de São Paulo



Prof. Dra. Cláudia de Albuquerque Thomé
Universidade Federal de Juiz de Fora

Ao meu filho Francisco, que chegou no meio de todo este processo, aos meus pais, Pedro e Renata, e irmã, Elisa, que possibilitaram que eu me dedicasse aos estudos, ao Vinícius, companheiro, parceiro e maior incentivador.

AGRADECIMENTOS

À Deus, guia de meus passos.

Ao meu filho Francisco, por trazer luz à minha vida.

Ao meu marido Vinícius, meus pais Renata e Pedro, minha irmã, Elisa, pela força, carinho, paciência, torcida e ajuda para tornar este trabalho possível.

À professora Iluska, que mais que orientadora foi parceira, paciente e uma fonte de inspiração. Obrigada por acreditar que eu seria capaz mesmo com tantas tarefas paralelas.

Aos meus colegas de trabalho da TV Alterosa, por cada troca de horário e permissão de faltas para que os processos deste estudo fossem possíveis.

Aos participantes dos grupos focais, por se colocarem à disposição desta pesquisa com amor e carinho.

Ao Evandro Medeiros e à Gilze Bara, por serem minha inspiração para a entrada no mestrado e na busca por mais conhecimento.

Aos professores do PPGCom e da Facom pelos ensinamentos que começaram lá na graduação.

À UFJF, por viabilizar o aprofundamento em meus estudos.

RESUMO

A proposta da dissertação é buscar pistas para compreender a relação do público com o telejornal da televisão pública no Brasil. Com a promessa de ser uma televisão que atenda aos interesses da sociedade e permita a participação do cidadão no direito à comunicação, nossa proposta foi analisar de que maneira o telespectador enxerga esse produto, se ele percebe diferenças em relação ao conteúdo exibido pelas emissoras comerciais e se ele se sente contemplado com o que lhe é oferecido. Essa análise foi baseada nas narrativas geradas pelos participantes da pesquisa após o contato com matérias do Repórter Brasil, principal telejornal de alcance nacional da emissora pública. Observa-se a pertinência do estudo por ainda ser a televisão o principal meio de acesso à informação no Brasil e pela televisão pública estar em fase de implantação no país, uma vez que ela ainda não é reconhecida como tal. A pesquisa com foco no consumo de mídia vem complementar uma série de estudos realizados por pesquisadores da Universidade Federal de Juiz de Fora por meio do Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais da UFJF com foco na implantação da televisão pública no Brasil, com a criação da Empresa Brasil de Comunicação em 2007. No percurso, traz-se um levantamento bibliográfico de como o estudo da recepção televisiva e consumo audiovisual vem sendo feito no Brasil e em Juiz de Fora, na busca em compreender as pesquisas sobre a interação entre os receptores e os meios de comunicação. Como metodologia para a pesquisa empírica utilizamos da análise da materialidade audiovisual, com base na Dramaturgia do Telejornalismo, e para pesquisa de campo, a composição de grupos focais para o Estudo do Consumo de Mídia. A proposta foi mapear os significados e narrativas produzidos por cidadãos e professores acerca do caráter público do Repórter Brasil, com ênfase em sua avaliação sobre a participação dos cidadãos no conteúdo do telejornal.

Palavras-chave: Telejornalismo Público; Recepção; Consumo de Mídia; TV Brasil; Repórter Brasil

ABSTRACT

The purpose of the dissertation is to search for clues to understand the relationship of the public with the TV newscast of public television in Brazil. With the promise of being a television that serves the interests of society and allows citizen participation in the right to communication, our proposal was to analyze how the viewers see this product, if they perceive differences in relation to the content displayed by the commercial broadcasters and if they feel contemplated with what is offered to them. This analysis was based on the narratives generated by the participants of the research after the contact with news pieces of “RepórterBrasil”, the main nationwide newscast of the public broadcaster. The relevance of the study is observed because television is still the main means of access to information in Brazil and public television is being implemented in the country, since it is not yet recognized as such. The research focused on the consumption of media complements a series of studies carried out by researchers from the Federal University of Juiz de Fora (UFJF,) through the Laboratory of Journalism and Audiovisual Narratives of UFJF, which focused on the implementation of public television in Brazil, with the creation of the “EmpresaBrasil de Comunicação” in 2007. Throughout this study, it is presented a bibliographical survey on how the study of television reception and audiovisual consumption has been done in Brazil and in Juiz de Fora, in the search to understand the researches on the interaction between receivers and the means of communication. As a methodology for the empirical research we used the analysis of audiovisual materiality, based on the Drama of Tele-journalism, and for the field research, the composition of focus groups for the Study of Media Consumption. The proposal was to map the meanings and narratives produced by citizens and teachers about the public character of “RepórterBrasil”, with emphasis on their evaluation of citizen participation in the newscast content.

Keywords: Public tele-journalism; Reception; Media Consumption; TV Brasil; RepórterBrasil

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 O PAPEL DO RECEPTOR NOS ESTUDOS DA COMUNICAÇÃO	13
2.1 A VALORIZAÇÃO DOS ESTUDOS DA RECEPÇÃO: TEXTOS HISTÓRICOS SOBRE A RECEPÇÃO TELEVISIVA	14
2.2 NOVOS OLHARES PARA O ESTUDO DA RECEPÇÃO NA AMÉRICA LATINA ...	25
2.3 O LUGAR DO JORNALISMO TELEVISIVO NA PESQUISA DE RECEPÇÃO	37
2.3.1 Estudos realizados em Juiz de Fora	41
2.3.1.1 <i>Telejornais locais</i>	42
<i>Simone Teixeira Martins (2009)</i>	
2.3.1.2 <i>Telejornais Nacionais</i>	44
<i>Hideide Brito Torres (2011)</i>	
<i>Aline Silva Correa Maia (2009)</i>	
<i>Fernanda Nalon Sanglard (2012)</i>	
<i>Bárbara Garrido de Paiva Schlaucher (2014)</i>	
2.4 INTERAÇÃO ENTRE RECEPÇÃO E MEIOS	53
3 TELEVISÃO PÚBLICA BRASILEIRA	56
3.1 CENÁRIO AUDIOVISUAL NO BRASIL: A HEGEMONIA DA TV COMERCIAL E A BUSCA PELA VOZ DO CIDADÃO	59
3.2 TELEVISÃO PÚBLICA NO BRASIL: CONCEITOS, ANÁLISES E NECESSIDADES DE MUDANÇAS	64
3.2.1 Obras e autores que subsidiam o conceito de televisão pública	78
3.2.2 Como se pesquisa televisão pública	79
3.2.3 Desafios da TV pública e necessidade de avanço	80
3.3 IMPLANTAÇÃO DA TV BRASIL: PROMESSAS E DESAFIOS	81
3.3.1 Mudança na lei de criação da EBC	84
3.3.2 Falando sobre si: a cobertura do Repórter Brasil sobre a exoneração do presidente da EBC	93
4 PISTAS PARA ENTENDER A RECEPÇÃO DO REPÓRTER BRASIL	102
4.1 UM OLHAR SOBRE O TELEJORNAL EM CIRCULAÇÃO	104
4.2 POLÍTICAS PÚBLICAS NA TV PÚBLICA: RECEPÇÃO DO REPÓRTER BRASIL.....	106
4.2.1 As narrativas e o público: A maioria em debate	113

4.2.2 Considerações sobre as novas narrativas formadas após o contato com o Repórter Brasil	117
4.3 TV PÚBLICA E NOVOS AMBIENTES DE DIÁLOGOS: INTERAÇÃO DO PÚBLICO COM O FACEBOOK DO REPÓRTER BRASIL	119
4.3.1 Nova narrativa ou retransmissão? Como se posicionam os telespectadores do Repórter Brasil no Facebook	126
4.4 A PERCEPÇÃO DO TELEJORNAL PÚBLICO PELOS PROFESSORES	127
4.4.1 A percepção de matérias do telejornal por professores: análise do grupo focal ...	128
<i>4.4.1.1 Considerações sobre as narrativas criadas pelas professoras sobre o telejornal público</i>	137
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	140
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	144
7 GLOSSÁRIO	149
8 APÊNDICE	150

1 INTRODUÇÃO

A comunicação está presente na emissão de uma mensagem, na forma como ela é recebida e na decodificação desta mensagem, ao mesmo tempo em que perpassa pela influência do meio e bagagem cultural do sujeito que a recebe. Entender o ato de comunicar significa aceitar que não existe uma mensagem absoluta e que o significado gerado é produto do meio e da interpretação de cada um. Cada pessoa assimila uma informação de acordo com o meio em que vive, com experiências passadas, com grau de conhecimento intelectual, etc.

Diariamente somos bombardeados com informações vindas de todos os lados, entre eles, a televisão. A TV é o meio de comunicação mais acessado no país na busca por informação. Pouco mais de três quartos dos entrevistados pela Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 assistem TV todos os dias da semana, e o tempo médio de acesso supera as três horas diárias. As emissoras da TV aberta são as mais assistidas. O grau de confiança nas notícias que circulam nos diferentes meios de comunicação também foi analisado pela pesquisa; mais da metade dos entrevistados que assistem TV confiam sempre ou muitas vezes nas notícias veiculadas por esse meio.

Muitas destas informações são obtidas pelo telejornal – um dos produtos usados para a busca do entendimento do mundo. O jornalismo traz consigo uma obrigação social – pelo menos é o que se espera dele. Manuais de telejornalismo não cansam de destacar a necessidade da busca pela imparcialidade do jornalista no relato de uma notícia. Mais do que informar os cidadãos, o jornalismo deveria ser um espaço amplo de comunicação, permitindo a participação da sociedade civil na apresentação do recorte da narrativa da realidade, e garantindo a oferta aos cidadãos de subsídios para uma análise crítica dos assuntos abordados.

No Brasil o campo da radiodifusão é ocupado por emissoras comerciais que, por serem empresas privadas e visarem o lucro, colocam a busca pela audiência e os interesses políticos e de publicidade muitas vezes acima dos interesses de fato públicos. Na busca por uma comunicação imparcial e autônoma de interesses comerciais e que pudesse atender aos anseios da população, começou-se a discutir no Brasil a implantação de uma emissora pública de alcance nacional que se diferenciaria das emissoras estatais existentes. O Governo Federal permaneceria como o principal financiador da empresa, mas haveria a existência de órgãos de fiscalização que contribuiriam para a busca pela independência.

Após diversos encontros e discussões, foi criada em 2007 a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), gestora da TV Brasil, Agência Brasil, Radioagência Nacional e do sistema público de Rádio, com a proposta de fortalecer o sistema público de comunicação no

país. A promessa de independência editorial é o que distingue os veículos públicos dos canais estatais ou governamentais.

A Empresa Brasil de Comunicação se apresenta como “uma instituição da democracia brasileira: pública, inclusiva, plural e cidadã”. Uma das finalidades da EBC é promover a participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando a pluralidade da sociedade brasileira. Como objetivo, a TV Brasil deve oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional e desenvolver a consciência crítica do cidadão mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania.

Desde a implantação da EBC, uma série de pesquisas à programação jornalística na TV Brasil vem sendo feitas pelo Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais da Universidade Federal de Juiz de Fora, a fim de se avaliar o cumprimento do papel público e do direito à comunicação neste canal.

A TV Brasil se apresenta como uma emissora pública embora não seja, ainda, reconhecida como tal. Mesmo as instituições engajadas em questões da democratização da comunicação compreendem que a TV Brasil está em processo de desenvolvimento devido à sua recente criação, por ser um canal com baixo alcance de sinal e pouco conhecido pela população. A TV Brasil pode ser sintonizada em TV aberta apenas em 11 cidades de sete estados brasileiros, sendo retransmitida por 44 emissoras educativas estaduais e locais. Dessa forma se justifica o interesse em estudar tal canal, a fim de contribuir com a construção de uma televisão de fato pública.

Ao entendemos a televisão como meio de comunicação central nas sociedades contemporâneas, buscamos analisar as mediações, com destaque para o lugar do receptor no processo comunicativo, levando em conta sua experiência sociocultural.

Neste trabalho estudamos o consumo de mídia para buscar entender como o público percebe o telejornalismo produzido por uma emissora pública de televisão nacional. Para isso, fazemos um levantamento bibliográfico do papel do receptor nos estudos da comunicação televisiva realizados na América Latina e também de como a televisão pública vem sendo estudada no país.

Em seguida, realizamos a análise da materialidade audiovisual, com avaliação do conteúdo e forma das matérias selecionadas do Repórter Brasil na tentativa de compreender o enfoque e angulação dados a cada uma dessas matérias, ilustrações visuais utilizadas, critérios de edição perceptíveis, distribuição de tempo aos entrevistados, duração das matérias, carga

semântica aposta a determinados conceitos que poderiam ser considerados como centrais, os interesses comerciais em jogo passíveis de constatação, etc.

A partir daí, partimos para a análise das narrativas sobre alguns temas abordados pelo telejornalismo público e sobre a TV pública em si tecidas por um grupo de espectadores a partir do contato com o telejornal público. Para o estudo do consumo de mídia do telejornalismo público na TV Brasil, utilizamos o principal telejornal da emissora, o Repórter Brasil, cuja edição noturna vai ao ar de segunda a sábado, às 19h45.

O estudo do consumo de mídia nos permite mapear o grau de conhecimento que cidadãos e professores de Juiz de Fora têm do direito à informação e das promessas de um telejornal público, dentro das propostas de inclusão da participação civil e do oferecimento de mecanismos para desenvolver a consciência crítica do cidadão.

Levantamos os seguintes questionamentos: será que o telespectador percebe essas propostas nas informações veiculadas pelo telejornal público? Em que medida ele se reconhece cidadão no telejornalismo da TV Brasil? A resposta a estas perguntas é buscada pela análise das narrativas tecidas pelo público após o contato com matérias do Repórter Brasil.

O resultado dessa pesquisa pode contribuir com o aprimoramento no modo de fazer/produzir telejornalismo público e na construção de um telejornal no país que atenda efetivamente a preceitos do telejornal de caráter público. Pretendemos contribuir para a construção de um telejornalismo público, ético, que atenda aos direitos dos cidadãos a uma informação de qualidade e a uma comunicação democrática, de modo que a cidadania seja fomentada e a democracia consolidada.

2 O PAPEL DO RECEPTOR NOS ESTUDOS DA COMUNICAÇÃO

Ao longo das últimas décadas o estudo da recepção ganhou novas formas e entendimentos quanto ao papel do receptor na pesquisa em comunicação. Esse capítulo propõe um estudo do desenvolvimento de métodos e análises do estudo da recepção televisiva desde meados do século XX, quando o público da televisão era entendido como uma massa alienada e passiva. Na década de 1980, com a chegada dos Estudos Culturais, o entendimento quanto ao receptor mudou e ele foi entendido como ativo e negociador de sentido. Há um deslocamento analítico dos meios às mediações, na busca por compreender a complexidade da experiência cultural nas sociedades contemporâneas. A chegada da internet, nos anos 1990, mexeu ainda mais nesse cenário, fazendo com que pesquisadores refletissem como se estudar a recepção na web.

Desde 1980 o estudo da recepção em telejornalismo vem sendo tratado como uma forma de se entender a comunicação. O leitor participativo, que efetua negociações de sentido, trabalha com a hegemonia negociada. Nosso objetivo neste capítulo é investigar por meio de pesquisa bibliográfica como os estudos da recepção televisiva foram sendo realizados nas últimas décadas. Até os anos 1970, os estudos da comunicação de massa a entendiam como uma reprodutora das relações econômicas e o receptor era entendido como um ser passivo, que recebia a informação sem questioná-la, sem ter poder sobre ela.

Num segundo momento, abordamos pesquisas que marcaram a mudança na forma de se entender a recepção, principalmente com o uso dos Estudos Culturais. Autores como Carlos Eduardo Lins da Silva e Ondina Fachel Leal começaram a entender o público como um ser ativo que se apropria das mensagens de acordo com a vivência cotidiana, familiar.

No terceiro subcapítulo tratamos dos novos olhares aos estudos da recepção. Muitos autores começam a trabalhar com a etnografia da audiência, em que os fenômenos socioculturais são interpretados pelos pesquisadores e a audiência é observada em seu cotidiano. Não mais se estuda apenas a recepção, mas o momento em que ela acontece. Os pesquisadores passam a tratar as mediações como o foco das análises.

Em uma seção específica abordamos o lugar do telejornalismo nos estudos da recepção. Autores defendem que o telejornal funciona como um lugar de referência para as pessoas no mundo em que as cerca. E a televisão é tratada como um laço social na sociedade complexa.

Este capítulo também aborda como a recepção televisiva vem sendo trabalhada por pesquisadores em Juiz de Fora-MG. Os trabalhos têm como base as concepções

sociológicas e culturais propostas pelo Interacionismo Simbólico e pelos Estudos Culturais. Os estudos realizados refletem sobre a prática jornalística enquanto uma instituição cujo conhecimento produzido e veiculado socialmente interfere na percepção de realidade dos indivíduos.

2.1 A VALORIZAÇÃO DOS ESTUDOS DA RECEPÇÃO

O estudo da recepção, hoje, parte da hipótese de que há leituras diferentes para um mesmo texto e, de uma forma geral, busca recompor suas significações a partir de universos simbólicos também diferenciados. Autores da América Latina como Carlos Eduardo Lins da Silva, Ondina Fachel Leal e Jesús Martín-Barbero trabalham com o pressuposto de que a mensagem que parte do emissor até chegar ao receptor é medida de diversas formas. A mensagem não é entendida e captada de forma uniforme por todos os receptores, mas ao contrário, existem variáveis que irão interferir na forma de entendimento da mensagem. O telespectador não é um ser passivo (como se pensava de uma forma geral até a década de 1980), que recebe a informação sem questioná-la ou analisá-la. Ele faz a leitura dos códigos de acordo com o meio em que ele vive, suas vivências, grau de escolaridade, etc. Nos estudos sobre a recepção realizados a partir dos anos 1980, os autores perceberam que as mediações são múltiplas.

Ao longo de 30 anos de pesquisa em comunicação no Brasil, os estudos de recepção foram se modificando e se enriquecendo, como descrevem Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy (2005). As pesquisas de audiência realizadas desde a década de 1960 eram mais ligadas ao mercado e tratavam o indivíduo como consumidor sobre o qual o emissor teria grande influência. Isabel Travancas (2007) destaca que, na década de 1970, os trabalhos da área acadêmica viveram um divisor de águas, com a influência da teoria crítica da chamada escola de Frankfurt, entre outras, que enfatizava a força da ideologia e o papel preponderante dos meios sobre os receptores. E é a partir de 1980 que cresce o número de pesquisas de audiência, entendendo o conceito de mediação.

O estudo de Jesús Martín-Barbero (1997) nesse processo foi de extrema importância. O pesquisador insere o estudo da recepção como forma de se entender a comunicação, e não como um estudo isolado. O autor destaca o conceito do leitor participativo que efetua ‘negociações de sentidos’ e trabalha com a hegemonia não mais imposta, mas negociada. Para o autor, partir das mediações significa partir “dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a

expressividade cultural da televisão” (1997, p. 292). Segundo Martín-Barbero esse campo seria constituído também por dispositivos comunicacionais, por meio dos quais trabalho e lazer teriam seus sentidos transformados, “(...) numa dupla operação de desconexão e recomposição” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 262).

Jesús Martín-Barbero defende a tese de que o cidadão-telespectador teria um grau de autonomia. De acordo com o autor, cada receptor gera sua própria sintaxe e cada mensagem é recodificada dentro do universo cultural do público, construindo posicionamentos diferentes – um processo de produção comunicativa que segundo Martín-Barbero teria a cultura como grade mediadora.

Daí chegamos num ponto em que é importante abordar o conceito de “indústria cultural”. Carlos Eduardo Lins da Silva (1985) questiona a condenação deste conceito “como se os meios de comunicação de massa fossem instrumentos de controle e manipulação do pensamento coletivo que representam monoliticamente a ideologia dominante absorvida de forma passiva e ordeira por uma ignara massa de espectadores alienados” (LINS DA SILVA, 1985, p.20).

O conceito de indústria cultural, na tradição da Escola de Frankfurt, trabalha com a noção da produção da mercadoria cultural baseada no lucro. Na perspectiva de Adorno e Horkheimer, destacada por Ondina Leal (1983), “as produções dos bens simbólicos entende uma sociedade capitalista monopolista, massificada e massificante, que, visando o lucro, fundamenta-se neste consumo de massa” (LEAL, 1983, p.20). Adorno e Horkheimer (1986) trabalham com a noção de um emissor ativo, dominador dos sentidos, e um receptor passivo, incapaz de um conhecimento crítico da realidade. Para estes autores, a indústria cultural transformaria tudo em mercadoria.

Nos países capitalistas, a indústria cultural veicula uma ideologia hegemonicamente burguesa que é consumida pelo público. Isso porque é possível perceber que a mesma classe social que detém o controle da economia e, em alguns casos, o da política mantém o da ideologia. Lins da Silva destaca que a indústria cultural é “na maior parte das sociedades do Ocidente, inclusive o Brasil, o principal instrumento através do qual se reproduzem os valores culturais e ideológicos indispensáveis para a manutenção do poder da burguesia sobre as demais classes sociais” (LINS DA SILVA, 1985, p.21). O autor destaca que este fato não corrobora com a crença de uma visão monolítica de mundo. No interior da indústria cultural existe a presença permanente de contradições. Os funcionários de uma empresa jornalística, por exemplo, têm opiniões próprias acerca do conteúdo ideológico do que será noticiado – que pode ir contra a linha editorial do veículo de comunicação. Esse

confronto de interesses acontece também no momento da recepção, na interpretação e reelaboração de cada receptor. De forma que o produto da indústria cultural não representa uma manifestação monolítica da ideologia burguesa nem é consumido pela audiência de forma uniforme e passiva.

É a partir da vivência que os setores populares produzem um sentido particular para os objetos culturais. Leal (1983) relembra a afirmação de Mattelart e Piccini de que “há uma decodificação diferenciada destes objetos, não há uma leitura universal”. Desta forma, a autora conclui:

A significação da mensagem não se encerra em si só, como algo intangível, como se fosse possível conceber categorias históricas congeladas. Acabam por concluir, que a cultura popular é a cultura de conteúdo transformador, é a cultura politizada e que deve utilizar o meio, no caso, a televisão, que é democrático por excelência, e transformar sua mensagem, que funcionará então como aparato (ideológico) transformador (da ordem ideológica). (LEAL, 1983, p.30)

É sabido que o conteúdo da programação televisiva, de uma forma geral, é dado por uma minoria que detém o controle do poder econômico e político da sociedade. Para Lins da Silva,

também é evidente que a maior parte das mensagens transmitidas pela TV são ideologizadas pela burguesia (não numa operação maquiavélica e conspiratória como alguns visualizam, mas como produto da própria dinâmica social). Essa ideologização ocorre na televisão, como também ocorre na Família, na Escola, na Igreja, em qualquer instituição social disseminadora de valores, sendo que a maior ou menor participação relativa de valores diversos ou antagônicos aos da classe hegemônica depende da correlação de forças existente no interior de cada uma dessas instituições e na sociedade como um todo. (LINS DA SILVA, 1985, p.54)

A indústria cultural no Brasil gira em torno da televisão. O Estado investiu para que o número de aparelhos de TV se disseminasse pelo país. “A televisão teve como função a partir de 64 a operação de acelerar o processo de circulação do capital para viabilizar a forma de acumulação monopolista adotada desde então” (LINS DA SILVA, 1985, p.27). Mas o Estado permaneceu com pressão e controle sobre o conteúdo televisivo, exercendo um grande poder de fiscalizador e interventor sobre a televisão. É ele quem dá a concessão aos canais de TV e é um dos principais anunciantes do veículo.

O senso comum costuma associar consumo ao supérfluo, dando ao termo uma visão pejorativa. Para Isabel Travancas (2007), a antropologia, ao lançar seu olhar para o fenômeno do consumo cultural, se afasta dessa noção desqualificadora para, ao contrário, mostrar que a verdadeira necessidade que ele supre é a necessidade simbólica. Para Nestor Canclini (CANCLINI *apud* TRAVANCAS, 2007, p.80), o consumo pode ser definido como

“o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”. O que significa que, na ótica do autor, o consumo é um espaço de interação e não um capricho individual. Ele é social, correlativo e ativo. O bem cultural é produzido massivamente para diferentes públicos. Cabe ao estudo da recepção situar as diversas reelaborações possíveis para uma mesma mensagem.

Os pesquisadores citados identificam que o telespectador é atraído por assuntos que lhe são de interesses próximos. Desta forma ele seleciona o que irá assistir. Ao final, a estrutura do discurso noticioso é dada ao texto pelo espectador, pelas expectativas que o telespectador possuía antes mesmo de consumi-lo. Lins da Silva cita Héctor Schmucler:

É preciso diferenciar distintas mensagens a um mesmo receptor que possui níveis diversos de experiências, pois a capacidade de convicção dos meios está estreitamente ligada aos vários planos ideológicos que convivem em um receptor único. No momento da decodificação, quando a significação surge, se põe em contradição ou não o sistema de codificação do emissor com as condições de decodificação do receptor. O ‘poder’ dos meios pode ser nulo e, inclusive, reverter-se na medida em que a mensagem é ‘recodificada’ e serve de confirmação do próprio código de leitura... Um mesmo receptor, que reconhece na mensagem política dados conflitantes com seus interesses aceita as pautas que o mesmo emissor (com ideologia idêntica) lhe transmite, mas vinculadas a zonas diferenciadas de sua existência: a moda, a moral, os estímulos sociais. Daí, deduz-se que é inútil começar o estudo pela mensagem (o que não descarta a sua análise), que é preciso mergulhar nas condições de recepção dessa mensagem para obter dados reais sobre sua significação... (SCHMUCLER *apud* LINS DA SILVA, 1985, p.51)

Mas o que se irá assistir não é tão somente uma livre escolha do telespectador. Lins da Silva também destaca a importância da grade de programação para atrair a atenção da audiência. Para o autor, os hábitos de audiência são governados mais pela lei da inércia do que pela da livre escolha. Analisando hoje em dia, tal tendência percebida pelo autor pode ser explicada pelo diferente hábito de consumo da década de 1980, em que a maioria dos televisores não possuía controle remoto e o telespectador teria que se levantar e ir até o aparelho para mudar o canal.

Ao final, o pesquisador acredita que poucas informações ficam retidas na memória do receptor.

Os teóricos da comunicação jornalística apontam o interesse humano e a carga conflitual como os predicados mais importantes para uma notícia ser selecionada por um telejornal. A possibilidade de receber uma boa ilustração visual é outra característica importante para que um assunto seja incluído na relação dos que serão apresentados aos telespectadores. E, dependendo da situação conjuntural política, o conteúdo crítico de uma notícia pode provocar sua eliminação imediata. Há uma forte tendência à preferência por assuntos pitorescos, triviais, úteis e isso pode ser constatado também do relato que praticantes do telejornalismo fazem. (LINS DA SILVA, 1985, p.35)

É a partir dos anos 1980 que cresce o número de pesquisas de audiência, como destacam Jacks e Escosteguy (2005). Os trabalhos de Ondina Fachel Leal (1983) e Carlos Eduardo Lins da Silva (1985) se tornam referência no estudo da recepção televisiva, cada um com especificidades distintas de estudo. A leitura social da novela das oito, de Ondina Leal (1983) é um dos primeiros trabalhos antropológicos sobre recepção de televisão no Brasil, conforme destaca Isabel Travancas (2007). Leal analisou a recepção da telenovela Sol de Verão, da Rede Globo de Televisão, exibida de 1982 a 1983, a partir de dois grupos distintos. O trabalho de Carlos Eduardo Lins da Silva, Muito além do Jardim Botânico, de 1985, analisa a recepção do Jornal Nacional entre trabalhadores de duas cidades diferentes, por meio de uma “pesquisa-ação”.

Na busca por entender o comportamento da audiência e como as narrativas são formadas, Ondina Leal (1983) acompanhou a recepção da novela das oito da Rede Globo¹ junto a dois grupos opostos. Um ao qual ela chamou de classe popular e o outro, classe dominante por serem grupos que ocupam situações limites e opostas na estrutura social em relação à posse e possibilidade de posse de bens simbólicos institucionalmente consagrados. A pesquisadora entende por classe popular a oposição à classe dominante, configurando uma determinada demanda simbólica. Por classe dominante entende-se aquela em que há dominância na posse do capital cultural. A pesquisadora considerou indicadores empíricos, como nível de renda, participação no sistema de ensino e, sobretudo, o acesso regular a determinados bens simbólicos que não se restringem a produtos da indústria cultural, como frequência a exposições de arte, leituras, viagens, teatro, cinema, audições musicais, que configuram um espaço social com um repertório simbólico específico. Leal trabalhou com dez famílias de cada grupo por considerar que há um pressuposto de que novela é uma história de famílias e a interpretação da mensagem se dá através de uma dimensão subjetiva desse universo doméstico.

Também em uma comparação entre grupos distintos, Carlos Eduardo Lins da Silva (1985) realizou uma pesquisa-ação com as comunidades de Lagoa Seca, bairro operário em Natal, e Paicarará, bairro da periferia do Guarujá, SP – uma das maiores concentrações operárias do litoral paulista, maioria de origem nordestina. Diferente de Leal, em que os grupos estudados eram extremamente opostos, Lins da Silva realizou a pesquisa com operários residentes em diferentes regiões do país (nordeste e sudeste), com o ponto em

¹Sol de Verão da Rede Globo de Televisão, que foi ao ar nacionalmente de 11 de outubro de 1982 a 19 de março de 1983 por volta das 20hs, de segunda a sábado, horário este regularmente ocupado por uma telenovela. (Ondina, p.14)

comum de a maioria dos moradores do bairro operário no sudeste serem de origem nordestina. O pesquisador separou como objeto inicial o horário nobre da Rede Globo, chamado “bloco das oito”. Isto por entender que a televisão só pode ser compreendida na sua totalidade de significação ideológica quando se leva em consideração tudo o que ela veicula ao telespectador. Devido à abrangência, e conseqüente complexidade, do objeto, o campo foi limitado ao jornalismo e o estudo foi feito com foco no Jornal Nacional. O pesquisador explica a delimitação do campo pelos seguintes motivos: “economia de tempo e espaço, maior facilidade para a interpretação dos depoimentos dos membros da comunidade quando referentes a fatos reais (comparando-os com os fictícios), possibilidade mais ampla de se atingir conclusões mais substanciais” (LINS DA SILVA, 1985, p.73).

Em Lagoa Seca, o grupo com o qual foram realizadas as entrevistas era formado por 20 pessoas constantes e variação de 10, e constituía-se de uma associação de moradores que começava a ser fundada. No Paicarará, o grupo de entrevistados era composto por uma das cinco associações de moradores existentes no bairro onde havia intensa movimentação político-partidária. Cerca de 25 pessoas participaram com assiduidade das reuniões e a população flutuante foi de mais ou menos outras 20.

O objetivo da pesquisa era mostrar que a mensagem transmitida pela indústria cultural, embora tenha significação por si, só adquire significação definitiva quando é consumida e reelaborada pelo público. E essa reelaboração é influenciada muito fortemente pela classe social a que pertencem as pessoas e às condições concretas de vida em que elas se encontram. O pesquisador quebrou a ideia que se tinha de que a classe operária recebia a mensagem transmitida pelo Jornal Nacional sem questioná-la e de que era facilmente influenciada por ele. Pelo contrário, o que o autor encontrou foi um público crítico, e esta capacidade de crítica se tornava maior de acordo com o grau de instrução e vivência de cada um.

A metodologia utilizada pelo pesquisador, inicialmente, foi a análise de conteúdo do Jornal Nacional através do

destaque das unidades informativas de maior relevo de cada dia e posterior tentativa de compreender o enfoque e angulação dados a cada uma dessas matérias, ilustrações visuais utilizadas, critérios de edição perceptíveis, distribuição de tempo aos entrevistados, duração das matérias, carga semântica aposta a determinados conceitos que poderiam ser considerados como centrais, os interesses comerciais em jogo passíveis de constatação, etc. (LINS DA SILVA, 1985, p.78).

O autor realizou também entrevistas em profundidade com a equipe jornalística e comercial do Jornal Nacional no Rio de Janeiro e em São Paulo.

No caso do estudo de Ondina Leal (1983), a autora assistiu a capítulos da novela junto aos grupos pesquisados, no ambiente em que o público comumente assistia à TV. Lins da Silva não assistia junto. O pesquisador se reunia com o grupo depois das veiculações e então os participantes comentavam sobre o que havia sido tratado no telejornal. Ambos os autores realizaram pesquisas qualitativas, mas de maneiras diferentes.

A Leitura social da novela das oito (LEAL, 1983) é um marco por ser uma pesquisa sobre o universo da comunicação, realizada no campo da antropologia e produzindo uma “etnografia da audiência”. Travancas (2007) explicita que para Leal, o eixo central desse tipo de investigação está na noção de cultura como um sistema de significados. A diferença do trabalho de Leal para o de Lins da Silva está no fato de que o grupo pesquisado pelo autor não está em seu local de moradia, não sendo resgatado o cotidiano da recepção. “Não temos o como as pessoas recebem determinada mensagem, mas uma opinião a respeito da mensagem” (LEAL *apud* TRAVANCAS, 2007, p.60).

Para Leal, é fundamental perceber como o receptor assiste e interage com o que está vendo. A antropóloga afirma fazer uma “etnografia da audiência” e não de recepção, já que para ela o termo audiência remete mais à ideia do coletivo e recepção à individualização. Travancas (2007) interpreta Leal afirmando que na visão da pesquisadora, o momento da recepção na perspectiva antropológica é um evento de fala. “O objetivo seria realizar uma etnografia da fala onde todos os comentários, gestos, intervenções e ausências fazem parte do processo de recepção”. (LEAL *apud* TRAVANCAS, 2007, p.60).

Tanto que em sua pesquisa, Leal descreve onde fica a televisão, analisa os lugares de assento dos telespectadores, como eles reagem e conversam durante a exibição da telenovela, etc. Tal reação não é analisada por Carlos Eduardo Lins da Silva (1985). O pesquisador busca entender o grau de informação que os investigados têm sobre o meio, se o público percebe as intenções ao narrar, se percebe o processo de “produção da notícia”, o caráter ideológico do telejornal, e quais os fatores externos irão interferir para a forma de compreender a mensagem.

Carlos Eduardo Lins da Silva (1985) descreve que o resultado do uso de questionário em uma pesquisa de recepção é insatisfatório. Segundo ele, para se chegar a alguma conclusão sólida e consequente com relação ao processo de comunicação, é preciso mais do que fazer nas amostragens selecionadas perguntas com opções de respostas limitadas, as quais serão tratadas pelos entrevistados de forma desobrigada, desconfiada, apressada e irrefletida. “É preciso que o investigador se afunde na vida das pessoas cujas reações pretende conhecer, ganhe sua confiança até o ponto em que possa estar seguro de que não há mais

cautela entre eles, participe com elas de atividades concretas relativas ao objeto do estudo, discuta, ensine e aprenda” (LINS DA SILVA, 1985, p.68).

Como já dito, Ondina Leal (1983) baseava-se na antropologia para analisar as relações feitas pelos telespectadores à telenovela. A pesquisadora observou as especificidades culturais que a novela compõe e em que é composta, no momento de sua audição, tomando o cotidiano e a vivência das pessoas como a matriz de significações das diferentes leituras de um mesmo texto. O estudo percebeu a novela como parte de todo um universo de significações, de gostos e de valores, e, sobretudo, dos cotidianos das pessoas. Tal percepção é corroborada por Lins da Silva (1985), que entende que a telenovela é vista como meio de expressão, cuja função é exibir paixões sociais a um público que vai utilizá-los como se fossem um gabarito, um diagrama para organizarem seus próprios processos sociais e psicológicos.

Leal destaca a própria relevância que os meios de comunicação de massa assumem na vida das pessoas. A televisão (a emissão televisiva) ocupa grande parte do tempo de não-trabalho das classes populares e é um dos lazeres fundamentais em outros segmentos sociais. “Em suma, são cerca de 40 milhões de pessoas² que diariamente ligam seus televisores e sentam em suas casas para escutar uma estória (e são muitas as estórias) que fala de afetos e é contada continuamente.” (LEAL, 1983, p.13).

A televisão é considerada uma fonte de diversão e entretenimento. Segundo Lins da Silva, a TV é vista, de um modo geral, como “uma coisa boa” pelas comunidades (LINS DA SILVA, 1985, p.82). Principalmente nas comunidades pesquisadas por ele, em que na época a maioria das pessoas não dispunha de outra fonte de informação e a televisão era o meio principal pelo qual eles ficavam sabendo do que acontecia fora da comunidade. Os investigados descreviam a Lins da Silva que a televisão era o único meio de acesso a informações do país e do mundo. Mas, “embora o fato de transmitir informações de outros lugares seja um conferidor de status para o veículo, o noticioso que mais os motiva e agrada é o local, por ser ele o que trata de assuntos de interesse mais próximo do espectador” (LINS DA SILVA, 1985, p.83).

Mas pouco do que é exibido pela TV ficaria guardado na mente dos telespectadores. Para Lins da Silva (1985), as pessoas investigadas por ele retêm em suas mentes as notícias que digam respeito a seus interesses mais imediatos. O autor relata que

² Número de telespectadores da televisão brasileira em 1983. Em 2016, 130 milhões de brasileiros tinham a televisão como o principal veículo de informação, segundo Pesquisa Brasileira de Mídia 2016.

embora o nível de retenção seja bastante reduzido, as matérias que tratassem de temas próximos às necessidades imediatas dos participantes logo assomavam à memória da maioria.

Na pesquisa, que teve um caráter antropológico, Leal (1983) levava em consideração a história de vida das pessoas, como esta tendo influência direta na percepção da telenovela. Além desta variável, a autora considerava outros “indicadores de níveis subjetivos de decodificação” (LEAL, 1983, p.129). Por exemplo, o público da classe popular transmitia, ao narrar a telenovela, termos que não estavam presentes na trama. “Ao reproduzirem diálogos como os de Clara com Raquel (personagens), contavam: Daí a Clara disse pra’ mãe dela, mãe, a senhora(...). Quando, de fato, a personagem não estava usando este tratamento com a mãe.”

“O tratamento que impõe uma autoridade no cotidiano parece ser algo tão forte, que as pessoas extrapolam isto para as falas dos personagens e referenciam-se aos próprios personagens como que localizando-se em um polo subalterno de uma relação fictícia.” (LEAL, 1983, p.131).

O estudo de Ondina Leal, ainda na análise antropológica, mostra que, nas classes populares, a televisão ocupava um lugar de destaque, tanto na casa, como na vida da pessoa. O mesmo não foi percebido nas classes dominantes, em que a televisão ficava em um canto, em um cômodo escondida. Nas classes populares a televisão era entendida como indicadora social de prestígio.

A televisão, ligada ou desligada, busca o reconhecimento social a seus possuidores, como um objeto bonito que tem a ele vinculado o supremo carisma de coisa que produz imagens e sons e o de bem econômico caro, prezado e cobiçado e que, como tal, a posse é importante. (LEAL, 1983, p.56)

Leal entende a disposição dos objetos como um sistema simbólico. Já Lins da Silva (1985) não faz esta análise do espaço doméstico. Como o autor não acompanha o momento da recepção, o foco de seu estudo é na interpretação da mensagem. O autor destaca que a televisão se apresenta como imparcial / neutra. A contemporaneidade e o realismo da TV reforçam a aparência de objetividade. O telespectador tende a acreditar que a câmera registra a “verdade” e o “agora”. Para o pesquisador, o fato de a forma de produção do telejornal ser desconhecida dos grupos pesquisados dificultava a percepção da “manipulação da informação”.

Como proposta para aguçar o espírito crítico em relação ao conteúdo televisivo, Lins da Silva (1985) realiza uma “pesquisa-ação”. A metodologia é de interferência e a expectativa é de que o “universo” pesquisado não se comporte, ao final do trabalho, da mesma

forma que se comportava ao seu início. Por isso as alterações ocorridas no decorrer da própria investigação são úteis para suas conclusões. A função do investigador é, além de observar os comportamentos das pessoas, questioná-las de modo a que os problemas por ele levantados e as informações por ele prestadas produzam efeitos de desbloqueio ou de deslocamentos de perspectivas em relação à televisão.

Mesmo com o processo de produção da notícia não ser dominado pelo público, Lins da Silva percebe que nem tudo o que é exibido pelo telejornal ganha credibilidade. Segundo o autor, as poucas pessoas que aceitam tudo que a TV diz como verdadeiro são exatamente aquelas que menos contato têm com outras pessoas, outras fontes de informação, que menos saem de casa, menos conhecem “o mundo real” (LINS DA SILVA, 1985, p.84). Para o pesquisador, a recepção não é composta por uma massa alienada, nem com absoluta consciência de classe.

Para Lins da Silva, o JN estabelece para as comunidades investigadas os assuntos que vão ser discutidos. Mas “não tem o poder de persuasão a ponto de fazer com que pessoas que já percebem alguns dos seus truques ideológicos mudem suas opiniões por causa daquilo que ouvem e veem no televisor” (LINS DA SILVA, 1985, p.141). O telejornal reforça pontos de vista de pessoas que concordam com ele, mas é difícil encontrar quem concorde integralmente com ele. Mais do que formar opiniões a respeito dos grandes temas nacionais, o telejornal define quais são os grandes temas nacionais para a maioria das pessoas. Assim como a novela também pode ter esta influência.

Leal (1983), em seu estudo, também destaca que o telespectador percebia de uma certa forma a montagem da novela. A autora destaca que o grupo popular identificava a *glamourização* do real na telenovela, e isso não o incomodava. Para Leal, o telespectador popular entende o código da telenovela. Entende que a história pode ser real, representar uma realidade, mas que a televisão tem uma forma própria de mostrar.

Coerência não é exatamente o que se espera de uma novela, espera-se uma estória que tenha início, meio e fim, e que seja um lugar onde aconteçam coisas. Ou seja, o grupo popular percebe o embelezamento da feiúra e o percebe enquanto coisa de televisão. O que espera da televisão é que fale de realidade, mas que também transvista esta realidade. E há duas alternativas para transvestir a realidade: a de deixar tudo mais bonito e agradável de se ver ou, ao contrário, a de dramatizar até as últimas consequências, isto é, até as últimas desgraças. (LEAL, 1983, p.122)

A antropóloga acredita que a televisão funciona como divulgação de padrões culturais legítimos e como legitimadora de novos padrões. Ela percebe, por meio dos discursos dos dois grupos analisados, a vinculação entre a televisão e um sistema de valores, e que “este sistema não é necessariamente coletivo e consensual. Este é o sistema simbólico

dominante e tem na televisão uma eficaz estratégia de conquista de hegemonia.” (LEAL, 1983, p.128).

O desconhecimento com a forma de recepção é percebido por Leal por parte da classe dominante. A autora diz ter a sensação de que tal classe tem uma preocupação maior com o enredo da telenovela por acreditar que a novela vai influenciar e mexer de forma ‘forte’ com a audiência da classe popular. Mas foi verificado que a classe popular consegue distinguir de forma clara que aquilo é uma novela, embora seja influenciada. A influência ocorreu de modo direto em alguns momentos destacados pela autora. Um deles foi com as imagens exibidas na TV sendo a oportunidade de leitura de crianças que não tinham acesso a outras escritas. Ou quando uma integrante do grupo popular destacou que a personagem Raquel tem um comportamento na novela que se as meninas imitassem na vida real não seria bem visto – distinguindo a ficção da realidade.

Em relação à identificação, Leal percebe que a classe popular não fez nenhum comentário referente aos personagens de casal de zeladores que vivia insatisfações de toda ordem. O casal lidava com o desemprego e vivenciava fantasias que os liberavam daquele cotidiano. O fato de não comentarem nada sobre estes personagens é entendido pela autora como uma identificação por eles – identificação que é indicada justamente pela negação absoluta. “Nega-se a identificação explícita porque é penosa, e é negando que se reforça o efetivo e inconsciente mecanismo de identificação” (LEAL, 1983, p.124).

Outras pesquisas seguiram este caminho da perspectiva antropológica de captar o ponto de vista dos nativos e de se aproximar do “outro”, compreendendo e interpretando suas interpretações. Assim como a pesquisa de Carlos Eduardo Lins da Silva (1985) também serviu como marco para que se começasse a se pensar no receptor como um ser ativo, capaz de negociar o sentido da mensagem.

A partir da década de 1980, a recepção foi entendida como parte do processo comunicacional. A televisão era estudada como importante fonte de informação, mas longe de ser um monopólio da informação, como destaca Lins da Silva (1985). O autor entendia a TV como a mais importante instituição social operando na área da ideologia. Mas não é a única, como confirmou em seu estudo a influência da Igreja, movimento sindical, partidos políticos, jornais e rádio, além de outras pessoas que estão em constante interação com os indivíduos e que lhes passam informações que contrariam as da TV. “Nem sempre as da TV saem vencedoras nesta luta interna de cada pessoa” (LINS DA SILVA, 1985, p.138).

Lins da Silva cita Leslie Wilkins para explicar o papel dos meios na sociedade. Segundo Wilkins,

no correr dos séculos o conhecimento dos fenômenos foi sendo sucessivamente substituído: ao invés de informação em primeira mão, as pessoas passaram a conhecer o mundo através de informação ‘vicária’, ou indireta. Este é um dado irreversível. Se a História da Humanidade não for obrigada a um retrocesso de milênios em virtude de uma hecatombe nuclear, nunca mais os homens e mulheres terão conhecimento do mundo por intermédio de sua experiência pessoal como nossos antecessores tiveram. Assim, cada vez mais será importante para a formação de representações do real equilibradas a interação sobre os indivíduos de diversas e contraditórias instituições sociais. (LESLIE WILKINS *apud* LINS DA SILVA, 1985, p.138)

2.2 NOVOS OLHARES PARA O ESTUDO DA RECEPÇÃO NA AMÉRICA LATINA

Na década de 1940, Adorno e Horkheimer (1986) afirmavam que a indústria cultural aliena, pasteuriza, homogeneiza e difunde o conformismo entre seus receptores. Algumas décadas depois, Guy Debord (1997) reforça esta tese e chama a atenção para o fato de que essa mesma indústria transforma tudo em espetáculo, esvaziando seu significado e conteúdo. Durante o final dos anos 1960, em toda a América Latina, supunha-se a passividade dos receptores diante dos meios de comunicação de massa. A teoria da dependência cultural começa a sofrer críticas em meados dos anos 1980. É aí que a pesquisa em comunicação começa a sofrer nítidos sinais de mudanças. Nilda Jacks e Ana Escosteguy (2007) defendem que os embates provocados pela globalização e suas transformações na experiência social contribuem para a renovação teórica e metodológica do campo da comunicação. As conexões entre comunicação e cultura passam a ser privilegiadas na busca por capturar a experiência dos sujeitos às práticas relacionadas aos meios.

Os modelos importados, largamente adotados até então, começam a não dar conta da realidade latino-americana. Jacks e Escosteguy citam outras duas motivações para a mudança de rumo, apontadas por Martín-Barbero –

experiências culturais e fatos sociais específicos - como, por exemplo, a redemocratização da maioria dos países da região e a ação de movimentos sociais que levaram adiante as lutas contra a repressão e a discriminação. Somam-se a isto as mobilizações populares da sociedade que lutavam pela apropriação de bens e serviços e pressionavam o sistema político a atender suas demandas sociais. (ESCOSTEGUY e JACKS, p.3, 2015)

Jacks e Escosteguy (2007) destacam que as pesquisas que relacionavam meios e audiências tiveram um papel fundamental, pois despontaram com a premissa de que “a recepção não é apenas uma etapa do processo de comunicação. É um lugar novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa de comunicação”, segundo Jesús Martín-Barbero (1995, p.39). É observado, ainda, que “as chaves da trama conceitual da investigação da recepção na América Latina” são quatro: os estudos da vida cotidiana, os estudos sobre

consumo, os estudos sobre estética e semiótica da leitura e os estudos sobre a história social e cultural dos gêneros (MARTÍN-BARBERO *apud* JACKS e ESCOSTEGUY, 2007).

A ideia de trabalhar novos olhares para a temática da recepção é utilizada por outros pesquisadores. Mauro Wilton de Sousa (1998) entende a recepção como independente à relação com os media. Para o autor, entender o receptor apenas frente aos media pouco traduziria os componentes de um jogo político e cultural mais amplo, limitando a recepção apenas à ressonância de impactos comportamentais diversos, próximos e circunstanciais.

Sobre a construção do pensamento comunicacional no século XX, Sousa cita Miège. O período entre os anos 1950 e 1970 “é marcado pela significação das correntes fundadoras do pensamento comunicacional em três direções, ou seja, o modelo cibernético, o enfoque empírico funcionalista e o modelo estrutural, com suas aplicações no campo da linguística” (SOUSA, 1998, p.39). Um segundo momento, é entre os anos 1970 e 1980, “quando o pensamento comunicacional se desenvolve segundo problemáticas, especialmente disciplinares, como aquelas derivadas da economia política, da pragmática, da etnografia da comunicação e de sociologias da técnica e da mediação. A temática da recepção se insere neste contexto” (SOUSA, 1998, p.42).

É então que, ainda segundo Miège, a recepção foi vista como sendo “a dimensão oculta e ignorada da comunicação”, exatamente na perspectiva das correntes fundadoras, que privilegiavam o processo da emissão sobre o da recepção. Sousa ainda destaca que “o que se denomina de novos olhares sobre recepção, ou recepção revisitada, ou mesmo os caminhos por onde ‘o destinatário destrona o emissor’, reflete o esforço de superação das posturas explicativas quanto à recepção presentes nas correntes fundadoras” (1998, p.42).

Nilda Jacks e Ana Carolina Escosteguy (2005) descrevem a modificação no percurso dos estudos da recepção ao longo de 30 anos de pesquisa em comunicação no Brasil. Em seu trabalho, Jacks e Menezes (2006) verificam que os estudos de recepção realizados na década de 1990, em programas de Pós-Graduação no Brasil, utilizam a perspectiva teórica latino-americana, têm as mediações como foco de análise e concluem que as identidades culturais não foram profundamente abaladas pelos meios de comunicação, porque estes fazem parte da cultura e da construção ou reforço das identidades contemporâneas. A identidade cultural é, também, um importante fator mediador na relação das pessoas com os meios de comunicação, garantindo processos de negociação com os conteúdos massivos provenientes de outras realidades e contextos culturais.

O indicativo de que a recepção vem sendo trabalhada mais como conjunto de relações sociais e culturais mediadoras da comunicação como processo social é destacado por

Mauro Wilton de Sousa (1998). O autor cita o surgimento de novos termos para o estudo da recepção, como “prática mediática”, “usos e gratificações”, “experiência mediática”, “produtos mediáticos”. A recepção seria “atividade complexa de interpretação e de produção de sentido e de prazer”. Para o autor, o processo da recepção poderia também ser visto como ligado à busca de participação e pertencimento a diferentes e fragmentados espaços da vida social, mediados pela comunicação.

Sousa (1998) se baseia em Belisle na observação da mudança da forma de se estudar a recepção. Os estudos de cunho funcionalista partiam de uma indagação sobre os efeitos dos meios de comunicação sobre os indivíduos. Hoje indaga-se mais sobre o que os indivíduos fazem com os meios de comunicação social.

Diversas abordagens teórico-metodológicas de estudos da recepção foram desenvolvidas na América Latina a partir da penetração do conceito de hegemonia de Gramsci e da visão cultural dos meios de comunicação patrocinada pelos Estudos Culturais do Contemporary Cultural Studies de Birmingham. Nilda Jacks (1996) destaca as correntes conhecidas como Consumo Cultural, desenvolvida por Néstor García Canclini; Frentes Culturais, coordenada por Jorge González no Programa de Estudios sobre las Culturas Contemporaneas (Colima/México); Recepção Ativa, desenvolvida no Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA/Chile) sob a coordenação de Valério Fuenzalida e Maria Elena Hermosilla; Uso Social dos Meios, concebida por Jesús Martín-Barbero; Enfoque Integral da Audiência, proposta teórico-metodológica de Guillermo Orozco, desenvolvida no Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales (Universidad Iberoamericana, México).

O Consumo Cultural é conceituado por Canclini como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (CANCLINI *apud* JACKS, 1996, p.44). Jacks destaca que Canclini supera a noção de que o consumo é um ato individual, irracional, movido pelo desejo. Pelo contrário, a complexidade da vida cotidiana, o espaço da criatividade do sujeito e a possibilidade interativa são incorporados na relação com os meios de comunicação. Jacks cita que a metodologia do Consumo Cultural utiliza de técnicas e instrumentos tradicionais na pesquisa das Ciências Sociais. Mas destaca que “ainda não tem resolvido os pontos de articulação das teorias sobre o consumo, em especial a incorporação da visão psicanalítica” (JACKS, 1996, p.45).

A autora explica Frentes Culturais como um modelo de análise da cultura concebida por Jorge González. A premissa básica é uma adaptação do conceito “gramsciano” de Hegemonia, para explicar como “coalizões de poder ganham o consenso de grupos

subordinados, através da incorporação na esfera pública de símbolos culturais destes grupos, de maneira a possibilitar sua identificação”. Jacks destaca que o modelo também se utiliza da noção de Campo proposta por Bourdieu, pois “entende a cultura como um sistema de forças desenvolvido na disputa pela hegemonia cultural” (JACKS, 1996, p.46). Segundo a autora, faz parte da cultura contemporânea os meios massivos e as culturas populares. Para Jacks, este “movimento que tem como objetivo manter ou conquistar o reconhecimento público ou de outros grupos, é importante para compreender a relação das audiências com os meios e o papel destes na definição das identidades contemporâneas” (1996, p.46).

A proposta metodológica deste modelo é bastante complexa, uma vez que abrange todo o processo de comunicação, e é chamada por González de “polifônica”. Trabalha quantitativa e qualitativamente, utilizando um variado instrumental que vai das descrições etnográficas à análise estatística multivariada. Em termos da recepção propõe duas táticas complementares: uma extensiva para identificar os traços sociodemográficos (quem, quantos, onde, quais etc), e outra intensiva para conhecer com maior densidade os processos de leitura social na vida cotidiana, por isso o núcleo de estudo é a família. Em seu artigo, Jacks destaca que o modelo propõe por em relação as três áreas em um jogo de seis pares: produção-leitura, produção-mensagem, leitura-produção, leitura-mensagem, mensagem-produção e mensagem-leitura.

O outro modelo citado por Nilda Jacks (1996), a Influência Cultural da Televisão, é a linha de investigação desenvolvida pelo CENECA através do Programa de Educación para la Recepción Activa de la TV. A pesquisa empírica explorava a relação entre mensagens e telespectadores. O poder onipotente e monolítico da recepção foi questionado e entendeu-se que a recepção é um processo construtivo, dialético e conflitivo.

Entre as hipóteses comprovadas sobre a influência cultural da TV estão: um multirelacionamento com o meio estabelecido através do tempo e da programação diversificada (recepção construtivista); relacionamento emocional mais do que racional e analítico, determinado também pelo gênero de programação; a constatação de que a recepção “domiciliar” requer uma estética própria (diferente do cinema) determinada por outro tipo de fruição e da relação com o meio; a importância do contexto sócio-cultural (práticas sociais), o qual sobrepõe o referente e a intenção do emissor na relação da audiência com a televisão. (JACKS, 1996, p.47)

A metodologia utilizada busca a exploração da relação entre os grupos e as mensagens televisivas. Para Jacks a metodologia apresenta um sério limite: “é utilizada em oficinas (inicialmente para ensinar a “leitura crítica” da TV) para práticas grupais, longe da situação de recepção” (JACKS, 1996, p.47).

A outra abordagem citada por Jacks é o Uso Social dos Meios. Nela, Martín-Barbero parte do estudo das articulações entre as práticas de comunicação e os movimentos sociais, considerando as diferentes temporalidades e as pluralidades de matrizes culturais. Jacks cita que o autor desloca o eixo que se estabelecia na produção, para o âmbito do consumo, no intuito de verificar o uso que os receptores fazem dos conteúdos massivos na relação com suas práticas cotidianas. Jacks destaca que os “usos” são inalienáveis da situação sócio-cultural dos receptores, que reelaboram, ressignificam, ressemantizam os conteúdos massivos conforme sua experiência cultural. Considerar o receptor também como produtor é a principal mudança trazida por este enfoque, que privilegia o cotidiano como lugar a ser pesquisado e o consumo como categoria de análise. Martín-Barbero propõe o estudo de três tipos de mediações: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural, como forma de captar as referências culturais onde elas se concretizam. Jacks lembra que a mediação, conceito fundamental em Martín-Barbero, deve ser entendida como “um conjunto de influências que estrutura, organiza e reorganiza a percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo poder também para valorizar implícita ou explicitamente esta realidade” (1996, p.47). A mediação é o espaço onde se é possível compreender as interações entre a produção e a recepção. Metodologicamente, Jacks considera que há um rompimento da investigação através de disciplinas ou dos meios, recaindo sobre os elementos que dão especificidade ao uso deles e suas mensagens no contexto da audiência.

Por último, Jacks cita o Enfoque Integral da Audiência, desenvolvido por Guillermo Orozco, e que segue os pressupostos apresentados acima. “A pergunta que orienta este esforço teórico-metodológico é: ‘como se realiza a interação entre TV e audiência’, cuja resposta começou a ser buscada pelos ‘Estudos Culturais’ (Birmingham) e também por autores latino-americanos como Fuenzalida e Hermosilla” (1996, p.48). A autora entende que investigar nesta linha, implica considerar a recepção um processo, resultante da interação receptor/ TV/ mediações, que entram em jogo no contínuo ato de ver TV, mas que extrapola-o. A TV é mediação como instituição social produtora de significados. O receptor também “realiza mediações de caráter psicológico determinado pelas de caráter sócio-culturais, em um processo constante e dialético. Orozco as chama de Mediações Individuais: cognoscitiva e estrutural”.

A Cognoscitiva está diretamente relacionada à aquisição de conhecimento (informações, valores, crenças, emoções etc.). A Estrutural é constituída pela idade, sexo, religião, escolaridade, estrato sócio-econômico, etnia etc. Segundo Jacks, são elementos identitários que servem de referência ao receptor, conformando sua maneira de pensar e agir.

A autora cita que atua no momento da recepção, ainda, a Mediação Situacional. Ela pode identificar como a emissão televisiva encontra o receptor: sozinho ou acompanhado, com atenção exclusiva ou disperso, trocando considerações com outros telespectadores ou não, no espaço social ou íntimo da casa etc. Há ainda as Mediações Institucionais, ligadas a instituições a que pertencem o receptor como escola, empresa, igreja, partidos, família etc, e a Mediação Videotecnológica, como a programação, os gêneros, a publicidade etc.

Jacks destaca que Orozco considera fundamental a mediação Cultural, por ser onde as demais se localizam e se configuram, pois aí todas as informações se originam, o consumo se efetiva, o sentido é produzido, a identidade se constrói. Embora tenha relevância conceitual, a mediação Cultural não está desenvolvida metodologicamente no modelo. Entretanto, a pesquisadora cita que categorias analíticas como “roteiros mentais”, “comunidade de apropriação”, “comunidades de referência ou de re-apropriação” e “comunidades de interpretação e interpretativa”, permitem a exploração analítica desta mediação.

Além dos estudos teórico-metodológicos citados por Nilda Jacks, aqui sintetizados, outras metodologias são citadas por autores distintos, também via Estudos Culturais. Itânia Gomes (2002) propõe o estudo da recepção por meio da teoria da semiótica. A autora entende a semiótica como mais que um instrumento metodológico, mas também é um horizonte teórico que assegura o caráter dinâmico da significação e a atividade da recepção enquanto caso que só pode ser explicado no interior do processo comunicativo.

Deste modo, podemos considerar a possibilidade de entender a recepção como o lugar da interpretação ou inferência, quando um determinado sujeito, utilizando os códigos que possui e confrontando-se com as ocorrências expressivas, é capaz de fazer uma aposta hipotética sobre o significado que ali está presente numa relação interativa com a mensagem, onde o significado não está dado previamente (ainda que a mensagem estabeleça suas instruções de leitura). (GOMES, 2002)

A teoria da semiótica entende os interpretantes como signos que interpretam outros signos, traduzindo o objeto imediato de modo que sempre lhe seja possível mostrar algo a mais do objeto interpretado, sempre ampliando a sua compreensão. O signo seria a instrução para a interpretação, mecanismo que faz percorrer toda a semiose. Mas, segundo Gomes, só é signo aquilo que significa, ou seja, aquilo que um intérprete decide, constringido por um conjunto de regras - ou código - , que significa.

A importância da competência cultural do intérprete nos processos de significação é destacado por Gomes pela teoria da Semiótica da Recepção, formulada por Umberto Eco. A

teoria descreve as relações entre um texto e seus receptores sem recorrer ao empirismo característico de abordagens socioantropológicas e sem fragmentar a análise do processo comunicativo na medida em que estabelece a obra como um lugar de encontro e partilha, lugar do qual se pode olhar o processo comunicativo.

Itânia Gomes encara a teoria da semiótica como um entendimento do processo comunicativo na rede interativa da semiose. Para Eco, um texto só tem vigência caso nele estejam presentes as estratégias e regras do ato comunicativo. O autor entende que nem a recepção nem o conteúdo das mensagens estão dados previamente. “O significado é o resultado de um trabalho inferencial em que a recepção ou o leitor é levado a acionar suas competências semióticas para realizar apostas a partir das instruções postas na mensagem. Daí a recepção ser um ato semiótico” (GOMES, 2002, p.8).

Estudos que tomam a identidade cultural como mediação nos processos de recepção são analisados por Jacks e Menezes (2006). As autoras tomam como objeto estudos de recepção realizados nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação do Brasil, durante a década de 1990. Dos 45 estudos de recepção identificados, as pesquisadoras perceberam que cinco trabalharam a identidade cultural como foco para entender a relação entre receptores e meios, “todas classificadas como de abordagem sociocultural, a qual abarca uma visão ampla e complexa do processo de recepção, levando em consideração múltiplas relações”. Jacks e Menezes destacaram que os trabalhos adotam a teoria das mediações e têm Jesús Martín-Barbero como autor fundamental, três deles referindo-se basicamente a “De los medios a las mediaciones” (1987). As pesquisadoras identificam que Guillermo Orozco Gómez aparece como autor principal em dois trabalhos, baseados em sua publicação “Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio” (1991), e Néstor García Canclini é o terceiro autor mais citado.

As autoras percebem, ainda, que quatro trabalhos exploram a interdisciplinaridade ou a multidisciplinaridade, tendo como tendência a Antropologia, a Sociologia e a História, em geral no âmbito dos estudos culturais. Sobre o receptor, todos têm como premissa a reinterpretação e reelaboração das mensagens, segundo sua vivência cotidiana e seus valores, sua identidade cultural e características como idade, sexo, escolaridade, religião, etnia, grupo social, etc. Segundo Jacks e Menezes, os autores dos trabalhos têm a noção de que o processo de recepção começa muito antes do assistir à televisão e termina bem depois do ato.

As autoras destacam que nem todos os trabalhos analisados tomam em conta o emissor para explicitar as premissas que regem seu papel no processo de comunicação. Jacks e Menezes identificam tal ato como uma tendência da década de 1990, a qual centrou

fortemente a análise no pólo da recepção, “possivelmente como uma estratégia para romper com os determinismos teóricos que precederam os estudos de recepção” (2006, p.167).

As pesquisadoras identificaram que os meios, de modo geral, são apontados como responsáveis por alterações nas formas de usufruir o dia-a-dia. Isso por eles instaurarem novas sociabilidades, temporalidades e configurações sociais, e por atuarem como promotores de novas práticas, linguagens e estéticas. Elas então destacam a televisão, que nos estudos é vista como uma instituição social e um agente mediador entre a sociedade e o receptor, “como reprodutora da realidade, que compete com outras instituições sociais e/ou com o próprio real, fazendo emergir, desta forma, as contradições que envolvem o papel e as funções deste meio na sociedade contemporânea”.

Jacks e Menezes citam que poucas pesquisas trataram dos meios de comunicação e da construção de identidades. Nestes estudos a televisão brasileira é encarada como um importante agente integrador da cultura nacional e, em alguns casos, da cultura regional. Partem da premissa de que os meios atuam decisivamente na constituição das identidades porque transmitem cultura, o que não implica na total destruição das culturas populares e locais. O meio não opera somente alterando as ordens contratuais tradicionais ou desenraizando culturas e identidades, mas promove também a manutenção dos antigos contratos, ainda que com marcas de hibridização cultural.

Vale destacar que os trabalhos sobre a relação entre identidade cultural e os meios, analisados pelas pesquisadoras na década de 1990, tiveram sua origem em duas regiões (sul e nordeste) equidistantes do eixo Rio – São Paulo, reconhecido pólo cultural do país. Para as pesquisadoras, possivelmente traduziram preocupações de zonas periféricas quanto às transformações de suas identidades frente às ações dos meios massivos.

As autoras identificaram que a entrevista foi utilizada como uma das técnicas de levantamento de dados em todos os trabalhos que relacionaram identidade cultural e os meios, sendo a maioria delas entrevistas com observações etnográficas. Alguns trabalhos utilizaram questionários e formulários para uma primeira aproximação. Jacks e Menezes destacam que nenhum dos estudos utilizou estratégias e técnicas para analisar as falas dos entrevistados, sendo elas usadas na maior parte das vezes como ilustração.

Os trabalhos analisados por Jacks e Menezes apresentaram problemas com a ausência de critérios de cientificidade, como a verificação, duplicação, transparência e falseabilidade (APPADURAI *apud* JACKS e MENEZES, 2006, p.171). Tais itens são tidos por muitos analistas como elementos éticos de pesquisa.

As autoras ainda destacam que “parte dos trabalhos não dialoga com os resultados já obtidos pelos pares, portanto não promove o debate necessário para a consolidação do conhecimento e desenvolvimento do campo como um todo. Alguns deles sequer fazem o levantamento dos trabalhos existentes na própria área de comunicação, deixando de cumprir preceitos básicos do protocolo de pesquisa: revisão da literatura, citações estratégicas e definição apropriada de conhecimentos anteriores, normalmente disciplinares” (APPADURAI *apud* JACKS e MENEZES, 2006, p.172).

Mas Jacks e Menezes consideram que os trabalhos agregam algo interessante ao campo, tributário de uma tradição que negava o envolvimento dos meios na manutenção e fortalecimento das identidades. As fragilidades encontradas, por outro lado, são analisadas pelas autoras como

constitutivas do campo que está em construção no diálogo com as demais ciências sociais e humanas, e elas refletem o estágio do conhecimento nesta área, o que implica na formação ainda deficitária de seus pesquisadores (González, 2001-2002). Isto demanda um esforço de seus agentes na superação das dificuldades e na conscientização de que o próximo passo na agenda de pesquisa é o fortalecimento dos procedimentos metodológicos, mais do que simplesmente propor o enfrentamento de problemas empíricos, os quais dependem deste acerto de contas, o qual passa também pela teoria. (JACKS E MENEZES, 2006, p.172)

Em seu trabalho *Juventude e Televisão*, Isabel Travancas (2007) afirma que o estudo com foco na recepção se deslocou para um estudo da identidade de jovens e na compreensão do processo da comunicação. Entender o que é ser universitário se tornou elemento importante na pesquisa. A autora encara a recepção dentro dos moldes da etnografia, em uma visão antropológica.

Num primeiro momento, Travancas aplicou um questionário a 264 jovens estudantes dos cursos de comunicação social, medicina, pedagogia e serviço social. Dentre as perguntas, Travancas questionava se os entrevistados assistiam ao *Jornal Nacional* – a maioria assistia. Também foi perguntado se os jovens aceitariam participar de uma pesquisa mais ampla, permitindo que a autora assistisse ao *JN* com eles. Apenas 16 participaram da pesquisa completa.

A pesquisadora levanta dados do porque da escolha dos cursos pelos alunos, a história de vida deles, como eles se enxergam dentro da universidade e se projetam no mercado de trabalho. Numa perspectiva antropológica, Travancas analisa como os participantes da pesquisa recebiam o *Jornal Nacional*. A autora também acompanha durante um dia a produção do *Jornal Nacional* e realiza entrevistas na redação, inclusive com William Bonner, editor-chefe do jornal.

Travancas acredita que a mídia contribui na formação de subjetividades e no nosso próprio entendimento da realidade. A autora trabalha com a relação entre o público e o telejornal. William Bonner comenta que o público pode não saber o que vai ver no JN, mas sabe o que não vai ver, como ficou demonstrado por meio de uma pesquisa de opinião feita pela empresa. Bonner afirma que “o público não vai ver sangue, não vai ver imagens que possam chocá-lo desnecessariamente, não vai tomar conhecimento de detalhes escabrosos de crimes escabrosos” (TRAVANCAS, 2007, p.54).

A televisão é hoje o veículo que identifica o Brasil para o Brasil. Tire a TV de dentro do Brasil e o Brasil desaparece, ou seja, a “representação que o Brasil faz de si mesmo praticamente é desligada”. A TV une e iguala, no plano do imaginário, um país cuja realidade é constituída de contrastes, conflitos e contradições violentas. (BUCCI *apud* TRAVANCAS, 2007, p.57)

Travancas destaca o peso da televisão no Brasil, que desfruta “de uma situação de virtual hegemonia no interior da indústria cultural brasileira”. Segundo a autora, essa hegemonia é nuançada em relação às classes sociais. “Quanto mais pobre e com mais baixa alfabetização, maior o peso da televisão”. (TRAVANCAS, 2007, p.58)

A familiaridade dos jovens com o veículo televisão também é destacada por Travancas. Isto se explica pelo fato de quando a televisão começou a funcionar no Brasil, na década de 1960, os jovens, não haviam nascido. Quando nasceram a televisão já existia. Este pode ser um ponto interessante para entender a “naturalização” do meio e a relação de intimidade. E pode ser também um caminho para se entender a mudança no processo de recepção do meio.

A televisão, como já foi dito, funciona como ordenadora da vida social, das rotinas familiares. E assim ela é entendida pela autora, como uma espécie de “relógio social” que organiza as rotinas, destaca os rituais e enfatiza os papéis da vida familiar (TRAVANCAS, 2007, p.66).

Travancas realiza o estudo etnográfico levando em conta o contexto em que os indivíduos vivem, como se dá a relação entre eles e a televisão e a recepção dentro do ambiente familiar. Para isso ela observa quais conflitos estão expressos nos discursos dos indivíduos sobre a televisão e seus programas, e em que medida a TV é um elemento de união e de troca ou, ao contrário, fonte de disputas e luta de forças.

A pesquisadora percebe que os jovens estudados assistem TV de maneira mais fluida, menos fixa, sem que necessariamente o indivíduo fique sentado em frente ao aparelho de televisão. Muitas vezes, os jovens apenas ouvem o telejornal enquanto realizam outras atividades e só se aproximam da televisão quando a matéria lhes interessa. Travancas destaca

que o “modo de ver” dos jovens, fluido e disperso, não é exclusivo desta faixa etária, como já apontaram pesquisas realizadas por Orozco Gómez (2001), Fischer (2002) ou Martín-Barbero (1997).

O Jornal Nacional é um só para todo o país. Ele é visto por muitos, mas de maneiras diferentes. Há numerosas formas de recebê-lo e interpretá-lo. E, para a autora, essas interpretações estão diretamente associadas às visões de mundo, aos estilos de vida, às noções particulares de projeto e compreensão da sociedade brasileira. A recepção varia não só em termos individuais, mas, sobretudo, em termos socioculturais. Nesse sentido se fazem presentes as diferenças etárias, de gênero, religiosas e político-ideológicas.

Travancas entende que o telespectador “dá o limite” e estabelece contornos para o que recebe da televisão. Os indivíduos se apropriam das mensagens para pensarem sobre si mesmos e suas realidades. “Os jovens universitários assistem ao Jornal Nacional relacionando-o com suas realidades, suas carreiras e a entrada na universidade” (TRAVANCAS, 2007, p.91).

Itânia Gomes (2002) chama a atenção para a perda, em alguns casos, da relação texto/receptor – conforme conceberam Jesús Martín-Barbero e Stuart Hall -, para centrar-se no estudo empírico qualitativo da audiência e que dizem mais respeito aos modos de se conhecer a audiência do que à capacidade de compreender os processos receptivos.

A autora acredita que os estudos sobre o processo receptivo poderiam se enriquecer se levassem a bom termo a instituição dos Estudos Culturais. Para ela, a questão crucial, do ponto de vista da recepção, não deveria ser propriamente saber quem é a audiência, nem deveria ser descrever seu comportamento, mas compreender o processo comunicativo. Em outros termos, compreender o próprio processo que institui uma audiência.

Nos anos 1990, em função da internet, os Estudos Culturais voltam suas atenções para as questões tecnológicas. Começam a surgir estudos empíricos de internet, que “podem ser classificados em duas gerações: uma focada na vida na tela e outra na vida em frente à tela” (PRESS e LIVINGSTONE *apud* KNEWITZ, 2009, p.4).

Segundo Anna Paula Knewitz (2009), grande parte dos trabalhos se baseiam na internet enquanto meio e deixam em segundo plano o envolvimento das pessoas com o conteúdo on-line. A autora destaca que um dos grandes desafios do estudo da recepção é fazer

com que bifurcações que marcaram a trajetória das pesquisas de recepção nos Estudos Culturais, como texto e contexto, teórico e empírico, micro e macro, meios e mediações, deixem de ser vistas como dicotômicas para tornarem-se ambivalentes. Sugere-se aqui que se busque viabilidade para essa perspectiva integradora a partir

de um entrelaçamento entre Estudos Culturais e Cibercultura. (KNEWITZ, 2009, p.5)

É percebido que o processo de recepção só pode ser entendido quando a lógica da tela dialoga com a lógica da vida real. Os estudos da recepção passaram por mudanças. Mesmo depois de se entender o receptor como ativo e o texto como polissêmico, as questões eram abordadas pelos pesquisadores de formas diferentes. O surgimento da cibercultura parece conduzir a mais uma dessas instâncias ambíguas. O dilema é saber a que dar continuidade e com o que romper.

Knewitz (2009) cita em seu trabalho o mapeamento feito por Silvaldo Pereira da Silva, em 2007, para entender o modo como as reconfigurações vêm sendo investigadas dentro do campo da comunicação. Silva analisa os contornos que as pesquisas empíricas em comunicação e cibercultura foram tomando ao longo do tempo e propõe um quadro sintético de cinco tipos de abordagens de teor metodológico firmadas hoje nessa área:

as de teor cartográfico (mapeamento da morfologia e das possíveis mutações do meio), as de teor opinativo (sondagens acerca do posicionamento da audiência em relação aos usos e efeitos do meio), as de teor focal (grupos focais para identificar pormenores da apropriação das tecnologias da informação e comunicação), as de teor textual (foco na textualidade, na cognição e nas significações) e as de teor comparativo (relação entre tecnologias da informação e comunicação e outras mídias). Segundo o autor, as abordagens de sondagem e focais são mais aplicadas aos estudos de recepção, o que não significa uma recomendação a descartar as contribuições que as demais linhas dão ao entendimento do fenômeno. (KNEWITZ, 2009, p.6)

Knewitz acredita que as mediações, uma das contribuições dos Estudos Culturais, devam ser mantidas vivas no processo de rearranjo teórico-metodológico por que passa a pesquisa de recepção. Para a autora, a mediação das tecnicidades merecem uma atenção especial justamente pela proporção desmedida que tomaram as repercussões da tecnologia. Para ela, “desmerecer os efeitos do técnico é uma postura tão ingênua quanto a de crer em seu determinismo” (KNEWITZ, 2009, p.8).

Na internet, a audiência além de ser ativa, é interativa. E a polissemia do conteúdo é ampliada com o hipertexto. Alguns pesquisadores têm voltado suas atenções para o estudo da netnografia, que é o emprego da etnografia em formato digital.

Kozinets, em 2012, enumera três vantagens da netnografia frente à etnografia: “1) a primeira pode ser conduzida de forma mais rápida que a segunda; 2) é menos dispendiosa, na medida em que se resume a material textual e escrito; 3) é menos subjetiva, na medida em que é possível ter registros de vários tipos de materiais” (KOZINETS *apud* KNEWITZ, 2009).

A autora lembra que este método abre mão da comunicação verbal, presente nas entrevistas e observações etnográficas, abdicando da caracterização do consumo em frente à tela.

Montardo e Passerino, em 2006, falam das dificuldades com relação à identidade e à veracidade dos participantes nos estudos netnográficos, bem como de quão complexo é delimitar pesquisas que aplicam essa técnica, alertando que a sobrecarga de informação pode conduzir à falta de foco (MOSTARO e PASSERINO *apud* KNEWITZ, 2009).

Para Knewitz, “a complementação do on-line com o face-a-face só reitera um amplo movimento de confluência entre tecnologia e cultura, um encontro regido por regras ainda imaturas, mas necessário para se compreender o receptor em rede” (KNEWITZ, 2009).

2.3 O LUGAR DO JORNALISMO TELEVISIVO NA PESQUISA DE RECEPÇÃO

Hoje é inevitável refletirmos sobre as sociedades complexas sem dar lugar de destaque aos meios de comunicação de massa. Seriam eles os responsáveis por permitir aos cidadãos a compreensão dos fenômenos sociais. A importância do telejornal na vida cotidiana dos brasileiros pode ser explicada pelo fato de, segundo Alfredo Vizeu e João Carlos Correia (2008, p.12), o “telejornalismo representar um lugar de referência para os brasileiros muito semelhante ao da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo”. Para os autores, o telejornal funciona como referência de estabilidade e segurança para as pessoas no mundo que as cerca. O telejornal atua como um espaço que oferece informação não só sobre o ambiente que nos envolve, mas também sobre o mundo que foge de nosso contato pessoal. O conceito do telejornal enquanto lugar de referência para a sociedade brasileira é trabalhado pelo autor ao tratar as relações do telejornalismo com o público.

Alfredo Vizeu e João Carlos Correia (2006) consideram a mídia, hoje, essencial para a vida em sociedade. Os autores entendem o campo jornalístico como um lugar que contribui na construção social da realidade. Essa construção da imagem da realidade é feita pela mídia por meio de uma mediação entre o acontecimento e a sociedade. Desta forma, os autores entendem como função dos telejornais sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade.

“O mundo moderno aparece na televisão como uma bricolagem, uma soma de pequenos pedaços, e o jornal surge dando ordem ao caos.” (TRAVANCAS, 2007, p.95) Na visão da pesquisadora, Isabel Travancas, o telejornal exerce o papel de organizar o mundo. Assisti-lo pode causar ao telespectador uma sensação de tranquilidade, já que o caos do

mundo está lá do outro lado da tela e não aqui. Ou então que, apesar dos conflitos no mundo, é possível se viver.

Para Vizeu e Correia, os telejornais ajudam os telespectadores a se perceberem enquanto sujeitos e a reconhecerem o seu lugar social por meio de processos de identificação. O público tem acesso, muitas vezes, a saberes que não seriam experimentados de outra maneira a não ser pela tela da TV. Dessa forma, os telejornais ajudariam na solução de conflitos, na organização do mundo, no entendimento da complexidade nas sociedades contemporâneas.

A prática telejornalística é vista por Vizeu (2009) como tendo uma função pedagógica, na busca por uma abordagem mais didática dos fatos, como se o jornalista atuasse de modo a preordenar o universo do discurso visando orientar o leitor e responder-lhe às questões. Essa função é resultado de uma série de enquadramentos culturais, das práticas sociais, da cultura profissional, dos constrangimentos organizacionais e do campo da linguagem que os jornalistas mobilizam para produzirem notícias (VIZEU, 2009). A própria escolha da ordem em que as notícias serão apresentadas no telejornal mostra uma preocupação com o entendimento e recepção do público.

A televisão no cotidiano das pessoas representaria uma espécie de referência, de estabilidade, diante da violência, da insegurança e da complexidade do cotidiano. “Os telejornais funcionariam como uma janela para a realidade, mostrando que o mundo circundante existe, está lá e tudo não se transformou num caos, a vida segue a sua normalidade” (VIZEU e CORREIA, 2006).

No entendimento de Vizeu e Correia, o jornalismo também tem a necessidade de procurar tornar o mundo menos hostil, por buscar garantir segurança quando testa os referenciais arraigados no ser humano. O cotidiano seria organizado por meio da atividade telejornalística. Desse modo, os telejornais funcionariam como um lugar de mediação entre os acontecimentos e as notícias, tornando a realidade social mais acessível. Em artigo, Vizeu (2009) ressalta que “a mídia não só transmite, mas prepara e apresenta uma realidade dentro das normas e das regras do campo jornalístico contribuindo dessa forma para a percepção do mundo da vida” (VIZEU, 2009). O autor considera que o jornalismo tem uma função pedagógica por contribuir para a compreensão do mundo nas sociedades complexas. “As notícias devem ter a preocupação de contribuir para o entendimento do mundo da vida” (VIZEU, 2009, p.80).

Vizeu acredita que a televisão na sociedade contemporânea cumpre a função de reforçar que a realidade existe e que não estamos sozinhos no mundo. A televisão como lugar

de referência também é identificada por Travancas, que percebe que os jovens estudados por ela não são indiferentes ao Jornal Nacional – telejornal analisado pela autora. Travancas percebe que o JN, como parte de um sistema mais amplo de informação, pode afetar e influenciar o conjunto de informações e conhecimentos que esses jovens adquirem, assim como seus projetos pessoais.

Não é à toa que alguns comentavam que, embora o jornal mostrasse muitas tragédias e notícias negativas, assistir a ele dava uma sensação de tranquilidade. E comentavam que viam o JN também para relaxar de suas rotinas estressantes e corridas de uma grande metrópole (TRAVANCAS, 2007, p.94)

Os autores tratam a informação noticiosa como uma forma de conhecimento uma vez que a notícia televisiva contribui para a construção da realidade social. O jornalismo é visto como uma forma de conhecimento. (VIZEU e CORREIA, 2006). Como destaca Vizeu em artigo posterior, o telejornalismo é “uma forma de conhecimento crítico que tem como preocupação interpretar a realidade social” (VIZEU, 2009).

A importância dos telejornais no Brasil também pode ser entendida pela televisão ser, ainda hoje, um dos principais meios de acesso à informação em algumas comunidades – por ser barato e abrangente. Como aborda Carlos Eduardo Lins da Silva, em sua pesquisa Muito além do Jardim Botânico (1985, p.83), os operários pesquisados descreviam a TV como importante fonte de informação e entretenimento e único meio de acesso a informações do país e do mundo. O telejornalismo cumpre uma função social por atingir um público pouco habituado à leitura. A função do telejornalismo consistiria na busca por tornar o mundo menos complexo e mais acessível.

Vizeu e Correia (2008) argumentam também que o telejornal é fundamental na construção de uma identidade local, na qual a referência serviria como uma espécie de orientação. Isso porque a notícia local é diferente da notícia chamada de “rede” porque gera uma relação de identificação mais direta com o telespectador, já que se refere a acontecimentos que o atingem em seu cotidiano mais próximo.

Para Dominique Wolton (1996), a televisão agrega os telespectadores em um público potencialmente imenso e anônimo, que a assiste simultaneamente. O sociólogo francês trabalha com o conceito da televisão como “laço social”, já que, em decorrência desse processo, diversas pessoas são interligadas em uma mesma sociedade, acabando por estabelecer um senso comum.

Nesse sentido, o telejornalismo promove a identificação de seus telespectadores por meio de estratégias, rotinas e procedimentos. Como defendem Vizeu e Correia, o

telejornalismo no Brasil é uma instituição social que contribui para a constituição de uma comunidade unida por laços virtuais. O telejornal serviria, então, como referência sobre o que vai ser conversado e discutido pelo público. O meio pauta o que vai ser debatido.

O telejornal, como já dito durante este estudo, não é a única instituição de produção de conhecimento na contemporaneidade. Mas sua importância é destacada pela sua capacidade de penetração na sociedade. A forma jornalística de representar a realidade por meio da TV pode ser vista por milhões de telespectadores ao mesmo tempo. As narrativas construídas pelo telejornal ganham amplo alcance no espaço social e no cotidiano.

Para Vizeu (2009), as mídias buscam explicar o mundo, principalmente por vivermos em sociedades cada vez mais conectadas. Os telejornais ajudariam o público a tomar decisões e formar opiniões. É através do jornalismo que se obtém um complexo processo de constituição do real. O jornalista percebe e interpreta um fato antes de noticiá-lo; do outro lado, o indivíduo que recebe esta mensagem vai traduzi-la consoante suas experiências e contexto cultural.

Retoma-se a citação feita por Lins da Silva (1985) sobre o conceito do autor Leslie Wilkins, utilizada já no segundo capítulo deste trabalho, onde os meios teriam a função de proporcionar o conhecimento do mundo. Para Wilkins, “no correr dos séculos o conhecimento dos fenômenos foi sendo sucessivamente substituído: ao invés de informação em primeira mão, as pessoas passaram a conhecer o mundo através de informação ‘vicária’, ou indireta” (LESLIE WILKINS *apud* LINS DA SILVA, 1985, p.138).

O conhecimento é, também, passado pelo telejornal que realiza construções de leitura com a audiência. O noticiário televisivo, segundo Vizeu e Correia (2006), mostra várias maneiras pelas quais a gramática da produção procura construir um vínculo ativo com a recepção. Os telejornais procuram estabelecer com seus usuários vínculos participativos. Essas ações são construídas semanticamente pelos jornalistas, que tornam o telespectador como imaginariamente presente no interior do próprio telejornal, ao falar com ele de maneira direta, por exemplo, com o uso do pronome pessoal nós. A audiência é acionada a efetuar percursos no interior do âmbito do discurso, “fazendo elos associativos com base nos investimentos dos seus próprios saberes e também na pressuposição de que a produção faz ao valer-se da noção de que o coenunciador (telespectador) já sabe sobre aquilo que lhe é dito” (VIZEU e CORREIA, 2006). Os autores encaram o texto de um telejornal como um espaço imaginário onde são propostos múltiplos espaços de participação à audiência.

2.3.1 Estudos realizados em Juiz de Fora

Este subcapítulo pretende abordar como foram realizadas pesquisas de estudo da recepção em Juiz de Fora nos últimos anos, e de forma mais específica na pós-graduação em comunicação, destacando a metodologia utilizada pelas autoras e os objetos escolhidos, assim como conceitos e entendimentos.

No levantamento realizado, identificamos cinco autoras que pesquisaram sobre a relação do público com a comunicação. São elas: Simone Martins (2009), Hideide Brito Torres (2011), Aline Silva Correa Maia (2009), Fernanda Nalon Sanglard (2012) e Bárbara Garrido de Paiva Schlaucher (2014).

A televisão é encarada pelas autoras como uma das mais importantes fontes de informações e entretenimento do povo brasileiro, e que, do ponto de vista acadêmico, vem tomando corpo como objeto de pesquisa. Nos estudos, os meios de comunicação são encarados como espaços fundamentais de criação de laços de pertencimento e identidades.

Os trabalhos têm como base as concepções sociológicas e culturais propostas respectivamente pelo Interacionismo Simbólico e pelos Estudos Culturais. Nesta teoria é possível pensar o processo de construção de identidades, são trabalhados conceitos de identidade e diferença, além dos processos de produção e circulação de sentidos e de identificação. Os estudos realizados refletem sobre a prática jornalística enquanto uma instituição cujo conhecimento produzido e veiculado socialmente interfere na percepção de realidade dos indivíduos.

As autoras dos trabalhos investigados neste subcapítulo acreditam que o receptor das mensagens midiáticas não tem um comportamento passivo, mas, ao contrário, estabelece suas próprias significações e utiliza muito dos conteúdos recebidos dos meios de comunicação para a construção de sua cultura. O telejornalismo é entendido como colaborador para a configuração dos indivíduos e, por extensão, das estruturas sociais.

Os meios de comunicação são entendidos como uma das instituições mais relevantes no processo de socialização dos indivíduos e têm papel de mediadores da realidade social. As autoras trabalham também com o conceito da televisão como parte vital do cotidiano popular, exercendo sua função de organizar o mundo e o cotidiano ao telespectador. As pesquisas realizadas identificam receptores críticos, ativos diante do processo comunicacional.

Nos trabalhos é destacada a relevância do jornalismo para a informação da população e a contribuição desse campo na oferta de material que sirva de subsídio para a

construção das identidades políticas dos cidadãos. É discutido a televisão e seu papel nos processos de (re)construção, transformação e manutenção das identidades culturais de diferentes grupos sociais, com destaque para sua função de laço social e os processos de identificação por ela suscitados.

O conceito de laço social, de Dominique Wolton (1996), está presente nos trabalhos citados. O sociólogo afirma que a televisão é assistida por todos os grupos sociais e representa um fator de integração social, criando laços de pertencimento na sociedade. As pesquisas também se voltam para o telejornalismo e suas relações com o público. Para isso, trabalham o gênero enquanto um lugar de referência para a sociedade brasileira, como proposto por Alfredo Vizeu (2009).

De um modo geral, o jornalismo é considerado pelas autoras um “campo de forças”, onde disputas internas e externas influenciam o modo com que a realidade é (re)apresentada aos sujeitos e, conseqüentemente, a (auto)imagem que os indivíduos percebem e projetam de si mesmos.

2.3.1.1 Telejornais locais

Em seu estudo, *Identidade no Telejornalismo Local: A construção de Laços de Pertencimento entre a TV Alterosa Juiz de Fora e o seu Público*, Simone Martins (2009) verifica a existência de vínculos entre o telejornalismo de produção local e o público a que ele se destina. A autora busca compreender em que medida o programa (tele)jornalístico (no caso do estudo dela, o objeto era o telejornal da TV Alterosa³) atua, efetivamente, como um lugar de referência para a sociedade juizforana. O estudo reflete acerca dos critérios de noticiabilidade utilizados na construção de cinco edições do telejornal recortadas como objeto empírico. A metodologia é a dos grupos focais para investigar o que é considerado como a audiência real do noticiário, e avaliar se aquele universo de pessoas pesquisado sentia-se representado pelo telejornal e, conseqüentemente, pela emissora. A autora percebe que o jornalismo produzido pela TV Alterosa Juiz de Fora exerce uma função de referência para seu público. Porém há divergências entre a natureza de vínculos percebidos entre os integrantes da audiência presumida por seus realizadores.

Simone Martins se baseia em autores que a permitem defender a televisão como um dos principais elos de comunicação entre os indivíduos e o mundo. A TV é encarada como um veículo de destaque na sociedade contemporânea por produzir significados sociais e

³ A TV Alterosa é uma emissora afiliada ao SBT em Juiz de Fora. Na época da pesquisa, o Jornal da Alterosa produzia uma telejornal regional, exibido em cidades da Zona da Mata e Campo das Vertentes.

culturais. A autora trabalha com o conceito da televisão como laço social, de Dominique Wolton, que pressupõe um telespectador ativo, não mais passivo, e que encontra na programação uma fonte de informação para conversas sociais. Os laços existentes entre os cidadãos de uma mesma sociedade e a influência que os meios de comunicação exercem sobre suas vidas possam ser consideradas, segundo Martins, modalidades de territorialização.

Segundo Martins, a televisão é vista como principal fonte de diversão e conhecimento para a maioria da população. E o telejornal local funciona como espaço de ação e identificação. A autora parte do pressuposto de que, em uma sociedade cada vez mais mediada, como é o caso da brasileira, os processos de identificação e construção de identidades se manifestem especialmente em torno da relação entre telespectadores e programação televisiva. Em seu estudo, Martins parte da premissa de que os efeitos de uma informação veiculada não são naturais, mas socialmente construídos a partir do peso simbólico que a mídia imputa aos fatos.

Para a autora, a questão a ser discutida nos dias atuais é como a televisão se utiliza de sua programação. Na pesquisa, Martins se utiliza de autores como Alfredo Vizeu e João Carlos Correia (2008) para abordar o “telejornal como lugar de referência para os brasileiros”; Rezende (2000) sobre a TV assumir uma condição de única via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população por ser um meio de comunicação barato e abrangente. Deste modo, para o autor, o telejornalismo representa “a principal forma de democratizar a informação”. E Dominique Wolton (2006), com o conceito de laço social, para quem o espectador, ao assistir à televisão, agrega-se a um público potencialmente imenso e anônimo, que a assiste simultaneamente. O telespectador é entendido não mais como ser passivo, mas como indivíduo capaz de procurar suas próprias respostas e alternativas, escolhendo e entendendo aquilo que querem ver, ou o que é possível ver. Wolton (2004) agrega à informação televisiva um papel democratizador de importância equivalente à educação e à saúde.

Martins parte da premissa de que, no Brasil, o noticiário televisivo se organiza “como um tipo específico de melodrama”. A autora cita Bucci (2005), que garante que o telejornalismo passou a seguir algumas regras próprias do drama, dentre elas o permanente conflito entre bem e mal, a apresentação de ‘moral da história’, a exaltação ao interior ao que lhe é próprio, e o pessimismo rebatido com otimismo.

Como metodologia, Simone Martins faz uma análise da produção da notícia – acompanha o dia a dia da redação, fala sobre critérios de noticiabilidade para depois buscar entender a recepção. A autora montou cinco grupos focais, em diferentes regiões da cidade,

baseados na premissa do que o próprio telejornal regional reconhecia como público do noticiário. Foi apresentado como proposta do trabalho de recepção traçar um paralelo sobre o que preconiza a literatura em relação ao telejornalismo de produção local, a partir da investigação do que foi veiculado pela TV Alterosa em Juiz de Fora ao longo da semana analisada, associado à realidade vivenciada por seus telespectadores e ainda à análise do processo de construção do telejornal.

Os grupos assistiram à gravação de uma edição do telejornal completa, da escalada e da matéria principal em cada uma das edições veiculadas ao longo de uma semana. Em seguida, algumas questões foram propostas para o debate. O objetivo explicitado pela autora era saber qual matéria mais chamava a atenção do público e se ele se sentia representado pelo telejornal.

Como resultado da pesquisa, Martins percebeu que o telejornal é visto como superficial e que o público sente falta de um aprofundamento nas notícias.

A autora cita Itania Gomes (2004), que revela que a maior parte das investigações sobre a recepção encontra-se destinada à mídia televisiva, o que faz com que os espectadores estabeleçam suas próprias significações e ainda construam sua própria cultura, “ao invés de sofrer passivamente os significados previamente construídos em outros momentos do processo comunicativo” (GOMES *apud* MARTINS, 2009, p.127). E corrobora com Wolton (2004) ao concluir, com os estudos da recepção, que os telespectadores não são sujeitos passivos, mas ativos, que interagem com o veículo e aprimoram conhecimento.

2.3.1.2 Telejornais nacionais

Hideide Brito Torres (2011) utiliza o Interacionismo Simbólico, à luz dos Estudos Culturais para investigar de que modo a televisão, particularmente no telejornalismo, participa nos processos de construção das identidades evangélicas e de que maneira esta representação é percebida por grupos de batistas e metodistas, que residem numa cidade do interior de Minas Gerais (Cataguases). O trabalho foi intitulado *O Telejornalismo na Construção da Identidade Religiosa: Representações evangélicas no Jornal Nacional e Jornal da Record e sua recepção por fieis metodistas e batistas*.

A metodologia utilizada por Brito foi a Análise de Discurso Francesa e a Teledramaturgia do Jornalismo, dos discursos telejornalísticos acerca dos evangélicos e suas representações no Jornal Nacional e no Jornal da Record. A autora realizou análise de matérias dos dois telejornais, como também uma série especial que abordou os evangélicos.

Por meio dos grupos focais, a autora buscou entender a autopercepção dos grupos evangélicos frente a essas representações. Foram realizados dois grupos: um com batistas e outro com metodistas. Uma matéria de cada telejornal foi exibida para cada grupo para verificar as hipóteses sobre a recepção da representação do evangélico nos dois telejornais junto a evangélicos oriundos do protestantismo histórico. Foram levantados também os hábitos televisivos desses grupos, comparando-os aos dados disponíveis sobre a realidade televisiva dos brasileiros, pontuando as peculiaridades identitárias e a relação de identidade e alteridade que estabelecem com os telejornais analisados.

Em seu estudo, Torres buscou entender os laços institucionais ou históricos das emissoras com segmentos religiosos específicos (como no caso do Jornal da Record, ligado à Igreja Universal do Reino de Deus por meio de seus acionistas). Um importante diferencial na pesquisa, destacado pela autora, é o fato de realizar a análise junto a pessoas vinculadas ao Protestantismo Histórico (batistas e metodistas), uma vez que a maioria dos estudos contemporâneos sobre mídia e religião contempla preferencialmente os chamados neopentecostais, com foco principal na Igreja Universal do Reino de Deus e similares.

A autora destaca a TV, ao lado do rádio, como a mais acessível fonte de informação e entretenimento da população brasileira. Assim como citado no trabalho de Martins (2009), Torres encara os meios de comunicação como espaços fundamentais para a criação de laços de pertencimento e identidades.

O estudo aborda os referenciais teóricos que propugnam a televisão como parte do processo de construção social das identidades. A base teórica adotada por Torres apoia-se nos conceitos de televisão como laço social (Wolton) e promessa do gênero (Jost). Estes referenciais nortearam a parte empírica da pesquisa, tanto na análise das matérias dos telejornais quanto dos conteúdos que emergiram das entrevistas dos grupos focais. Na discussão acerca da religião na televisão, foi feito um mapeamento sintético da presença dos evangélicos nos programas televisivos (novelas, programas religiosos, telejornais, etc.). A pesquisa aborda as relações entre o telejornal e sua audiência, a partir do conceito da dramaturgia do jornalismo, em Iluska Coutinho; da promessa do gênero, em François Jost; e modo de endereçamento, em Itânia Gomes.

O estudo da recepção no telejornalismo também é objeto de estudo de Aline Silva Correa Maia (2009), em *Telejornalismo e Identidade: Estudo de recepção do Jornal Nacional entre jovens da periferia de Juiz de Fora – MG*. A autora realiza um estudo de recepção do Jornal Nacional entre alunos do ensino médio de uma escola pública da periferia de Juiz de Fora. O trabalho analisa como as mensagens veiculadas no JN agem na construção identitária

da juventude suburbana, na percepção do que este grupo entende por realidade e na valorização da cidadania. A autora usa como referências autores como Hall, Bhabha e Bauman para a fundamentação sobre identidade. A investigação de Maia conclui que os jovens veem no telejornal um meio eficaz de informação sobre o Brasil e o mundo, mas debilitado no que diz respeito ao que realmente compõe o cotidiano juvenil.

A autora destaca que numerosos pesquisadores no Brasil e na América Latina se dedicam a relacionar a importância da TV na vida das pessoas, a investigar as mediações no processo de recepção televisiva, bem como a analisar o protagonismo do receptor e a leitura crítica dos meios. Ela também observa os vários estudos feitos com adolescentes, de diferentes perfis, sobre como eles recebem as informações midiáticas.

O trabalho de Aline Maia tem como ponto de partida a perspectiva dos Estudos Culturais. A autora acredita que o receptor das mensagens midiáticas não tem um comportamento passivo, mas, ao contrário, estabelece suas próprias significações e utiliza muito dos conteúdos recebidos dos meios de comunicação para a construção de sua cultura. Maia destaca que as referências advindas da narrativa televisiva colaboram para a configuração dos indivíduos e, por extensão, das estruturas sociais. E que, por outro lado, as formas de retratação da realidade, principalmente das minorias e dos assuntos que lhes dizem respeito, estão diretamente relacionadas à promoção, ou não, da cidadania.

O estudo averigua como jovens moradores de bairros da periferia recebem e fazem uso – ou não – do que é exibido no principal telejornal da emissora de canal aberto de maior audiência no Brasil, o Jornal Nacional (JN). A autora também faz uma avaliação da maneira como o JN contribui para a formação identitária da juventude de arrabalde e para a percepção do que este segmento entende por realidade. A tônica na recepção faz-se exatamente em reconhecimento aos sujeitos deste trabalho – indivíduos com sua própria história e formação social.

Maia entende os meios de comunicação como uma das instituições mais relevantes no processo de socialização dos indivíduos, e considera a televisão como parte vital do cotidiano popular, como fração orgânica da sociedade. Dentre uma população com precário hábito de leitura, o noticiário televisivo ganha status de local de orientação, ao qual homens e mulheres recorrem nas sociedades complexas a fim de obter informações para compreender seu cotidiano, seu mundo.

Como metodologia para o estudo da recepção, Maia utiliza da entrevista fechada e do grupo de discussão. 283 estudantes de uma escola estadual, entre 14 e 25 anos de idade, participaram da primeira etapa da investigação respondendo um questionário. O objetivo da

pesquisadora foi montar um breve perfil sobre o que gostam de fazer e de assistir na TV, sendo a última pergunta específica sobre se o jovem assiste ao JN. O grupo de discussão foi realizado em um segundo momento, na sala em que havia mais telespectadores do JN.

A proposta inicial do grupo focal foi inviabilizada pela condição imposta pela escola de que todos os alunos participassem da pesquisa de uma vez. A literatura sobre a metodologia orienta que participem do grupo focal um número máximo de 12 participantes. A autora, então, optou por organizar um grupo de discussão, seguindo o planejamento de um grupo focal. O grupo de discussão foi realizado na escola. O roteiro de perguntas foi elaborado a fim de favorecer a percepção de aspectos valorativos e normativos sobre o JN que servem de referência para os sujeitos juvenis. Foi exibido o primeiro bloco do Jornal Nacional do dia anterior. E posteriormente foram realizadas perguntas como “qual matéria chamou mais a sua atenção?” e “você vê o jovem da periferia representado no JN?”. Em geral, os jovens demonstraram ver no telejornal um meio importante através do qual tomarão conhecimento dos fatos do dia-a-dia.

A pesquisadora faz uma explanação sobre a vocação cidadã dos meios de comunicação e enfoca o papel do jornalismo como instrumento eficaz de divulgação dos direitos dos indivíduos. Maia utiliza da Sociologia para abarcar questões como consumo, comportamento e identidade jovens. A cidade é contextualizada, assim como a juventude juizforana.

A pesquisa de Maia revela o grupo investigado como um sujeito juvenil crítico e, em geral, avesso às representações feitas das periferias das cidades. A autora pode obter um significativo diagnóstico sobre como considerável parcela de jovens se comporta diante de um influente conteúdo jornalístico da televisão brasileira na atualidade.

A autora realiza um “estudo da audiência” ao buscar compreender, na escola, o ambiente em que os alunos frequentam e convivem entre si, e destacando situações corriqueiras. Maia também sentiu parecer claro aos jovens, mesmo para aqueles que disseram não assistir ou não gostar do Jornal, o lugar ocupado pelo JN na sociedade brasileira: o de referência, como conceituam Vizeu e Correia (2008). Ela cita também Martín-Barbero e Rey (2004), que propõem que a televisão congrega muito mais um “cenário cotidiano das mais secretas perversões do social e também da constituição de imaginários coletivos, a partir dos quais as pessoas se reconhecem” (MARTÍN-BARBERO e REY *apud* MAIA, 2009, p.126) do que os atributos de um simples instrumento de ócio e de diversão.

Fernanda NalonSanglard (2012) escreve sobre A representação da política no Jornal Nacional e a construção das identidades políticas dos jovens juiz-foranos. A pesquisa

de Sanglard objetiva compreender como o Jornal Nacional, da Rede Globo, apresenta sua cobertura política (inclusive buscando-se entender o que ele conceitua como política), e como esses discursos são apropriados pelos jovens da cidade de Juiz de Fora-MG. O trabalho parte de estudos que ainda apontam a televisão como principal meio de formação e informação da sociedade brasileira, apesar de todas as modificações sociais proporcionadas pelo maior acesso à internet. A autora destaca que o JN se mantém como o telejornal de maior alcance do país e, diante disto, avalia em que medida as visões que os jovens têm da política relacionam-se com conceitos predominantes divulgados no JN.

Sanglard leva em consideração em seu trabalho a relevância do jornalismo para a informação da população e a contribuição desse campo na oferta de material que sirva de subsídio para a construção das identidades políticas dos cidadãos.

Como metodologia, utiliza de análise de conteúdo das matérias do telejornal, num primeiro momento, e da aplicação de questionários e realização de grupo focal com estudantes de 16 a 18 anos de Juiz de Fora, numa segunda etapa. O trabalho tem a proposta de correlacionar os enquadramentos majoritários sobre a política utilizados no telejornal e os discursos e as práticas desses jovens.

O trabalho se propõe a analisar a televisão como prioritária fonte de informação de milhões de brasileiros – o que, para Sanglard, obviamente produz algum impacto na formação da opinião pública. A autora considera que a mídia contribui para constituir representações sociais, é produtora de significados e de representações da realidade. Sanglard lembra o advento da internet e faz uma revisão bibliográfica de autores que defendem a TV como elemento central nas discussões sobre mídia. É também por meio da aplicação de questionários e da realização de grupo focal que a autora verifica, entre os jovens, o papel que a televisão ainda assume como meio de informação sobre a política. A pesquisa identifica que 50% do grupo investigado tem a televisão como principal fonte de informação sobre a política.

Para o tratamento dos dados obtidos, é utilizada como instrumento metodológico a análise de conteúdo, no formato sugerido por Laurence Bardin (1977), aliada ao modelo de análise de valências e enquadramentos usado por pesquisadores que integravam o Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (Doxa), do Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ), além do método do grupo focal.

Sanglard defende que as notícias não são retratos ou reflexos fiéis da realidade, mas molduras, recortes das situações relatadas. Assim, a maneira de enquadrar os acontecimentos contribuiria para a construção da realidade, um dos conceitos trabalhados por

autores das vertentes do interacionismo simbólico e dos Estudos Culturais britânicos, que servem de alicerce para o desenvolvimento do trabalho.

A pesquisa busca verificar qual é o vínculo da juventude com a mídia e de que maneira o consumo midiático pode contribuir para a construção identitária política dessa parcela da população. A autora cita Dominique Wolton (1996), que afirma que a TV brasileira é assistida por todos os grupos sociais e representa um fator de integração social.

Como metodologia para a análise, a autora verifica quanto tempo e qual destaque foi dedicado à temática relativa à política no telejornal, quais são os enquadramentos prioritários e que valoração as notícias recebem. Uma das questões de orientação da pesquisa foi buscar saber se, assim como há indícios de que, majoritariamente, a população brasileira se refere de maneira negativa à política, o JN fez mais usos de valências negativas para tratar a temática.

A autora realiza um grupo focal com adolescentes, onde busca identificar se os discursos desses jovens sobre a política são permeados pelas ideias majoritárias repercutidas no telejornal. Sanglard se preocupa em compreender a juventude como grupo social e político para alcançar dados qualitativos que revelem a maneira como os jovens acompanham o Jornal Nacional, o que pensam da cobertura política do telejornal, bem como observar que elementos sobressaem a eles ao acompanhar algumas notícias veiculadas no período de análise.

O método do grupo focal proporciona a coleta de dados por meio da interação grupal. A escolha deste método em detrimento da entrevista em profundidade foi justificada pela autora por este último proporcionar um conhecimento mais amplo sobre a interação do indivíduo com o grupo, e não um conhecimento sobre o indivíduo em si. Algumas reportagens veiculadas durante o período de análise foram exibidas ao grupo para que fosse possível acompanhar as reações e os comentários dos integrantes da pesquisa em relação ao material apresentado.

O grupo focal é destacado pela pesquisadora como possibilitador de coleta de dados qualitativos e também por permitir a observação do comportamento grupal. Como a pesquisa envolvia a temática política e suas relações com o campo da comunicação, um dos intuitos traçados por Sanglard foi verificar se o comportamento dos adolescentes durante a discussão condizia com suas falas e de que maneira eles poderiam mudar de opinião com o propósito de concordância com as falas da maioria. Outro objetivo citado pela autora foi verificar de que forma os integrantes compreendem o fenômeno político, como percebem a participação, de que maneira participam politicamente, e se, em seus discursos, há recorrências negativas acerca da política. Também havia a intenção de entender se o tema lhes

interessava, como enxergam a cobertura dos assuntos políticos pelo telejornal e quais eram as recordações sobre o período eleitoral de 2010. Buscou-se identificar também se as principais lembranças coincidiam com os temas que receberam mais destaque no Jornal Nacional.

A reunião do grupo focal foi dividida em três momentos: discussão mais genérica sobre a política, abordagem da relação com a mídia e com o Jornal Nacional e percepções que os jovens têm sobre o sentido social do jornalismo e a respeito de as pessoas, em geral, abordarem a política de forma negativa.

Sanglard faz uso dos princípios da análise da enunciação para analisar os dados coletados no Grupo Focal. Como resultado da análise, ela destaca:

Tornou-se nítido a partir de uma leitura detalhada de toda a transcrição do grupo focal, que é incômodo para os adolescentes assumir que veem e gostam do JN. Pelo fato de o telejornal ter grande audiência e ser considerado mais “popular” do que outros telejornais da grade da Rede Globo e de outras emissoras, como a Band, alguns integrantes deixaram transparecer que assistir ao JN poderia fazer com que parecessem menos intelectualizados que os demais, provocando uma visão ruim sobre eles. (SANGLARD, 2012, p.101)

O grupo focal questionou o maior espaço dedicado pela mídia a assuntos negativos sobre o fenômeno político, mas não percebeu que os discursos adotados por eles próprios estavam carregados de sentidos que também fazem transparecer mais o lado negativo do fenômeno político.

Para Sanglard, as revelações, comentários e cobranças feitos pelos sete integrantes do grupo focal reforçam o vínculo da pesquisa também com o campo da educação e o importante papel dos meios de comunicação e da escola no processo de formação de uma sociedade mais consciente, crítica e atuante. A autora considera que falta ao jornalismo – pelo menos aquele produzido por muitos dos grandes veículos de comunicação – perceber que pode e deve exercer papel mais ativo na estimulação dos jovens a cultivar o interesse por discutir política em relação com o consumo midiático.

Em seu trabalho, *Jornalismo, identidade e narrativa audiovisual: consumo e experimentação de conteúdos telejornalísticos por jovens universitários e trabalhadores no contexto da convergência midiática* (2014), Bárbara Garrido de Paiva Schlaucher trabalha com o cenário de convergência de meios e novas tecnologias. A pesquisadora busca diagnosticar como se dá o consumo da informação noticiosa produzida em formato audiovisual para a televisão, e originalmente veiculada em telejornais, entre jovens telespectadores.

Schlaucher considera que a convergência dos meios favorece a participação e o diálogo, fazendo com que o público se relacione de modo diferente com o conteúdo veiculado

por empresas jornalísticas. A autora busca compreender os processos de experimentação de conteúdos jornalísticos na era digital.

A pesquisa pretendeu apontar como jovens trabalhadores e jovens estudantes de jornalismo consomem/ experimentam a informação telejornalística na era da convergência midiática, partindo do pressuposto de que essa geração de telespectadores/usuários não mais se submete ao fluxo televisivo da mesma maneira que seus antecedentes. O trabalho de Schlaucher busca também identificar as críticas em relação ao conteúdo jornalístico veiculado na TV aberta brasileira e verificar quais formatos e narrativas audiovisuais do gênero despertam o interesse dos futuros jornalistas/consumidores. Para isso ela utiliza, como metodologia, o estudo da recepção.

Schlaucher parte do pressuposto de que o advento de novas tecnologias possibilitaram um fluxo mais intenso de informação através de múltiplas plataformas. Esse cenário representaria uma transformação cultural, já que agiria sobre as percepções de tempo e espaço dos indivíduos, reorganizando suas vidas em torno de mensagens enviadas e recebidas, cada vez mais abundantes. A autora refere-se ao contexto atual, quando muitas pessoas se declaram “viciadas em tecnologia”, passando parte considerável do dia habitando dois mundos, o “real” e o “virtual”, o contato com os meios de comunicação e seus referenciais vem crescendo exponencialmente, assim como as possibilidades de uma postura mais ativa e participativa por parte dos consumidores. O rápido acesso a uma quantidade abundante de informação muda a forma como o jornalismo é experimentado, deixando ao alcance das mãos recursos e ferramentas de interação e produção de conteúdos.

Como o estudo da recepção é o foco do trabalho, a autora se propõe a averiguar quais formatos e narrativas atrairiam a atenção dos sujeitos: que fatores relacionados aos produtos jornalísticos apontados como preferenciais e/ou mais consumidos pelos jovens pesquisados promoveriam uma relação de proximidade e identificação com o universo juvenil? Para a autora, esse diagnóstico permitiria evidenciar quais aspectos, sejam eles relacionados ao conteúdo, ao meio e/ou à recepção, colaborariam para o estabelecimento de vínculos entre telejornais e jovens, ainda que em diferentes suportes.

A autora também trabalha com a crítica dos jovens quanto ao conteúdo noticioso televisivo e se eles se veem representados nos telejornais.

Uma das justificativas pela escolha por se trabalhar com jovens é o modo como esses sujeitos já estão habituados ao cada vez mais recorrente processo de apropriação de conteúdos por parte do público e ao cenário “multi” – multimídia, multiplataforma,

multitarefa, etc –, aspectos a cada dia mais experimentados no cotidiano dos jovens telespectadores.

A metodologia utilizada para a realização do estudo foi a pesquisa bibliográfica, a aplicação de questionários e a uma sessão de grupo focal. Schlaucher relata que os dados obtidos com os questionários ajudaram a traçar o perfil dos respondentes e a conhecer melhor suas rotinas de consumo de informação, com destaque para a experimentação de conteúdos telejornalísticos. A realização de entrevistas fechadas e de um grupo focal, segue a tendência atual, conforme aponta Orozco Gómez (1996), de combinar abordagens quantitativas e qualitativas a fim de angariar tipos distintos de conhecimento acerca do mesmo objeto.

Oito jovens participaram do grupo focal. Na sessão foi exibido um vídeo com trechos de programas de cunho jornalístico da TV aberta brasileira, com passagens, offs, entrevistas, reportagens com participações de jovens, vídeos para web, etc, de diferentes formatos e de diferentes emissoras.

Schlaucher utiliza de uma abordagem construcionista, com base nos Estudos Culturais e no Interacionismo Simbólico, e trabalha conceitos de identidade e diferença, além dos processos de produção e circulação de sentidos e de identificação. A autora reflete sobre as identidades culturais no contexto da modernidade tardia, enfatizando o papel dos meios de comunicação como mediadores da realidade social – com destaque para o jornalismo e, mais especificamente, o telejornalismo. A autora discute a televisão e seu papel nos processos de (re)construção, transformação e manutenção das identidades culturais de diferentes grupos sociais, com destaque para sua função de laço social e os processos de identificação por ela suscitados. A pesquisa trabalha o telejornalismo enquanto um lugar de referência para a sociedade brasileira, como proposto por Alfredo Vizeu (2009).

Schlaucher reflete acerca das mudanças nos hábitos de consumo de informação por parte do público nesse cenário de convergência dos meios de comunicação, e pensa nos esforços dos telejornais para manter a audiência e fidelizar a nova geração de telespectadores/usuários. A juventude é entendida pela autora enquanto uma construção social.

Schlaucher destaca que o atual cenário de convergência é ainda um terreno instável até mesmo para os jovens participantes do encontro, nativos digitais.

O grupo, visto como um todo, não consegue abordar a relação do público, em especial, da audiência juvenil, com os telejornais, seja por meio da TV ou de outros suportes, de modo claro e consistente. Ao mesmo tempo em que os telejornais caem no “descrédito” e a televisão perde a nova geração de telespectadores para a internet e suas infinitas possibilidades de acesso à informação (tele)jornalística, o lugar de

referência do telejornalismo brasileiro (VIZEU, 2009) é reforçado no discurso dos participantes, de modo que a “culpa” para o afastamento recaísse não só sobre os programas “de 50 anos atrás”, mas sobre a própria juventude e seus processos cognitivos. (SCHLAUCHER, 2014, p.199)

Ao entender a audiência sendo formada por sujeitos ativos, a autora corrobora com Orozco Gómez (1996) quando o autor aponta o estudo de recepção como uma das principais ferramentas para se conhecer a identidade dos indivíduos que compõem as audiências e investigar os fenômenos midiáticos contemporâneos. É importante ressaltar que o sujeito receptor, no caso, o jovem, é considerado um agente social, membro de uma cultura em sua múltipla interação com a televisão. Schlaucher percebe a queda de audiência do telejornalismo e o crescimento da busca por informação na web.

2.4 INTERAÇÃO ENTRE RECEPÇÃO E MEIOS

Neste capítulo buscamos fazer um levantamento dos estudos da recepção realizados a partir da década de 1980 – momento em que eles ganham força. Antes disso, desde o início do século, a relação entre os veículos midiáticos e o público já era objeto de investigação. Mas este receptor era visto como passivo e manipulado.

Até os anos 1970, os estudos da comunicação de massa e o modo de entender o receptor foram guiados por influências dos paradigmas positivista e marxista, de onde derivaram os enfoques funcionalista e crítico, respectivamente. O funcionalismo concebe a comunicação massiva como instrumento para alcançar metas específicas. A teoria crítica tem a comunicação de massa como mera reprodutora das relações econômicas. As duas perspectivas encaram a recepção como um “lugar de chegada e nunca um lugar de partida, isto é, também de produção de sentido” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p.41).

A mudança na forma de concepção desta audiência teve como marco os Estudos Culturais. Associados à sociologia e à antropologia, os estudos da recepção passaram a incorporar uma dimensão cultural e o receptor foi entendido como ativo no processo comunicacional. O leitor participativo efetua ‘negociações de sentidos’ e trabalha com a hegemonia não mais imposta, mas negociada (MARTÍN-BARBERO, 1997).

A teoria teórico-metodológica de Jesús Martín-Barbero teve grande influência nos estudos da recepção na América Latina. O pesquisador propõe um deslocamento analítico dos meios às mediações. A busca é por compreender a complexidade da experiência cultural nas sociedades contemporâneas. Os meios deixam de ser tratados como um aparato ou

instrumento e passam a ser entendidos como constitutivos das práticas sociais. Para Martín-Barbero, a comunicação é um lugar estratégico para se pensar a sociedade, e a instância da recepção é um lugar estratégico para se repensar a comunicação.

Concomitante a este pensamento, mas não baseado nele, e no mesmo período, pesquisadores brasileiros passam a buscar entender o receptor mergulhando no cotidiano em que ele está inserido, no seu ambiente doméstico e familiar. No Brasil, Carlos Eduardo Lins da Silva (1985) e Ondina Fachel Leal (1983) realizam estudos da recepção a partir de análises do comportamento da audiência após o contato com o conteúdo televisivo.

É também neste período que surgem os estudos da etnografia da audiência, partindo do pressuposto de que o acesso ao simbólico parte do comportamental. A etnografia propõe uma análise profunda e uma descrição densa dos fenômenos socioculturais para extrair interpretações do discurso social e examinar como a cultura se traduz nas práticas cotidianas. Estes estudos extrapolam o método de análise quantitativo para entender como os sujeitos entendem o mundo.

Percebemos, neste capítulo, que os estudos da recepção têm utilizado a perspectiva teórica latino-americana e trabalham com as mediações como foco de análise. Percebe-se que os meios de comunicação fazem parte da cultura e da construção ou reforço das identidades contemporâneas. A identidade cultural é, também, um importante fator mediador na relação das pessoas com os meios de comunicação, garantindo processos de negociação com os conteúdos massivos provenientes de outras realidades e contextos culturais. Os pesquisadores passaram a se utilizar de metodologias qualitativas de investigação, por meio de pesquisa empírica da audiência.

Ao entendermos o destaque dos meios de comunicação nas sociedades complexas, nosso estudo trabalha, então, com a importância do telejornal na vida dos brasileiros. Seriam eles os responsáveis por permitir aos cidadãos a compreensão dos fenômenos sociais. Alfredo Vizeu e João Carlos Correia (2008) entendem o telejornalismo como um lugar de referência para os brasileiros muito semelhante ao da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo. O telejornal funciona como referência de estabilidade e segurança para as pessoas no mundo que as cerca, atuando como um espaço que oferece informação não só sobre o ambiente que nos envolve, mas também sobre o mundo que foge de nosso contato pessoal.

A televisão funciona como ordenadora da vida social, das rotinas familiares. Travancas a entende como uma espécie de “relógio social” que organiza as rotinas, destaca os rituais e enfatiza os papéis da vida familiar (TRAVANCAS, 2007).

Com o surgimento de novas tecnologias, mídias e formas de subjetivação, emerge a necessidade de revisitar conceitos e métodos utilizados acerca do estudo do receptor. Novos trabalhos têm refletido sobre a recepção em tempos de internet, com base nos Estudos Culturais e na Cibercultura.

Entender como são feitos os estudos da recepção e, principalmente, compreender como o receptor se posiciona frente às informações recebidas pelos meios, nos permite ter mais clareza quanto ao processo comunicacional. Afinal, a comunicação se dá no entendimento do receptor, que traz consigo uma carga de conhecimento própria que interfere na interpretação da mensagem recebida.

O estudo deste capítulo possibilita reforçar a importância da televisão como “laço social” de uma sociedade, destacando, assim, a importância em estudá-la como meio e, principalmente, como produtora de conteúdo que será mediado pelo receptor.

3 TELEVISÃO PÚBLICA BRASILEIRA

Principal meio de informação de grande parcela dos brasileiros, a televisão tem um papel fundamental para a consolidação da democracia para diversos autores, entre eles Dominique Wolton.

(..) a televisão torna-se indissociável da democracia de massa e repousa sobre a mesma aposta: respeitar o indivíduo e prover ao cidadão, isto é, ao espectador os meios de compreender o mundo em que ele vive. Por tudo isso, a televisão é em nossas sociedades uma questão tão importante quanto a educação, a saúde ou a defesa. Por tudo isso é que ela é uma das grandes conquistas da democracia. (WOLTON, 1996, p. 15)

Em um país no qual a televisão assume um lugar de grande relevância, a criação da Empresa Brasil de Comunicação, em 2007, trouxe a proposta de promover a participação da sociedade civil na programação e oferecer mecanismos para o desenvolvimento de uma consciência crítica do cidadão. A EBC surgiu como uma complementação ao sistema de radiodifusão brasileiro – a complementariedade de sistema privado, estatal e público está previsto na Constituição.

Inserida em um contexto de hegemonia do modelo comercial de jornalismo e de concentração dos meios de comunicação, a proposta da televisão pública é se diferenciar do modelo privado, calcado em interesses particulares e comerciais. A importância de produção audiovisual não estruturada pelos parâmetros de audiência, exclusivamente, foi apontada por autores como Carlos Eduardo Lins da Silva.

Está fora de dúvida que a direção do conteúdo da programação da televisão é dada pelas frações da burguesia que detêm o controle do poder econômico e, dependendo da circunstância histórica, do poder político da sociedade. Também é evidente que a maior parte das mensagens transmitidas pela TV são ideologizadas pela burguesia (não numa operação maquiavélica e conspiratória como alguns visualizam, mas como produto da própria dinâmica social). Essa ideologização ocorre na televisão, como também ocorre na Família, na Escola, na Igreja, em qualquer instituição social disseminadora de valores, sendo que a maior ou menor participação relativa de valores diversos ou antagônicos aos da classe hegemônica depende da correlação de forças existente no interior de cada uma dessas instituições e na sociedade como um todo. (LINS DA SILVA, 1985, p. 54)

Nas emissoras de televisão de exploração não comercial ganha destaque o telejornalismo público, que se propõe a oferecer ao cidadão o direito à comunicação. Além do direito à informação, os espectadores também teriam um espaço para ter sua voz e imagem difundidas.

Para garantir o cumprimento dessas promessas, A TV Brasil, gerida pela EBC, deveria ter independência editorial, distinguindo-se dos canais estatais ou governamentais, com conteúdos diferenciados e complementares aos canais privados. Porém, a emissora é financiada pelo repasse de verba do Governo Federal. A autonomia do conteúdo da TV Brasil é questionada pela mistura de atribuições públicas e governamentais da EBC (já que ela também é responsável pela produção de programas da Secretaria de Comunicação do Governo Federal) e pela escolha de cargos de confiança pela Presidência da República.

Com a mudança da lei de criação da EBC, por meio de uma medida provisória em 2016, estes questionamentos sobre o caráter público da emissora foram aflorados, principalmente após a extinção do Conselho Curador, importante órgão de fiscalização do canal. Por outro lado, a permanência da Ouvidoria é um ponto de resistência, além de diálogos promovidos com universidades e a sociedade civil organizada.

No decreto de criação é destacada a finalidade da EBC, a de prestação de serviços de radiodifusão pública com a observação de alguns princípios como complementar os sistemas público, privado e estatal e promover a cultura nacional com estímulo à produção regional e à produção independente. Outra finalidade da EBC é promover a participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando a pluralidade da sociedade brasileira. Como objetivo, o decreto destaca: oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional; desenvolver a consciência crítica do cidadão mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania; fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação; cooperar com os processos educacionais e de formação do cidadão.

Como destaca Martín-Barbero, “a imprensa participou do outorgamento de cidadania às massas urbanas” (1997, p. 242). As pessoas dependem dos meios de comunicação, do jornal mural às mídias sociais, para ter ciência dos fatos (ou do relato feito sob a ótica do meio ou empresa).

Os integrantes do Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais da UFJF vêm investigando, desde 2010, aspectos acerca da qualidade do telejornalismo na TV Brasil. Um dos aspectos destacados é a, ainda, baixa representação dos cidadãos no canal em relação aos canais comerciais, sendo necessário oferecer aos populares um papel mais central nas narrativas veiculadas. “Por se tratar de um telejornal público, o diálogo com as instituições

representantes da sociedade civil organizada deveria ser privilegiado, podendo dessa forma se diferenciar de fato dos telejornais comerciais” (MEIRELLES e BRAGA, 2013, p. 64)

É percebido entre os pesquisadores que a TV Brasil ainda é semelhante ao modelo de televisão comercial, inclusive no formato dos programas e na forma de abordagem dos conteúdos.

A TV Brasil, como emissora de televisão pública deveria possibilitar a difusão de diferentes vozes, imagens e sons, produzidos segundo uma diversidade de princípios editoriais de tal modo que a pluralidade de opiniões e perspectivas fosse construída a partir da experimentação do direito de comunicar, em um canal público. (COUTINHO, 2013, p.27)

Com o estudo do consumo de mídia do telejornal público pretendemos entender como a proposta da televisão pública é percebida pelo telespectador. Entender de que modo o público se apropria das informações veiculadas pelo telejornal na construção de novas narrativas. Nesse sentido entende-se que para compreender a relevância da informação na TV pública é importante levar em conta a experiência sociocultural dos receptores. Como argumenta Carlos Eduardo Lins da Silva:

(...) a mensagem que a indústria cultural transmite, embora tenha significação por si, aquela que seus autores, ao final de uma operação em que avultam contradições e conflitos, resolvam apor-lhe, só adquire significação definitiva quando é consumida e reelaborada pelo público, sendo que tal reelaboração é influenciada muito fortemente pela classe social a que pertencem as pessoas e às condições concretas de vida em que elas se encontram. (SILVA, 1985, p. 50)

A televisão geralista, na qual a televisão pública está inserida, é defendida por Dominique Wolton como “um fator de integração social e identidade coletiva para um país novo, com uma mistura eclética de populações, com ideias, origens, valores e religiões de todos os tipos” (1996, p. 111). O autor defende a televisão como um formidável instrumento de abertura para o mundo, que constitui o laço social de uma comunidade nacional.

Wolton defende que “o público constitui uma das grandes incógnitas da televisão desde o seu princípio, portanto, conhecê-lo melhor para melhor dominá-lo é um desafio decisivo”. Para o autor, uma das grandes forças da televisão é a própria incerteza do encontro entre a oferta e a demanda, afinal “não é porque todo mundo vê a mesma coisa que a mesma coisa é vista por todo mundo!” (1996, p. 72).

Essa ideia do receptor gerar seu próprio vocabulário é tratada também na tese de Jesús Martín-Barbero (1997). De acordo com o autor, cada receptor gera sua própria sintaxe e cada mensagem é recodificada dentro do universo cultural do público, construindo posicionamentos diferentes. A comunicação não é tanto “discutir para se chegar a um acordo

ou consenso”, mas compartilhar o comum, precisamente o que temos em comum, conforme preceitos de Martín-Barbero.

É neste sentido que pretendemos entender com este estudo o lugar do telejornalismo público no cotidiano do telespectador.

Os telejornais e programas jornalísticos nesse sentido deveriam ter como premissa e/ou promessa promover uma melhor compreensão da realidade, tornando mais próximo e efetivo, seu entendimento e apropriação pelos telespectadores. Estes deveriam ser compreendidos e representados nas reportagens como cidadãos e também como grupo social. Além disso, mais do que informações descontextualizadas, os telejornais públicos deveriam contribuir com a oferta de conhecimento cotidiano e formação de espectadores e, assim, estimular sua autonomização. (COUTINHO, 2013, p. 29).

Neste capítulo abordamos a hegemonia da televisão no Brasil, com caráter comercial, e a tentativa de construção de uma televisão que atenda aos anseios da sociedade com a oferta de uma comunicação que permita várias vozes, com autonomia de interesses econômicos e políticos. A televisão pública nacional nasce com essa proposta e, como era de se esperar, enfrenta resistência e encontra dificuldades para se firmar.

O Brasil tem como referência em telejornalismo público a TV Cultura de São Paulo, a Fundação Roquete Pinto – ex-TVE Rio, e as emissoras regionais denominadas, em geral, TVs educativas. Tais emissoras são berço para a criação da TV Brasil, primeira televisão pública com alcance nacional no país.

De um modo geral, as emissoras públicas são carregadas da conotação de “chapa-branca” pelos vínculos oficiais existentes entre os canais de comunicação e o governo. A TV Brasil surge com a proposta de ser independente destas amarras financeiras com mecanismos dispostos na lei de criação que buscavam esta garantia de autonomia.

Mas a empresa que ainda estava se consolidando tem a lei de criação alterada em 2017, após publicação de uma Medida Provisória no ano anterior, pelo presidente Michel Temer. A mudança na lei foi criticada por diversos segmentos da sociedade civil, entidades, jornalistas e políticos, que denunciaram o desmonte da TV de campo público e o retrocesso ao vínculo direto com o Governo Federal, se caracterizando como uma televisão estatal.

3.1 CENÁRIO AUDIOVISUAL NO BRASIL: A HEGEMONIA DA TV COMERCIAL E A BUSCA PELA VOZ DO CIDADÃO

Desde a implantação da TV Tupi de São Paulo, em 1950, até a constituição da primeira rede de televisão brasileira, então com transmissão terrestre, a operação das emissoras de televisão no Brasil sempre esteve associada à exploração comercial, ainda que

muitas vezes com o patrocínio do Estado, um dos principais anunciantes ao longo da história da TV brasileira.

A televisão em nosso país é comercial mas a concessão do canal é pública. O Estado, por meio da concessão, impõe obrigações legais e constitucionais. Grupos privados comandados por políticos, famílias e igrejas concentram a Radiodifusão no Brasil. Segundo Eula Dantas Taveira Cabral (2015), são cinco conglomerados nacionais que atingem quase 100% do território brasileiro com seus veículos de rádio e TV.

Tal concentração interfere na diversidade e na pluralidade do conteúdo exibido no país – o que é corroborado pela ausência de regulação dos meios de comunicação. Além disso, observa-se que os dispositivos legais não são cumpridos. Cabral (2015) cita Anamaria Fadul para reforçar a afirmação da existência do

grande poder de concentração dos grupos que atuam na radiodifusão, descumprindo o parágrafo 5º do artigo 220 da atual Constituição que proíbe o monopólio e oligopólio e o Código Brasileiro de Telecomunicações (1962) que determina que o grupo ou pessoa não pode ter participação em mais de 10 emissoras de TV no país, sendo cinco, no máximo, em VHF. (CABRAL, 2015, p.2)

Ainda segundo a autora, a Rede Globo é o principal grupo, atingindo o país inteiro com suas emissoras, retransmissoras e geradoras. Em seguida, aparecem SBT, Record, Bandeirantes e Rede TV!

A televisão é o meio de comunicação que atinge o maior número de brasileiros. Na Pesquisa Brasileira de Mídia 2016⁴, feita pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República, a TV é mencionada pela quase totalidade da amostra. Pouco mais de três quartos dos entrevistados assistem TV todos os dias da semana. O acesso é mais frequente entre segunda e sexta-feira, e o tempo médio de acesso supera três horas diárias. As emissoras da TV aberta são as mais assistidas, principalmente a Rede Globo.

A Globo, segundo o levantamento, é mencionada por 56% dos entrevistados na primeira menção e 73% quando se consideram dois canais mais assistidos. A TV Cultura não é mencionada como a primeira opção e aparece com 1% ao considerar a segunda menção. A TV Brasil aparece com 0% de menção dos entrevistados na pesquisa.

Mesmo a mídia não tendo total domínio sobre seus receptores, uma vez que não se pode considerá-los passivos (MARTÍN-BARBERO, 1997), não dá para negar que um meio hegemônico como é a televisão exerce influências importantes em seus telespectadores, ainda

⁴ Pesquisa Brasileira de Mídia 2016. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>.

que em graus diferentes, levando-se em conta a individualidade de cada um. A televisão pode criar alguns consensos, que podem ser culturais ou até mesmo políticos.

Em vista disso, pode-se perceber o importante papel da televisão na sociedade e a necessidade de se pensar com mais cuidado o que é transmitido por estes meios. O que acontece no Brasil é que os veículos de comunicação televisiva não respeitam os princípios básicos da Constituição, que prevê que os meios de comunicação não sejam monopolizados e garantam os direitos dos cidadãos. O Artigo 221 da Constituição Federal deixa claro o dever que as emissoras, tanto de rádio quanto de TV, têm de oferecer à população um serviço de utilidade pública:

Art. 221 A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:
 I – preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
 II – promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
 III – regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei (Constituição Brasileira).

Mas não é isso que verificamos ao assistir os principais canais da TV aberta nacional. Por serem emissoras de caráter comercial, a preocupação com conteúdos culturais, com foco na formação da cidadania não ocupam o espaço que deveriam.

Aqui, a programação baseia-se na lógica do mercado, sempre em busca de audiência. As emissoras de exploração comercial, como o próprio nome sugere, são financiadas principalmente pela publicidade e assim, trazem em seus conteúdos muito mais o incentivo ao consumo que a construção da cidadania. (BRAGA, 2015, p.3)

O fator econômico é uma força importante na atividade jornalística. Enquanto o pólo ideológico define o jornalismo como um serviço público, o jornalismo é feito em empresas que, na sua esmagadora maioria, têm como objetivo os lucros; o que acaba definindo as notícias como uma mercadoria que vende jornais ou que consegue um bom alcance de audiência. O jornalismo tratado como negócio é abordado também por Traquina (2005). Segundo a teoria organizacional exposta pelo autor, as empresas precisam ser economicamente viáveis, sendo suas principais receitas provenientes das vendas e da publicidade. Este espaço ocupado pela publicidade intervém diretamente na produção do produto jornalístico. Na televisão, a publicidade impõe, sobretudo, a lógica das audiências, seguindo a lógica “mais audiências, mais receitas publicitárias”.

Assim sendo, o conteúdo televisivo pode ser influenciado pela dimensão econômica: são incluídos no noticiário os acontecimentos noticiosos que julgam ser do maior interesse para o maior número de público. Temos aqui o problema do sensacionalismo no jornalismo, acentuado ainda mais pela lógica da concorrência. A

procura do lucro poderá levar a empresa jornalística à crescente utilização de critérios econômicos, nomeadamente o recurso às técnicas de marketing. Aqui a lógica é vender brinquedos, vídeos, enciclopédias, etc., e não informação. (TRAQUINA, 2005, p.158)

Porém as emissoras nacionais não assumem este posicionamento comercial e apresentam seus produtos jornalísticos como imparciais e voltados ao interesse público. Os reais interesses das empresas ficam mascarados em meio ao discurso de isenção das notícias. Alguns autores destacam os padrões de manipulação usados pela grande imprensa. Para Perseu Abramo (2016), um destes padrões é a fragmentação – a imprensa seleciona o que considera ser um fato jornalístico e o divide em particularidades de acordo com a linha editorial do órgão de imprensa.

Nada mais atual do que a ocultação total, parcial ou de aspectos da realidade; a fragmentação nas edições; a inversão da relevância das informações ou a mais primitiva descontextualização dos acontecimentos – práticas observadas hoje em cada página do jornal diário, da revista semanal e nos noticiários das emissoras de rádio e de TV. (ABRAMO, 2016, p.32)

Abramo (2016, p.43) destaca que a informação, o dado, a declaração, isolados como particularidades de um fato, perdem o seu significado original e real, e podem receber um outro significado, diferente e mesmo antagônico ao significado real original.

A sociedade brasileira vem cada vez mais percebendo as linhas editoriais das emissoras de televisão no país. Tal afirmação pôde ser percebida nas manifestações políticas recentes, em que o povo ocupa as ruas e, entre as demandas colocadas, aparece a crítica à interferência política e à comunicação tendenciosa de alguns veículos de comunicação – o principal deles a Rede Globo, por ser a maior emissora nacional.

A sociedade espera que a ação jornalística não se vincule a algum interesse particular, e pune com a perda da credibilidade os veículos que se distanciam do interesse público e se atrelam a este ou aquele particularismo. E a prova mais evidente para o telespectador é a livre divulgação dos conflitos particulares. Os interesses conflitantes precisam ser amplamente conhecidos para que haja uma remodelação constante da opinião pública, que se manifesta no sistema democrático. (BARBEIRO, p.50, 2002)

A discussão e busca por um meio de fazer televisão no Brasil de maneira mais democrática é antiga e começou a tomar forma em 2007 com o I Fórum Nacional de TVs Públicas organizado pelo então Ministro da Cultura, Gilberto Gil. Os debates ofereceram diretrizes para implantação da rede de TV Pública, conciliando não só os interesses da Radiobrás e da TVE Brasil, mas também das TVs educativas, universitárias, legislativas e comunitárias já existentes e em funcionamento.

O documento final do Fórum resultou na Carta de Brasília. Na cerimônia de encerramento, o Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, sinalizou que o formato da nova rede ainda não estava pronto, mas adiantou que “ela não será chapa branca, não será refém da audiência – como acontece com o sistema comercial – e se dará a partir da fusão das estruturas hoje sob administração do governo federal” (Lula *apud* Intervozes, 2007)⁵.

O documento final defende uma rede editorialmente independente de mercados e governos que estimule a formação crítica do cidadão e valorize a produção independente e regionalizada, expressando a diversidade de gênero, étnico-racial, de orientação sexual, regional e social do Brasil. O caráter autônomo deve ser garantido por uma gestão democrática a partir da criação de um conselho a ser composto majoritariamente por representantes da sociedade civil. O texto indica que o financiamento será feito por múltiplas fontes, tendo como uma de suas pernas uma participação significativa do governo e a criação de fundos não-contingenciáveis.

A carta defende a multiprogramação (transmissão de várias programações dentro de um mesmo canal) como modelo para a televisão pública e coloca a necessidade de garantir neste processo espaço na televisão aberta para os canais do campo público, na época restritos ao cabo (emissoras legislativas, universitárias e comunitárias).

As emissoras do campo público no Brasil são formadas pelas TVs educativas, canais de acesso público regulamentados pela Lei de TV a cabo (universitários, legislativos e comunitários), emissoras estatais e pela TV Brasil – gerida pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e primeira emissora pública de alcance nacional.

Tais emissoras são consideradas públicas, mas possuem características diferenciadas como nos lembra Coutinho: "Apesar de terem em comum o fato de apresentarem-se como contraponto à TV de exploração comercial, estes canais possuem características muito diferenciadas no que refere-se à construção, consolidação, à própria identidade percebida socialmente" (COUTINHO, 2013, p.22). A autora lembra que as emissoras educativas presentes em diferentes estados e municípios brasileiros possuem formas distintas de exploração e funcionamento.

A TV Cultura de São Paulo é apontada em pesquisas da área como uma das referências em telejornalismo público brasileiro. Gerida pela Fundação Padre Anchieta e por um Conselho Gestor, se aproxima do modelo de TV estatal em função de sua forma de financiamento. A instituição é custeada por dotações orçamentárias e por recursos próprios.

⁵ Matéria publicada pelo Portal Intervozes em 11 de maio de 2007. Exibido em: <<http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=18362>>.

Esse caráter de vinculação com o governo estadual pode comprometer a autonomia financeira e editorial das emissoras educativas. Há casos em que grupos privados possuem a licença para a operação dos canais educativos, como em Juiz de Fora (MG):

A TVE, canal 12, de Juiz de Fora, que foi a primeira emissora educativa não governamental do país, exibe atualmente uma pequena grade de programação local, muitos programas reprisados da TV Cultura, TV Brasil e Rede Minas, algumas atrações locais produzidas através de projetos de professores da Universidade Federal de Juiz de Fora, mas também veicula programas da Igreja Universal do Reino de Deus e atrações que podem ser incluídas no gênero de colonismo social, o que caracterizaria uma privatização do sistema público. (Coutinho e Musse, 2012, p.8)

Algumas estruturas estatais carregam vícios administrativos de décadas, o que dificulta a tarefa de implantar uma televisão pública que, efetivamente, seja democrática, cidadã e cumpra a função social de um meio de comunicação.

3.2 TELEVISÃO PÚBLICA NO BRASIL: CONCEITOS, ANÁLISES E NECESSIDADE DE MUDANÇAS

Na busca por compreender como seria a definição de televisão pública no Brasil e um entendimento de como o assunto vem sendo tratado pelos pesquisadores da área nós realizamos uma pesquisa exploratória de trabalhos apresentados ao Grupo de Pesquisa (GP) Telejornalismo, GP Televisão e Vídeo e GP Políticas e Estratégias de Comunicação presentes nos anais dos congressos da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) nos anos de 2010 a 2015. Como uma maneira de sistematizar o conhecimento produzido, optamos pelos GPs mencionados acima por tratarem da temática do televisual e pelos conceitos de “televisão” e “jornalismo” serem temáticas previstas na ementa dos grupos. Coube ao estudo identificar e analisar o conceito de televisão pública, os objetos mais analisados quando o assunto é comunicação pública, a metodologia empregada e os autores e publicações mais citados.

O primeiro passo para a execução do presente levantamento foi ler os resumos e palavras-chaves de todos os artigos publicados nos anais da Intercom, nos anos de 2010 a 2015 nos GP Telejornalismo, GP Televisão e Vídeo e GP Políticas e Estratégias de Comunicação, a fim de identificar quais trabalhos abordavam questões ligadas a televisão pública, telejornalismo público, comunicação pública, democratização da informação. Foram encontrados 40 artigos relacionados ao tema, entre 396 trabalhos publicados nos GPs escolhidos nos últimos cinco anos. O número de pesquisas voltadas para o tema representa 10% do que vem sendo estudado em telejornalismo, televisão e comunicação.

Em 2014, 85 artigos foram publicados nos três Grupos de pesquisa. Destes, apenas oito abordavam a temática sobre televisão pública – o que representa 9,4% do total. Se compararmos a incidência do tema durante os cinco anos analisados, percebemos que o percentual de estudo sobre comunicação pública apresenta um leve aumento a partir de 2011. A porcentagem salta de 5,3% em 2010 para 10,8% em 2011.

Nestes cinco anos, 396 artigos foram apresentados nos Grupos de Pesquisa de Telejornalismo, Televisão e Vídeo e Políticas e Estratégias de Comunicação. Destes, 40 se referiam ao tema televisão e comunicação pública, o que representa 10,1% do total.

Na análise qualitativa buscamos identificar como é definido o conceito de TV Pública pelos autores dos artigos. Nossa intenção era descobrir se há clareza neste conceito e se ele é empregado de forma semelhante entre os autores. Durante a leitura dos textos, buscamos destacar como os autores trabalhavam com o conceito de televisão e comunicação pública. Para uma análise mais detalhada, optamos por focar nos trinta trabalhos que abordavam diretamente o conceito de “televisão pública”. Com essa escolha, excluimos dez trabalhos que definiam “comunicação pública” ou outros termos.

É importante ressaltar que, nesta análise, o conceito de televisão pública abrange televisões educativas, universitárias e comunitárias. No Brasil, as principais TVs Públicas são a TV Brasil, pertencente à Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e a TV Cultura, mantida pela Fundação Padre Anchieta (SP).

A rede pública de televisão brasileira ergueu-se assentada nas emissoras integrantes do Sistema Educativo de Televisão, conforme destaca Pedro Luiz Osório (2013)⁶. Como características do campo público, levantadas pelo autor, tem-se a participação da sociedade, a indicação dos dirigentes dessas emissoras, domínio sobre a grade de programação com programas que podem estar comprometidos com a geração de conhecimento e com a cultura. As emissoras públicas podem operar em rede, se isso lhes for viabilizado, livres das imposições publicitárias e comerciais que asfixiam as produções e conteúdos regionais.

AriellyKizzy Cunha (2013)⁷ considera que as TVs Educativas devem ofertar informações úteis para formação de saberes, a fim de acumular conhecimento ao indivíduo, fomentando a autonomia e a inserção social. Cunha apresenta em seu artigo alguns objetivos

⁶ Artigo “A centralidade do sistema público de TV’s para a implantação do marco regulatório da comunicação”, de Pedro Luiz Osório, apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus – 2013.

⁷ Artigo “Modelo de processo de produção de conteúdo em emissora universitária de TV digital”, de AriellyKizzy Cunha, apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus – 2013.

da TV educativa destacados por Carvalho (2013): (1) trabalhar para o bem da sociedade, educando, informando e entretendo; (2) buscar a inclusão social, a defesa de pluralidade e das minorias, a formação da identidade cultural; (3) promover o respeito à inteligência, à sensibilidade e ao espírito crítico; (4) repudiar estímulos ao consumo e a formas de violência.

Alguns autores, como Cunha (2013) e Bento (2014), entendem que o conceito de televisão educativa engloba as TVs universitária e comunitária. Gibran da Rocha Bento (2014)⁸ se vale da definição da Associação Brasileira da Televisão Universitária (ABTU) sobre TV Universitária, como toda aquela que é produzida ou coordenada por uma Instituição de Ensino Superior, com programação voltada estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania, seja esta difundida por canal aberto, fechado ou mesmo pela internet. Paula Regina Puhl, Aline Streck Donato e Jeferson Saldanha Ramos (2011)⁹ conceituam televisão universitária como aquela produzida por Instituições de Ensino Superior (IES) e transmitida por canais de televisão (abertos ou pagos) e/ou por meios convergentes (satélites, circuitos internos de vídeo, Internet, etc.), voltadas estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania. Ana Silvia Lopes Davi Médola (2011)¹⁰ acredita que uma TV universitária carrega a ideia de que reflete em grande medida as atividades constitutivas do mundo da academia, da formação profissional, do desenvolvimento da pesquisa, da disseminação do conhecimento destinado à melhoria da qualidade de vida, enfim, de aspectos relativos à universidade enquanto instituição.

Como desafio das TVs Universitárias, Cunha (2013) destaca os poucos recursos financeiros destas televisões que apenas trabalham com apoio cultural. Por consequência as equipes são reduzidas e os fluxos de processos acabam por ser sobrecarregados em poucos funcionários e, portanto, mais lentos. Bento (2014) encontra como problema a falta de autonomia. Para o autor, enquanto emissora estatal, suas transformações são lentas e sua programação é alheia à concorrência e despreocupada com a audiência.

Ana Silvia Lopes Davi Médola (2012)¹¹ define que uma emissora de uma instituição de ensino e pesquisa deve se colocar como lugar de investigação e experimentação

⁸ Artigo “Uma análise das TV’s universitárias federais da região centro oeste”, de Gibran da Rocha Bento, apresentado no XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu – 2014.

⁹ Artigo “Notícia com afeto: a televisão universitária como agente de construção das identidades”, de Paula Regina Puhl, Aline Streck Donato e Jeferson Saldanha Ramos, apresentado no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife – 2011.

¹⁰ Artigo “Produções e estética dos conteúdos televisivos em ambiente de convergência: o caso da TV Unesp”, de Ana Silvia Lopes Davi Médola, apresentado no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife – 2011.

¹¹ Artigo “Regimes de interação e sentido em programas interativos na TV Unesp”, de Ana Silvia Davi Médola, apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza – 2012.

nas áreas de comunicação, ciências da computação e ciências da informação com foco no aprimoramento científico capaz de apontar caminhos para a comunicação na sociedade da informação. Para Puhl, Donato e Ramos (2011) existe um aprofundamento do conteúdo na TV universitária, uma informação de qualidade, nem sempre encontrado na tevê aberta. As principais características do jornalismo público seriam o comprometimento com o interesse público, considerando o telespectador como um cidadão e não apenas como um consumidor de notícias.

Autores como Antonio Brasil e Cárilda Emerim (2012)¹² acreditam que, diferentemente do telejornal exibido diariamente nas emissoras comerciais ou no mercado profissional, o telejornal universitário é um espaço aberto ao treinamento e a experimentação de novas propostas produtivas. A universidade e as tevês universitárias poderiam ser estimuladas a trabalharem com a experimentação laboratorial de novas fórmulas para um telejornalismo mais criativo, propondo uma alternativa às redes tradicionais de emissoras trazendo o estudante para dentro do telejornal, na produção e na audiência.

Um dos artigos analisados destaca a dificuldade encontrada pelas TVs Comunitárias. Segundo Adilson Vaz Cabral Filho e Paula Guimarães Ribeiro Pontes (2011)¹³, as TVs Comunitárias existiam de modo precário, isolado e informal até o surgimento da Lei de TV a Cabo 8977/95. Sem fundo de apoio por parte do Estado, sem a possibilidade de verbas publicitárias de caráter público, os autores citam que tais iniciativas surgem de maneira autônoma.

As emissoras do campo público no Brasil constituem-se nas TVs educativas: canais de acesso público regulamentados pela Lei de TV a cabo (universitários, legislativos e comunitários), emissoras estatais e pela EBC (TV Brasil).

A TV Cultura de São Paulo é uma das referências em telejornalismo público. Gerida pela Fundação Padre Anchieta, ela foi criada pelo Governo do Estado de São Paulo – o que a aproxima do modelo de TV estatal, devido a sua forma de financiamento. Segundo Iluska Coutinho (2013)¹⁴, em várias outras localidades esse caráter de vinculação com o governo estadual é ainda mais direto, o que pode comprometer a autonomia, financeira e editorial das emissoras. Para Coutinho, para de fato serem consideradas públicas, as emissoras

¹² Artigo “Rede nacional de telejornais universitários: uma proposta na internet”, de Antonio Brasil e Cárilda Emerim, apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza – 2012.

¹³ Artigo “A apropriação do processo regulatório da digitalização do rádio e da TV por parte de iniciativas de comunicação comunitária no estado do Rio de Janeiro”, de Adilson Vaz Cabral Filho e Paula Guimarães Ribeiro Pontes, apresentado no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife – 2011.

¹⁴ Artigo “Do telejornal público como um direito: a oferta de informação na TV Brasil como potencialidade para comunicar as diferenças”, de Iluska Coutinho, apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus – 2013.

devem ter independência política e administrativa e possibilitar a difusão de diferentes vozes, imagens e sons, produzidos segundo uma diversidade de princípios editoriais de tal modo que a pluralidade de opiniões e perspectivas fosse construída a partir da experimentação do direito de comunicar, em um canal público. A autora volta a defender a hipótese de que o telejornalismo público constitui-se em um direito, social, de acesso a uma informação televisiva que pode ser diferenciada pela promessa de incluir diferentes atores, grupos, coletivos em espaços audiovisuais.

O modelo de apresentação do telejornal da TV Cultura, que se caracteriza por discorrer e comentar quase todos os assuntos veiculados na edição do telejornal, é analisado por Thaize Ferreira Macedo e Adriana Tigre Lacerda Nilo (2013)¹⁵. Diante desta análise, as autoras trazem a perspectiva do papel da televisão pública, cuja missão educativa e cultural baseia-se no fomento à discussão mais ampla dos temas tratados.

Para Bruna Vieira Guimarães (2011)¹⁶, a TV Cultura depende financeiramente do governo, mas deve possuir autonomia intelectual, administrativa e editorial. A autora destaca também a TV Brasil, emissora pública do país administrada pelo Governo Federal, que propõe uma programação de natureza informativa, cultural, artística, científica e formadora da cidadania.

A TV Brasil foi criada em 2007, durante o governo Lula, por meio de uma medida provisória. A emissora conta com a participação da sociedade civil no controle de sua gestão e programação. A televisão pública não é orientada pela lógica comercial. Pelo menos não deveria ser. Christina Ferraz Musse e Mila Barbosa Pernisa (2011)¹⁷ definem que para o Jornalismo Público, mais do que estabelecer um receituário de regras rígidas, o desafio é encontrar diferenciais capazes de oferecer alternativas às mesmices de linguagem e agenda editorial. Musse e Pernisa defendem que há que se buscar permanentemente a abordagem de temas que dizem respeito à qualidade de vida, à promoção da cidadania, aos processos públicos e ao enriquecimento cultural, com o enfoque voltado para o interesse público e não exclusivamente para o indivíduo.

¹⁵ Artigo “A opinião como perspectiva de abordagem nos TJS JN e JC: análise contrastiva da cobertura à comissão de direitos humanos e minorias da Câmara”, de Thaize Ferreira Macedo e Adriana Tigre Lacerda Nilo, apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus – 2013.

¹⁶ Artigo “Jornalismo cultural na televisão: o caso do programa Metrópolis da TV Cultura”, de Bruna Vieira Guimarães, apresentado no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife – 2011.

¹⁷ Artigo “A construção simbólica da identidade mineira no telejornal da Rede Minas”, de Christina Ferraz Musse e Mila Barbosa Pernisa, apresentado no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife – 2011.

Mas há uma dificuldade entre os pesquisadores em diferenciar o sistema público do estatal. Para Mariana Martins de Carvalho (2010)¹⁸, a criação da TV pública no Brasil com o início da EBC, vem com problemas e desencontros conceituais. A autora repudia o senso comum dos profissionais da área e dos políticos que consagrou que a comunicação estatal é aquela que “defende o ponto de vista do governo” e a pública é aquela que “dá voz à sociedade”. Segundo Carvalho, a comunicação pública estaria dividida entre os veículos institucionais, que seriam canais destinados aos poderes da República para que os mesmos pudessem prestar contas da sua atuação à sociedade e também ter retorno de demandas; e os canais públicos generalistas, que teriam uma programação plural, seriam geridos por conselhos e prezariam pela representação diversa da sociedade bem como a promoção dos demais direitos humanos e sociais.

Pedro Luiz Osório (2013) reconhece que o setor integrado pelas TVs públicas e, por extensão, a radiodifusão pública, ainda carece de um conceito revestido de universalidade adequada à realidade brasileira. Pedro Henrique Falco Ortiz (2010)¹⁹ afirma que não há modelo definido de televisão pública no Brasil, mas a considera um elemento fundamental para a democratização das comunicações. O autor cita modelos de televisão pública de outros países e destaca a britânica BBC. Ortiz defende que uma televisão pública deve garantir independência de gestão e sustentabilidade de recursos em relação ao Estado, aos governos e ao mercado. “As diretrizes de gestão, programação e a fiscalização dessa programação da TV Pública devem ser atribuição de órgão colegiado deliberativo, representativo da sociedade, no qual o Estado ou o Governo não devem ter maioria” (Carta de Brasília).

Em 2007, a Carta de Brasília, documento produzido no 1º Fórum Nacional de TVs Públicas, listou preceitos que caberiam a uma emissora pública. Para Raul Mourão e Iluska Coutinho (2013), em “O público na TV: discussões em rede nacional para a afirmação do sistema público no Brasil”, as proposições convergem com o que já foi apresentado por Jorge Duarte e Martín-Barbero, como ser um canal que favorece a formação crítica do indivíduo para o exercício da cidadania e da democracia, a expressão das diversidades, a produção independente e regional, além de ser autônoma em relação ao governo e ao mercado e não ser orientada estritamente por critérios mercadológicos, mas não deve se abster de buscar o maior número possível de telespectadores.

¹⁸ Artigo “Considerações sobre o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal de radiodifusão”, de Mariana Martins de Carvalho, apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul – 2010.

¹⁹ Artigo “Perspectivas e desafios na consolidação do campo público de televisão no Brasil”, de Pedro Henrique Falco Ortiz, apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul – 2010.

A criação da Empresa Brasil de Comunicação é destacada por Pedro Leonardo Alonso Buriti e Juliano Maurício de Carvalho (2012)²⁰ como importante avanço da democratização. Os autores defendem que os canais públicos federais devem firmar suas políticas, com seus pilares fundados nos princípios da Constituição Federal: construção da cidadania, fortalecimento da democracia e participação da sociedade. A constituição de um sistema de comunicação com diretrizes voltadas à participação da sociedade civil e à inclusão social, entre outros objetivos, torna-se assim um direito adquirido a ser garantido pelo Estado.

A iniciativa da criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) é vista por Juçara GorskiBrittes (2012)²¹ como uma tentativa de promover uma rede de comunicação pública. A autora indica necessidade de mudança no marco regulatório, proposta na I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), em 2009. Entre as várias recomendações de alteração na legislação, foram destacadas as relativas à regulamentação do Artigo 221 da Constituição Federal, que estabelece como prioridade para a programação das emissoras de rádio e televisão as finalidades educativas, artísticas, informativas e culturais e institui como diretrizes a promoção da produção regional e independente.

Para Ruth Reis (2011)²², somente no último governo Lula, produz-se uma reforma mais intensa no sistema de comunicação pública, reorganizando-se as estruturas existentes e culminando na criação da Empresa Brasileira de Comunicação –EBC e a TV Brasil (a partir de parte do sistema de TVs educativas existente), numa tentativa de dar realidade ao sistema público de comunicação preconizado na Constituinte de 1988. Reis destaca que a missão do comunicador na esfera do Estado é zelar para a produção de uma comunicação que tenha como sentido o acesso à cidadania e o compartilhamento de todas questões de interesse público, favorecendo a participação e o relacionamento do Estado com os cidadãos.

Os autores analisados concordam que a TV Brasil – único canal público nacional, - foi criado com o intuito de suprir a lacuna no sistema de radiodifusão brasileiro. Mas muitos destacam que a TV ainda está em fase de estruturação e adequação. Alana Meirelles, em seu artigo “A narrativa construída na TV Brasil: uma análise do programa *Brasilianas.org*”, apresentado em 2014, define que a TV Brasil ainda não atingiu sua legitimidade social como um canal de TV de fato público, já que ainda não é (re)conhecido como tal. Para a autora, a

²⁰ Artigo “EBC e Conselho Curador: os embates enfrentados para consolidação do campo público”, de Pedro Leopoldo Alonso Buriti e Juliano Maurício de Carvalho, apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza – 2012.

²¹ Artigo “Estudo comparativo sobre políticas públicas de comunicação na América Latina”, de Juçara GorskiBrittes, apresentado no XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza – 2012.

²² Artigo “Lutas sociais pela democratização da comunicação e comunicação pública: biografias de dois mundos paralelos e seus pontos de convergências”, de Ruth Reis, apresentado no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Recife – 2011.

mistura de atribuições públicas e governamentais da Empresa Brasil de Comunicação (já que ela também é responsável pela produção de programas da Secretaria de Comunicação do Governo Federal) e a escolha de cargos de confiança pela Presidência da República acabam gerando questionamentos em relação a sua independência. Por outro lado, Meirelles destaca que a existência de órgãos de fiscalização como o Conselho Curador e a Ouvidoria, além de diálogos promovidos com universidades e a sociedade civil organizada, contribuem para manter um certo nível de autonomia do canal. A autora acredita que um veículo de comunicação público deva possibilitar a expressão de outras ideologias políticas e socioeconômicas.

O fato da TV Brasil ainda ser vista no Brasil como “o canal do governo” é citado pelas autoras Iluska Coutinho, Allana Meirelles e Roberta Braga Chaves (2012), em “Telejornalismo público: notas sobre a construção de uma prática e um conceito”. As emissoras públicas são consideradas pelas autoras uma alternativa mais plural em relação aos outros padrões, em que o princípio maior seja de fato o interesse público, oferecendo informação de qualidade, isenta e plural, assim como promovendo o diálogo e a representação dos cidadãos.

A mídia pública assume um papel diferenciado das emissoras comerciais. Espera-se que a relação entre mídia e sociedade se torne de fato dialógica e ultrapasse os limites da comunicação unilateral. Tal afirmação é destacada por Iluska Coutinho e Rebeca Trece de Almeida (2014), no artigo “Observando o Observatório: a crítica de mídia como espaço para o (tele)jornalismo opinativo na TV pública”, em que as autoras esperam que o conteúdo oferecido pela televisão pública seja fundamentado na pluralidade e na profundidade das abordagens para o estabelecimento de um legítimo compromisso com a democratização da informação.

A necessidade da televisão pública ser plural é também destacada por Fabiana da Costa Pereira e Maria Ivete Trevisan Fossá (2014), no artigo “Análise Textual de Material Audiovisual: uma metodologia para estudo de programação de TV comunitária”. As autoras relatam que as tevês comunitárias não são subsidiadas pelo Governo Federal, portanto devem sobreviver com apoios culturais e institucionais. As autoras defendem que as práticas de gestão e a programação do canal comunitário devem traduzir posturas de cunho coletivo, facilitar a participação ampliada do cidadão e das organizações que o representam em todos os níveis, assim como disponibilizar programas voltados para o desenvolvimento da educação, da cultura e da cidadania, sempre colocando o interesse público acima dos interesses particulares e de grupos.

A busca pela qualidade no telejornalismo público é abordada e analisada por José Tarcísio Oliveira Filho e Iluska Coutinho. No artigo publicado em 2014, “Discutindo Conceitos e Propostas: uma análise da qualidade no telejornalismo brasileiro”, os autores reforçam que a TV Pública deve se distanciar dos interesses Estatais por meio da transparência, ética, garantia de financiamento e independência em relação ao mercado e a intervenção do Estado no conteúdo. Para os autores, as emissoras públicas, por serem custeadas pela sociedade, devem ter como linha guia o interesse público. Oliveira Filho e Coutinho destacam as citações de Barbero (2002) e Fernández (2002), de que a televisão faz parte do desenvolvimento democrático de um país. Neste conceito, a televisão assume papel de dialogar com a população, promover a cultura e criar condições para a formação do cidadão crítico.

Como a TV pública nacional no Brasil ainda é recente, alguns dispositivos podem ajudar nessa busca pela qualidade e pelo o que deve realmente ser o telejornalismo público. Um agente de mudança na gestão pública, destacado por alguns autores, é a Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação. A missão da Ouvidoria é assegurar a diversidade, a transparência, a eficácia e a participação do público. Raul Mourão (2014) estuda a Ouvidoria da EBC em seu artigo “O público na TV? Análise do programa da Ouvidoria da Empresa Brasil de Comunicação” e destaca que, o sistema público, se cumpridas suas obrigações, contribuirá para a formação cidadã, para questionar paradigmas comunicacionais e servir como referência. Para tanto, o autor reforça que é necessário ultrapassar diversas barreiras, como fortalecer as autonomias financeira e editorial, aprimorar a qualidade técnica e de conteúdo, garantir a participação social e a influência na programação.

Estas barreiras podem ser uma das responsáveis pela baixa audiência da televisão pública brasileira. Francisco Machado Filho e Mayra Fernanda Ferreira (2012) lembram que a história da TV pública no Brasil, sempre foi marcada por aspectos que a distanciavam de uma grande audiência. No artigo “TV pública e TV privada no Brasil: caminhos opostos na migração digital”, os autores destacam que questões políticas, técnicas e objetivos mal formulados imprimiram nas emissoras públicas a imagem de uma televisão de baixa qualidade, com ingerência de políticos e um papel social muito aquém daquilo que um dia se propôs a fazer – que seria ser um veículo em conformidade com os interesses públicos e livre da influência do mercado publicitário.

Mas o fato de não depender da audiência não significa que a emissora pública não deva buscar meios de atingir o público, “já que ela só faz sentido se, de fato, comportar-se como meio de representação e diálogo” (Coutinho, Meirelles e Chaves, 2012).

A implantação da televisão digital pode ser uma oportunidade da TV pública alcançar um lugar de destaque dentro do cenário audiovisual brasileiro, conforme destaca Filho e Ferreira (2012), seja pelo incremento da qualidade da imagem transmitida, ou pela disposição do governo em utilizá-la como instrumento de inclusão digital.

Para Graciele Barroso, Karla Rossana Noronha e Marcel Vieira Barreto Silva (2013)²³, em tempos de implantação da TV Digital e fortalecimento dos canais por assinatura, é preciso resgatar a função da TV pública, que é de ofertar uma programação acessível, gratuita e de qualidade para todos os públicos. Barroso, Noronha e Silva abordam que, por se tratar de meios autônomos de mercados e governos, as televisões públicas aparecem como cenários propícios para testes de novas linguagens e formatos e para fomentar a narrativa transmídia, como uma forma de atuar a favor da liberdade de expressão e do jornalismo colaborativo. Em se tratando de televisão pública, os autores defendem que é preciso pautar o que interessa à sociedade, tratar as audiências de forma ética e respeitosa, entendendo que o público é mais do que consumidor, é também cidadão.

Leire Mara Bevilaqua e Ricardo Polettini (2010)²⁴ definem que o Jornalismo Público age movido pela certeza de que a informação é um bem precioso (um meio de “educação permanente”), de posse do qual o receptor compreende melhor a realidade que o circunda, forma juízos, reconsidera posições e se abre para o resto da humanidade.

Haymone Neto (2010)²⁵ aborda que não existe no Brasil um documento que norteie a política editorial do jornalismo praticado na televisão pública, mesmo com a EBC em pleno funcionamento. O autor destaca que o site da TV Brasil na internet diz que um dos compromissos da TV pública é com o direito à informação, tão importante quanto os outros direitos da cidadania. A TV Brasil se apresenta como oferecedora de informação de qualidade, isenta, pluralista e confiável em sua linha de telejornais em programas jornalísticos, se dizendo empenhada em oferecer informação completa e objetiva, desprovida de opinião, oferecendo os elementos para que cada cidadão possa tirar suas próprias conclusões.

²³ Artigo “Televisão pública e narrativa transmídia: aproximações possíveis”, de Graciele Barroso, Karla Rossana Noronha e Marcel Vieira Barreto Silva, apresentado no XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Manaus – 2013.

²⁴ Artigo “Mapeamento de competências na produção jornalística da Televisão Universitária Unesp”, de Leire Mara Bevilaqua e Ricardo Polettini, apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul – 2010.

²⁵ Artigo “Para a construção de uma política editorial de caráter público para um telejornal da TV Universitária de Pernambuco”, de Haymone Neto, apresentado no XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul – 2010.

O telejornal de maior destaque na TV Brasil é o Repórter Brasil, exibido de segunda a sábado. Roberta Braga Chaves e Iluska Coutinho (2013) acreditam que o Repórter Brasil, enquanto telejornalismo público, ainda tem muito a avançar. Para as autoras, não se faz algo novo com base no velho ou, em outras palavras, não se faz telejornalismo público seguindo os padrões dos telejornais de tevês comerciais. Tal posicionamento está presente no artigo “Fontes e público: quem faz parte do Repórter Brasil?”. A diferenciação do telejornalismo público do comercial estaria nos assuntos de interesse público, na maior inserção do cidadão, na busca por ser mais isento e não atender a nenhum interesse particular desta ou daquela parcela da sociedade.

Roberta Braga (2014)²⁶ acredita que a web poderia contribuir para a quebra de barreiras como a baixa qualidade do sinal da TV Brasil ou seu pouco conhecimento, como alternativa de informação, assim, quanto mais pessoas tiverem acesso ao material produzido pelo Repórter Brasil, melhor ele vai cumprir seu papel como um telejornal de uma TV Pública.

É consenso entre os autores de que a televisão pública ainda tem muito a evoluir no Brasil. Os autores entendem que televisão pública diz respeito ao direito social de acesso a uma informação televisiva que pode ser diferenciada pela promessa de incluir diferentes atores. Pelo conceito expresso nos trabalhos analisados, a TV pública deve fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação (comunicação) e o incentivo a produção regional. Espera-se que a TV pública seja mais democrática.

Alguns autores, como José Tarcísio da Silva Oliveira Filho e Iluska Coutinho, citam que o telejornalismo público pode ser confundido como subordinado aos interesses estatais. Aguiar (2013) utiliza-se do estudo do pesquisador em direito da Universidade de São Paulo, Ericson Meister Scorsim, para afirmar que “um critério essencial para a caracterização da televisão pública é a independência diante do poder público, assegurada mediante a participação e o controle social” (Ibidem, p. 181).

A sobrevivência da televisão pública é garantida por recursos repassados pelo Estado ou pela sociedade. A gestão é acompanhada por representantes da sociedade civil, através de Conselhos Curadores, e o interesse público deve nortear a produção. Como meio autônomo de mercados e governos, a televisão pública é destacada por autores como Graciele

²⁶ Artigo “Repórter Brasil e sua relação com o público via facebook: uma análise discursiva a partir das redes sociais”, de Roberta Braga, apresentado no XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Foz do Iguaçu – 2014.

Barroso, Karla Rossana Noronha e Marcel Vieira Barreto Silva (2013) como um cenário propício para testes de novas linguagens e formatos e para fomentar a narrativa transmídia, já que o público teria livre acesso para produção e circulação de conteúdos.

A televisão pública é colocada pelos trabalhos como uma alternativa à televisão comercial, com caráter eminentemente privado, e à concentração da radiodifusão no Brasil já destacados por diversos autores como Mattos (2000), Ramos (2007), Brittos e Bolaño (2007).

Para Francisco Machado Filho e Mayra Fernanda Ferreira, a história da TV pública no Brasil, sempre foi marcada por aspectos que a distanciavam de uma grande audiência. Questões políticas, técnicas e objetivos mal formulados imprimiram nas emissoras públicas a imagem de uma televisão de baixa qualidade, com ingerência de políticos e um papel social muito aquém daquilo que um dia se propôs a fazer, ou seja, ser um veículo em conformidade com os interesses públicos e livre da influência do mercado publicitário.

Quanto à formação do campo público de televisão, vários autores destacam que as suas delimitações e definições tiveram como fato desencadeador a publicação da Lei do Cabo, viabilizando a criação da TV Câmara, da TV Senado, da TV Justiça, das TVs legislativas, universitárias e comunitárias. Em 1999, em Assembleia Geral da entidade realizada em Porto Alegre, a ABEPEC, Associação Brasileira de Emissoras Públicas e Educativas, criou a Rede Pública de Televisão, “com a proposta de mostrar a riqueza da diversidade e pluralidade cultural do País, preservando as raízes, tradições e as particularidades dos habitantes de cada um dos Estados”.

Essa rede pública de televisão, portanto, ergueu-se assentada nas emissoras integrantes do Sistema Educativo de Televisão. Apontada como uma das referências em telejornalismo público, a TV Cultura de São Paulo é gerida pela Fundação Padre Anchieta e por um Conselho Gestor, mas em função de sua forma de financiamento aproxima-se do modelo de TV estatal. A TV Cultura é citada pela maioria dos autores como a primeira emissora pública do país. Porém, há divergências. Pedro Luiz Osório atribui o pioneirismo à TV Universitária de Recife, criada em 22 de novembro de 1968.

Braga e Coutinho, AriellyKizzy Cunha, entre outros autores destacam que “apesar de não serem privadas, as TV’s educativas não atendiam todas as necessidades dos cidadãos como o direito à voz, inclusão e informação de qualidade. Seu caráter era genuinamente pedagógico” (BRAGA e COUTINHO, 2013). Além das definições de tevês educativas, outros autores trabalham os conceitos de tevês comunitárias e universitárias. Fabiana da Costa Pereira e Maria Ivete Trevisan Fossá lembram que as tevês comunitárias não são subsidiadas pelo Governo Federal, portanto devem sobreviver com apoios culturais e institucionais para

cobrir suas despesas. As autoras citam Peruzzo (2007), que acredita que o canal comunitário deva colocar “o interesse público acima dos interesses particulares e de grupos” (2007, p. 111).

A Associação Brasileira da Televisão Universitária (ABTU) define a TV Universitária como toda aquela que é produzida ou coordenada por uma Instituição de Ensino Superior, com programação voltada estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania, seja esta difundida por canal aberto, fechado ou mesmo pela internet. A entidade entende que não deve haver um modelo padronizado de tevê universitária, por acreditar que assim estaria replicando o modelo comercial de comunicação e desconsiderando a autonomia de cada entidade para construir seu próprio projeto de acordo com as características do seu contexto.

Modelos de televisão pública existem em vários países, principalmente na Europa em que a tevê nasceu pública, portanto este modelo já se encontra consolidado. No Brasil a implantação da TV pública com abrangência nacional é recente. Com a aprovação da Medida Provisória 398 de 10 de outubro de 2007, posteriormente substituída pela Lei 11.652, de sete de abril de 2008, instituíram-se os princípios e objetivos de radiodifusão pública no país e foi constituída a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) gestora da TV Brasil. A TV Brasil começou a veicular sua programação no dia 2 de dezembro de 2007, buscando, segundo o site da TV na internet, ser uma TV pública independente e democrática, dando oportunidade àqueles que não têm voz na TV comercial.

A emissora, gerida pela EBC, é financiada pelo repasse de verba do Governo Federal e apresenta condições estruturais que limitam em certa medida a sua autonomia. A mistura de atribuições públicas e governamentais da EBC (já que ela também é responsável pela produção de programas da Secretaria de Comunicação do Governo Federal) e a escolha de cargos de confiança pela Presidência da República acabam gerando questionamentos em relação a sua independência. Por outro lado, a existência de órgãos de fiscalização como o Conselho Curador e a Ouvidoria, além de diálogos promovidos com universidades e a sociedade civil organizada, contribuem para manter uma certa independência editorial.

A criação da emissora veio carregada de críticas de vários setores da sociedade civil, principalmente do setor da radiodifusão comercial que afirmava ser um desperdício de investimento público, visto que a indústria televisiva comercial no Brasil já cumpria o papel de incentivo à cultura e à informação, conforme destacaram Coutinho, Francisco Machado Filho e Mayra Fernanda Ferreira.

O I Fórum Nacional de TVs Públicas, em 2007, reuniu segmentos bastante representativos da sociedade em geral e da produção audiovisual, elaborando importantes diagnósticos e propostas para um sistema público de televisão. Em 2009, a segunda edição do Fórum trouxe à pauta outras importantes discussões para o aperfeiçoamento do que havia sido proposto e criado a partir do I Fórum. O evento resultou na carta de Brasília, documento que listou preceitos que caberiam a uma emissora pública. As proposições convergem com o que já foi apresentado por Jorge Duarte e Martín-Barbero, como ser um canal que favorece a formação crítica do indivíduo para o exercício da cidadania e da democracia, a expressão das diversidades, a produção independente e regional, além de ser autônoma em relação ao governo e ao mercado e não ser orientada estritamente por critérios mercadológicos, mas não deve se abster de buscar o maior número possível de telespectadores (LIMA, 2012, p.219-222).

Em termos institucionais, a emissora afirma posicionar-se a favor da pluralidade, da visão heterogênea sobre um país e que se afirma como não limitada pelo poder governamental e nem ao econômico em contraposição, neste caso, às emissoras comerciais (TV BRASIL, 2013). Raul Mourão destaca tentativas de aproximação com o público, como a presença da Ouvidoria da EBC por meio de um programa, na época desta análise fora do ar, denominado O Público na TV. O autor aborda a missão da Ouvidoria de “ser um agente de mudança na gestão pública assegurando a diversidade, a transparência, a eficácia e a participação”, fundamentada nos valores de “promoção da participação pública”, “construção da cidadania”, “representação da sociedade” e “transparência da comunicação pública” (EBC, 2013, p. 77).

Mas a necessidade de mudança e de melhora na qualidade da produção de conteúdo para que seja considerada de fato pública é também destacada nos artigos. Os autores defendem que a TV Brasil, como emissora de televisão pública, deveria “possibilitar a difusão de diferentes vozes, imagens e sons, produzidos segundo uma diversidade de princípios editoriais de tal modo que a pluralidade de opiniões e perspectivas fosse construída a partir da experimentação do direito de comunicar, em um canal público” (COUTINHO, 2013).

Também é destacada a necessidade de se trabalhar pela audiência, não visando o lucro, mas na busca pelo telespectador, representantes de cidadãos mais bem representados. A

participação da sociedade deve ser estimulada. Há ainda a baixa abrangência da TV Brasil devido ao sinal que chega a poucos lugares, sendo o canal pouco conhecido pela população²⁷.

Aliado a estas dificuldades, os autores destacam o não interesse da grande mídia no desenvolvimento de uma televisão pública no país, baseada em um discurso de autointeresse e calcado em uma ideologia liberal.

Analisando todos os conceitos e definições apresentados nos artigos, existe uma unanimidade entre os autores de que a TV pública deve ser autônoma e possibilitar a expressão de outras ideologias políticas e socioeconômicas. Ela deve buscar a qualidade, se distanciando dos interesses Estatais por meio da transparência, ética, garantia de financiamento e independência em relação ao mercado e a intervenção do Estado no conteúdo. As emissoras públicas são custeadas pela sociedade e devem ter como linha guia o interesse público, a promoção de cultura e a formação do cidadão crítico. A TV pública seria um espaço para atender o direito à cidadania de todos os setores da população, assim como reconhecer a diversidade social e cultural que compõe a nação contemporânea, com suas mesclas e hibridações culturais. Seria um espaço de expressão de todos, inclusive de minorias ou mesmo da maioria marginalizada.

3.2.1 Obras e autores que subsidiam o conceito de televisão pública

Ao mapear os autores que oferecem subsídio aos trabalhos sobre televisão pública, os mais citados no corpo dos artigos são Henry Jenkins (citado em 6 artigos), Jesús Martín-Barbero e César Ricardo Siqueira Bolaño (citados em 5). Outros autores apareceram em quatro artigos, entre eles: Eugênio Bucci, Yvana Fachine, Stuart Hall, Murilo César Ramos e Dominique Wolton.

Fizemos também um levantamento dos autores descritos nas referências bibliográficas. Bolaño e Iluska Coutinho aparecem oito vezes nas referências. A publicação de Coutinho, “Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG” é citada por três diferentes artigos. O trabalho de Bolaños e Brittos, “TV Pública, Políticas de Comunicação e Democratização: movimentos conjunturais e mudança estrutural” foi utilizado em dois artigos.

Merece destaque a publicação de Henry Jenkins, “A cultura da convergência”, presente em seis trabalhos. O autor Raymond Williams é referência para seis artigos, sendo

²⁷ Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 indica a audiência da TV Brasil abaixo de 1%. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>.

que em três com o livro “*Television: technology and cultural form*”. Outros autores citados em quatro trabalhos são Murilo César Ramos, Jorge Duarte, Eugênio Bucci, Manuel Castells, Yvana Fachine, Stuart Hall, Nelson Traquina, Sebastião Squirra e Dominique Wolton. Jesús Martín-Barbero é referência para cinco artigos, com as obras “Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia” e “Televisão Pública, Televisão Cultural: entre a renovação e a invenção”.

3.2.2 Como se pesquisa televisão pública

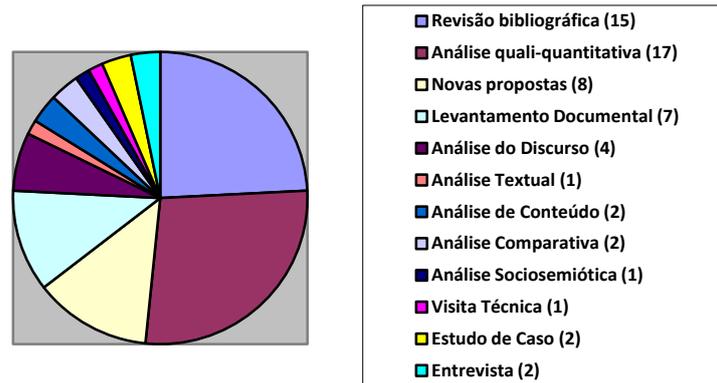
Nesta pesquisa sobre televisão pública, destacamos quais os objetos mais analisados pelos pesquisadores e qual a metodologia utilizada. Nos artigos que tratavam diretamente de televisão pública buscou-se identificar os objetos analisados e, em seguida, classificá-los em categorias. As mais encontradas foram Programa de TV (14), Programação TV / grade (8), Interatividade com Programas de TV (3) e Página na Internet de Programa de TV (1).

Os programas de TV mais analisados foram os exibidos pela TV Brasil, representando 47% do total encontrado. O telejornal Repórter Brasil, da TV Brasil, foi objeto de três pesquisas durante o período selecionado. Dois programas da TV Cultura foram objeto de análise: Jornal da Cultura e Metrópolis. O Jornal Minas, da Rede Minas, foi objeto de um artigo. Os outros programas de TV consistiam em telejornais ou programas de TVs universitárias.

Doze, dos quinze programas analisados, eram de jornalismo; dois infantis e um de cultura. Os infantis eram exibidos pela TV Unesp – Projeto Animecos e Giramundo. O programa cultural Metrópolis ia ao ar pela TV Cultura.

A programação da TV Unesp, universitária, foi objeto de três pesquisas. Também foram analisadas nos artigos a programação da TV Brasil e de TVs universitárias e comunitárias, além de duas rádios comunitárias. A interatividade também foi objeto de três trabalhos. Os autores estudaram a interação entre o Jornal da Cultura e a Segunda Tela e a interatividade proporcionada pelo programa infantil Animecos, da TV Unesp. A página na internet, no facebook, do Repórter Brasil apareceu como objeto em um artigo.

O gráfico abaixo destaca a metodologia mais empregada nos estudos sobre comunicação pública.



Ao se analisar programas de televisão, a metodologia mais utilizada pelos pesquisadores foi a análise quali-quantitativa do objeto (17), sendo uma delas análise comparativa. Também foram feitas revisões bibliográficas, levantamento documental e entrevista semi-estruturada. A metodologia mais utilizada ao se analisar a programação da TV foi a revisão bibliográfica seguida da análise textual, de conteúdo, quali-quantitativa e proposição de novas ideias. No caso da interatividade nos programas, a metodologia empregada nos trabalhos foi análise do objeto e comparativa. Na pesquisa sobre a página no Facebook do Repórter Brasil, a metodologia empregada foi análise crítica do discurso.

3.2.3 Desafios da TV pública e necessidade de avanço

Em tempos de implantação da TV Digital e fortalecimento dos canais por assinatura, é importante repensar as perspectivas da televisão pública no Brasil. A digitalização demanda altos custos, já que interfere no modo de fazer e ver TV, e para as emissoras mantidas com recursos públicos (e escassos) o desafio é a manutenção, sendo que novas tecnologias demoram a ser implantadas (BRITTOS, BOLAÑO, 2007). Já a segmentação do público com os canais por assinatura inaugura mais uma forma de exclusão: as pessoas com poder aquisitivo migram para as segmentadas e as menos favorecidas continuam sujeitas à TVs abertas, que tendem a baixar significativamente a qualidade das programações (BOLAÑO, 2004). Nesse sentido, é preciso resgatar a função da TV pública, que é de ofertar uma programação acessível, gratuita e de qualidade para todos os públicos.

As pesquisas analisadas neste trabalho destacam que um passo importante a ser dado pela televisão pública é quebrar as regras e os padrões, mesmo que no princípio, tal ruptura cause estranheza. Como dito por Braga e Coutinho, “não se faz algo novo com base no velho ou, em outras palavras, não se faz telejornalismo público seguindo os padrões dos telejornais de tevês comerciais”.

Segundo Brittos e Bolaño (2008, p. 01) embora a criação da TV Brasil “[...] represente, em si, um avanço democrático na organização da mídia no país, não elimina a necessidade de mudanças estruturais profundas, no sentido da democratização do sistema brasileiro de televisão no seu conjunto [...]”. É necessário ultrapassar diversas barreiras, como fortalecer as autonomias financeira e editorial, aprimorar a qualidade técnica e de conteúdo, garantir a participação social e a influência na programação. Mesmo com a programação da TV Brasil ainda distante de uma televisão dentro dos conceitos de pública, alguns passos merecem ser destacados, como a aproximação com a academia, a fim de iniciar um processo de avaliação e a busca por melhoria a partir da identificação de aspectos falhos. E também a criação e implementação de quadros no telejornalismo como o Outro Olhar, que estimula a participação do cidadão, e a Ouvidoria da EBC.

Vale ressaltar que todo o sistema de radiodifusão, seja ele público ou comercial, é um serviço público por natureza e de titularidade do Estado. Mesmo os que são destinados à exploração de terceiros (inclusive privados) por concessões, permissões ou autorizações, como é o caso da comunicação, devem prestar o serviço dentro dos princípios do serviço público.

Por ter nascido como um empreendimento comercial, a televisão no Brasil está mais pautada em uma relação de consumidor e produtor, do que cidadão e representante. Talvez por isso a implantação da televisão pública se desenvolva lentamente e ainda muito semelhante ao modelo já existente. A emissora pública deve oferecer uma alternativa ao modelo comercial, oferecendo uma informação independente, de interesse público e que seja representativa aos cidadãos brasileiros.

Nesse sentido, a televisão pública ainda é um conceito distante da prática profissional. Não há fórmulas para o jornalismo público, mas o anseio pela transformação social e a conquista de um público disposto ao debate e à participação.

3.3 IMPLANTAÇÃO DA TV BRASIL: PROMESSAS E DESAFIOS

A Empresa Brasil de Comunicação, EBC, foi criada em 2007. A TV Brasil veio preencher uma lacuna no sistema de radiodifusão do país, pretendendo-se uma emissora pública. O I Fórum Nacional de TVs Públicas foi organizado em 2007 pelo então Ministro da Cultura, Gilberto Gil. O evento resultou na Carta de Brasília, documento importante para a implantação da TV Brasil.

A TV Brasil foi apresentada como a nova rede pública de televisão brasileira, criada em 2007 por meio de medida provisória durante o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. A MP 398 foi publicada no Diário Oficial da União em 11 de outubro de 2007 e, como lembra Coutinho, "enfrentou resistências na mídia brasileira, que denunciava a criação de uma televisão de governo, e no próprio Congresso Nacional" (COUTINHO, 2013, p.24). A TV Brasil reuniu a TVE do Rio de Janeiro, a TVE do Maranhão e a Radiobrás.

A TV Brasil foi aprovada na Câmara em fevereiro de 2008 e, na época, contava com a participação da sociedade civil no controle de sua gestão e programação. O Conselho Curador, com caráter consultivo e deliberativo, foi criado para garantir a aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão.

A Empresa Brasil de Comunicação (EBC) é a gestora dos canais TV Brasil, TV Brasil Internacional, da Agência Brasil, da Radioagência Nacional e das Rádios EBC. A EBC foi criada para organizar e fortalecer o sistema público de comunicação que, segundo a Constituição Federal, deve funcionar como um serviço complementar aos sistemas privado e estatal de radiodifusão.

A lei de criação da EBC, Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, institui que a prestação de serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo deve observar alguns princípios, entre eles promoção do acesso à informação por meio da pluralidade de fontes de produção e distribuição do conteúdo; produção e programação com finalidades educativas, artísticas, culturais, científicas e informativas; promoção da cultura nacional, estímulo à produção regional e à produção independente. Também merecem destaque os princípios de autonomia em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão; e participação da sociedade civil no controle da aplicação dos princípios do sistema público de radiodifusão, respeitando-se a pluralidade da sociedade brasileira.

Alguns dos objetivos dispostos na lei de criação da EBC são oferecer mecanismos para debate público acerca de temas de relevância nacional e internacional; desenvolver a consciência crítica do cidadão, mediante programação educativa, artística, cultural, informativa, científica e promotora de cidadania; fomentar a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação na sociedade, garantindo o direito à informação, à livre expressão do pensamento, à criação e à comunicação.

Entre as competências da EBC estão garantir os mínimos de 10% (dez por cento) de conteúdo regional e de 5% (cinco por cento) de conteúdo independente em sua

programação semanal, em programas a serem veiculados no horário compreendido entre 6 (seis) e 24 (vinte e quatro) horas.

Os recursos da EBC são constituídos da receita proveniente de dotações orçamentárias; da exploração dos serviços de radiodifusão pública; com mínimo de 75% (setenta e cinco por cento) da arrecadação da contribuição, entre outras fontes de recursos do Governo. A lei autoriza o recebimento de recurso proveniente de publicidade institucional de entidades de direito público e de direito privado, vedada a veiculação de anúncios de produtos ou serviços.

O texto original instituía que a EBC seria administrada por um Conselho de Administração e por uma Diretoria Executiva, e na sua composição contaria ainda com um Conselho Fiscal e um Conselho Curador.

Embora a TV Brasil sempre tenha se apresentado como a televisão pública brasileira ela nunca chegou, de fato, a ser reconhecida como tal. Pesquisadores da área afirmam que o telejornalismo público ainda está em construção e precisa encontrar caminhos para a sua autonomia. Em estudo feito por Allana Meirelles e Iluska Coutinho (2015), em que são entrevistados trabalhadores da TV Brasil, as autoras identificaram que o canal possui aproximações com o modelo comercial de jornalismo – assemelhando-se a ele em algumas coberturas -, ao mesmo tempo em que exibe traços de uma posição pró-governo em determinadas matérias.

De fato, há diferenciações, espaços para experimentação e priorização de temas socialmente importantes, porém, não é possível considerar que haja o pleno cumprimento do papel público. Desta maneira, investir no diálogo e na participação dos trabalhadores é um caminho para fortalecer a emissora como espaço público, capaz de oferecer conteúdos diferenciados e de fato de interesse público. (MEIRELLES e COUTINHO, p. 14, 2015)

Segundo Meirelles e Coutinho (2015), profissionais atuantes na TV Brasil apontam as limitações à autonomia da empresa, provocadas pelo modelo de gestão e financiamento. “Além disso, sugerem formas de superar estes limites e de fortalecer a comunicação pública, propondo maior investimento em participação dos trabalhadores e dos cidadãos. Também reconhecem possíveis traços de governismo da emissora, ainda que pontuais e indiretos, além de defenderem a possibilidade de se produzir conteúdos independentes na TV” (p. 12, 2015).

3.3.1 Mudança na lei de criação da EBC

A distinção da emissora pública dos canais estatais ou governamentais se dá pela independência editorial, com conteúdos diferenciados e complementares aos canais privados, primando por valores como diversidade, pluralidade e respeito aos Direitos Humanos, em toda sua programação. Para se aproximar ainda mais do campo público, a EBC deve ter a participação social em sua gestão e conteúdos. A Lei de criação da EBC (Lei 11.652/2008) previu duas estruturas de apoio aos seus órgãos administrativos: a Ouvidoria e o Conselho Curador.

A Ouvidoria serve para receber as manifestações do público e mediar o diálogo deste com a empresa, além de fazer análises sobre os conteúdos produzidos pela EBC. Já o Conselho Curador, deliberava sobre a linha editorial e sobre as diretrizes educativas, artísticas e culturais dos veículos EBC. Para garantir que suas decisões fossem tomadas em nome do interesse público, a maior parte de seus membros era representada pela sociedade civil no colegiado e escolhidos por meio de consulta pública.

O Conselho Curador foi criado para zelar pelos princípios e pela autonomia da EBC, com a função de impedir a ingerência indevida do Governo e do mercado sobre a programação e gestão da comunicação pública. Além disso, visava representar os anseios da sociedade, em sua diversidade, na aprovação das diretrizes de conteúdo e no plano de trabalho da empresa. Isso não significa dizer que os conselheiros faziam interferências diretas na programação, porém, o órgão estava atento para garantir que a empresa cumprisse os objetivos e princípios descritos em Lei e que avançasse na oferta de conteúdo qualificado²⁸.

No dia 12 de maio de 2016, o Senado Federal aprovou a abertura do processo de impeachment contra a presidente Dilma Roussef, do Partido dos Trabalhadores (PT). Com a decisão votada em plenário, a presidente ficaria afastada do cargo por 180 dias, até o julgamento final pelo Senado. A presidência foi assumida pelo vice-presidente, Michel Temer, do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB).

Uma das primeiras medidas do presidente em exercício foi alterar o comando da Empresa Brasil de Comunicação, gestora da única televisão pública de abrangência nacional no país. Cinco dias após assumir a presidência, Temer publicou a exoneração do jornalista Ricardo Pereira de Melo na edição do dia 17 de maio do "Diário Oficial da União". Melo

²⁸ Definição do Conselho Curador presente em cartilha da EBC. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/institucional/sites/_institucional/files/cartilha.pdf>. Acesso em: <02 de maio de 2017>

havia sido nomeado 14 dias antes pela presidente afastada Dilma Rousseff por meio de decreto publicado no dia três de maio. O mandato dele iria até maio de 2020.

A lei de criação da Empresa Brasil de Comunicação, Lei 11.652/2008, estabelece que os membros da Diretoria Executiva só podem ser destituídos "nas hipóteses legais ou se receberem 2 (dois) votos de desconfiança do Conselho Curador, no período de 12 (doze) meses"²⁹. Sem consultar o Conselho, o presidente em exercício publicou a exoneração, infringindo assim os parâmetros legais que visam resguardar a liberdade de gestão e de expressão do jornalismo público.

A medida foi vista como arbitrária pela gerência administrativa da EBC e por outros órgãos e associações jornalísticas e da sociedade civil. Antes de publicada a decisão de Temer, a EBC divulgou nota afirmando que a exoneração de Ricardo Pereira de Melo antes do término do atual mandato "viola um ato jurídico perfeito, princípio fundamental do Estado de Direito, bem como um dos princípios específicos da Radiodifusão Pública, relacionado com sua autonomia em relação ao governo federal"³⁰.

O próprio Conselho Curador da EBC que, em tese, tem a prerrogativa de destituir o diretor-presidente da EBC, também divulgou nota para se manifestar contra a exoneração do jornalista. No texto, o conselho afirma que não há "amparo legal para substituições extemporâneas"³¹ na Diretoria Executiva da EBC.

A atitude também foi criticada pela Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj). A Federação divulgou nota³² afirmando que o mandato de Melo na EBC não pode ser interrompido "a não ser nas condições estabelecidas pela mesma lei" que criou a empresa. "A Fenaj alerta para os perigos da quebra da legalidade nesta e em outras situações da vida nacional. As normas legais são instituídas para que vontades e interesses particulares não se sobreponham aos interesses coletivos da sociedade", diz trecho da nota.

A preocupação com a gerência da televisão pública se explica por dois motivos básicos. O primeiro é o lugar de centralidade que a televisão tem no Brasil, sendo considerada por diversos autores como indissociável da democracia nas sociedades contemporâneas. Outro ponto é a busca por uma comunicação livre de interesses comerciais ou político-partidários,

²⁹ Lei 11.652/2008. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm>. Consulta feita em 02/08/2016

³⁰Nota da Diretoria Executiva da EBC disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-05/conselho-critica-rumores-de-jornalista-indicado-por-temer-assumir-ebc>>. Consulta feita em 02/08/2016.

³¹Nota do Conselho Curador disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2016-05/conselho-critica-rumores-de-jornalista-indicado-por-temer-assumir-ebc>>. Consulta feita em 02/08/2016.

³²Nota da Fenaj disponível em <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2016-05/fenaj-divulga-nota-contramudancas-na-direcao-da-ebc>>. Consulta feita em 02/08/2016.

onde o cidadão não só tem direito à informação de qualidade, mas o direito à comunicação – onde sua voz pode ser ouvida.

A televisão é vista por muitos autores como a forma como a realidade se faz visível para as pessoas que não presenciaram fisicamente determinado fato. Para Omar Rincón (2006), a realidade é convertida em uma narrativa televisiva. *“La televisión es, ciertamente, la marca de nuestro tiempo. La televisión reina porque es La máquina narrativa más entretenida, más potente y más productiva de La actualidad (...) cada vez más, vemos y somos más como los canales que vemos”* (RINCÓN, 2006, p.165). Daí a necessidade de uma comunicação isenta de interesses políticos e comerciais.

A própria criação da TV Brasil, primeira televisão pública de abrangência nacional, se deu com o propósito de, segundo o próprio site da TV na internet, ser uma TV pública independente e democrática, dando oportunidade àqueles que não têm voz na TV comercial. A emissora, gerida pela EBC, já encontra certos limites em sua autonomia por ser financiada pelo repasse de verba do Governo Federal. Outros fatores que geram questionamentos em relação a sua independência são a mistura de atribuições públicas e governamentais da EBC (já que ela também é responsável pela produção de programas da Secretaria de Comunicação do Governo Federal) e a escolha de cargos de confiança pela Presidência da República. Por outro lado, a existência, até então, de órgãos de fiscalização como o Conselho Curador e a Ouvidoria, além de diálogos promovidos com universidades e a sociedade civil organizada, contribuem para manter uma certa independência editorial.

Raul Mourão (2014) aborda a missão da Ouvidoria de “ser um agente de mudança na gestão pública assegurando a diversidade, a transparência, a eficácia e a participação”, fundamentada nos valores de promoção da participação pública, construção da cidadania, representação da sociedade e transparência da comunicação pública. A permanência deste órgão na TV Brasil é um ponto de resistência.

O canal de televisão é considerado por Rincón (2006) como uma unidade de fundamento narrativo. O conteúdo produzido pelo canal possui uma intenção comunicativa própria, que se materializa em uma estratégia de programação para atingir o seu público. O canal é semelhante a uma marca e traz com ele um conjunto de estereótipos e de identidade.

Al producir televisión se busca a toda costa comunicar una personalidad, un carácter, un estilo con unas estéticas, unas narrativas, unos contenidos, audiencias y éticas que lo identifiquen y diferencien dentro de toda la oferta televisiva. Lo dramático es que la televisión abunda en marcas (canales), pero carece de formas diferenciales de comunicabilidad o narración televisiva. (RINCÓN, 2006, p.172).

O canal é visto pelo autor como a expressão generalizada de desejos e expectativas sociais. “*Un canal de televisión evidencia un modelo social, una propuesta de mercado y un valor narrativo diferencial*” (RINCÓN, 2006, p.172).

Para François Jost (2007), a emissora, como orador, constroi uma imagem de seus valores, de seu ethos. Ao mudar a presidência de forma arbitrária, toda essa construção é colocada em cheque. Afinal, a imagem “vendida” pela TV Brasil é de ser uma televisão pública, isenta de interesses políticos e comerciais e que tem o povo como guia. Quebrar esta imagem significa colocar em questionamento toda a produção do canal.

A lógica da marca, enfim, impulsiona as emissoras a escolherem programas coerentes com sua imagem e, reciprocamente, a construírem a imagem da emissora, seja ela privada ou pública, comercial ou não. Essa é, com efeito, a questão central a ser resolvida pelo programador: cada programa constitui a imagem da emissora e a imagem da emissora semantiza cada programa, de tal modo que assistir ao mesmo programa em duas emissoras diferentes não tem o mesmo sentido. (JOST, 2007, p.91).

Com a Medida Provisória nº744, de 1º de setembro de 2016, pretendia-se vincular a EBC diretamente à Casa Civil da Presidência da República, extinguir o Conselho Curador, órgão de natureza consultiva e deliberativa, alterar a redação do art. 19 da Lei nº 11.652, de 2008, a fim de aclarar que o mandato do Diretor-Presidente da EBC é impróprio, ou seja, se enquadra entre aqueles que são passíveis de interrupção³³. A justificativa dada para a criação da MP foi a necessidade de garantir maior eficiência à gestão da EBC.

A vinculação direta à Casa Civil da Presidência da República deveu-se à extinção da Secretaria de Comunicação da Presidência da República. A extinção do Conselho Curador foi justificada pela necessidade de agilizar as decisões no âmbito da EBC, em observância ao princípio da eficiência. O mandato do Diretor-Presidente da EBC foi alterado para 4 anos, com a possibilidade de exoneração pelo Presidente da República a qualquer tempo. A justificativa dada foi que a estabilidade do mandato não é adequada ao exercício de empresa, mas sim à qualidade do exercício da atividade.

O Conselho Curador da EBC era composto por 22 membros: 15 representantes da sociedade civil, indicados via consulta popular; quatro do Governo Federal; um da Câmara dos Deputados; um do Senado Federal; e um representante dos trabalhadores da EBC.

A atuação do Conselho Curador é descrita pela EBC em sua página na internet e destaca entre as principais responsabilidades a aprovação anual do plano de trabalho da empresa, onde são definidas as diretrizes e estratégias para programação de todos os seus

³³ Exposição de motivos da Medida Provisória nº744, de 1º de setembro de 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2015-2018/2016/Exm/Exm-MP-744-16.pdf.

veículos, incluindo calendários de execução e orçamento. O Conselho também pode direcionar e supervisionar o conteúdo, como no planejamento de grandes coberturas jornalísticas e em especiais multimídias. Alguns produtos são analisados pontualmente pelo pleno, quando tratam de temas caros aos princípios da comunicação pública ou quando apresentam problemas em relação a sua linha editorial. O colegiado pode solicitar alterações no formato ou até o pedido de retirada do conteúdo do ar. Todas as resoluções do Conselho devem ser acatadas pela Diretoria da EBC. As discussões do pleno podem ser transformadas em resoluções ou ser encaminhadas na forma de recomendações, pareceres, notas técnicas ou relatorias. O Conselho Curador pode, ainda, destituir a Diretoria da EBC ou um de seus membros, após emitir dois votos de desconfiança a eles, em um período de doze meses.

O Conselho Curador, antes de sua extinção, realizava reuniões ordinárias, previstas em Lei, a cada dois meses. Podiam ser convocadas reuniões extraordinárias, desde que fossem aprovadas pela Presidência do colegiado. Além das plenárias, os conselheiros se reuniam em câmaras temáticas, para discutirem aspectos específicos da programação da EBC. As Câmaras Temáticas eram: Câmara de Jornalismo e Plataformas; Câmara de Programação e Plataformas; e Câmara de Planejamento e Processos Produtivos. As reuniões das câmaras, normalmente, acompanhavam os dias de reunião do pleno. Os conteúdos dos veículos também eram analisados durante os roteiros de debate, quando o colegiado recebia especialistas e acadêmicos para discutir conceitos e propor ideias para a comunicação pública. Para aumentar o diálogo com a sociedade e buscar uma participação ativa e não só representativa, o Conselho realizava, ainda, audiências e consultas públicas em várias regiões do país. O objetivo era conversar com a população sobre aspectos da programação ou gestão dos veículos EBC, ou até mesmo, do Conselho.

No dia 02 de setembro de 2016 foi publicada a Medida Provisória 744 que deu origem à Lei 13.417, publicada no Diário Oficial da União em 2 de março de 2017, que alterou a estrutura da Empresa Brasil de Comunicação. A nova norma acabou com o Conselho Curador e com o mandato do presidente da estatal, que será nomeado pelo presidente da república e poderá ser substituído a qualquer momento. Na regra anterior, o diretor-presidente tinha mandato de quatro anos, não coincidente com o do presidente da República, e não podia ser exonerado.

Com a nova Lei, a empresa passa a ser administrada por um Conselho de Administração e por uma diretoria executiva, contando ainda com o Conselho Fiscal e o Comitê Editorial e de Programação. O Comitê Editorial e de Programação deverá ser integrado por 11 profissionais da área de comunicação que representarão segmentos da

sociedade. O mandato dos membros, que não poderão ter filiação partidária, será de dois anos, sem recondução.

A substituição do Conselho Curador por um Comitê Editorial e de Programação, com funções mais pontuais e menos integrantes, foi uma das sugestões propostas pelo relator, senador Lasier Martins (PDT-RS), no texto da Medida Provisória 744/2016, que reestrutura a EBC. A extinção do Conselho Curador foi um dos itens mais controversos da MP. Para integrantes do governo, o órgão estava partidarizado, o que atrapalhava sua atuação de forma isenta; para os alinhados ao governo da ex-presidente Dilma Rousseff, o Conselho Curador é peça-chave na gestão de uma TV pública que garanta a representação dos interesses da sociedade na programação e não pode acabar³⁴.

Pela Lei 13.417/2017 o Comitê Editorial e de Programação tem composição reduzida, passando dos 22 membros do Conselho Curador para 11 membros, com representantes dos cursos de Comunicação, da comunicação pública, da ciência e tecnologia e de minorias, como as pessoas com deficiência, entre outros. As principais funções do Comitê são propor a ampliação de espaço, no âmbito da programação, para pautas sobre o papel e a importância da mídia pública no contexto brasileiro; e formular mecanismo que permita a aferição permanente sobre a tipificação da audiência da EBC, mediante a construção de indicadores e métricas consentâneos com a natureza e os objetivos da radiodifusão pública, considerando as peculiaridades da recepção dos sinais e as diferenças regionais. A justificativa do relator para a mudança na lei era “tornar a EBC menos custosa, mais eficiente, com mais audiência e, se possível, discutir também um PDV [plano de demissão voluntária]”³⁵.

O Comitê Editorial e de Programação, órgão técnico de participação institucionalizada da sociedade na EBC, terá natureza consultiva e deliberativa, sendo integrado por onze membros indicados por entidades representativas da sociedade, mediante lista tríplice, e designados pelo Presidente da República.

Pela lei 13.417/2017, o Comitê Editorial e de Programação deverá ser integrado por profissionais da área de comunicação representando segmentos da sociedade. O mandato de seus integrantes será de dois anos, sem recondução, e dentre as condições exigidas para ocupar uma vaga no colegiado estão o notório saber e a inexistência de filiação partidária.

³⁴ Matéria publicada pela Agência Senado em 02 de dezembro de 2016. Disponível em: <<http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2016/12/02/conselho-curador-deve-ser-substituido-por-conselho-editorial-propoe-relator-da-mp-da-ebc>>.

³⁵ Matéria publicada pela Agência Brasil em 14 de dezembro de 2016. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2016-12/camara-aprova-mp-que-altera-estrutura-da-ebc>>.

Por meio de veto, o presidente Michel Temer retirou da lei os trechos que permitiam ao Comitê Editorial e de Programação deliberar sobre planos editoriais propostos pela diretoria executiva para os veículos da EBC, deliberar sobre alterações na linha editorial da programação veiculada pela EBC e convocar audiências e consultas públicas sobre conteúdos produzidos. Como razão aos vetos, o presidente justificou que

Os dispositivos contrariam a motivação central da Medida Provisória que ora se converte em lei, registrada em sua Exposição de Motivos, de buscar conferir maior flexibilidade e eficiência de gestão à EBC, recomendando-se assim o veto ao caráter deliberativo e cogente do recém instituído Comitê Editorial e de Programação e aos dispositivos conexos. (Mensagem nº55, de 1º de Março de 2017, Casa Civil)

Outro item vetado é o que previa mandato de quatro anos para os membros da diretoria executiva, e dispositivo que determinava a nomeação do diretor-presidente da estatal pelo presidente da República somente após aprovação de sua indicação pelo Senado Federal.

Tais vetos foram criticados pelo relator da Medida Provisória 744/2016, Lasier Martins (PSD-RS) que destacou que as mudanças enfraquecem o caráter público da EBC e reforçam a decisão do governo de transformá-la em uma emissora meramente estatal.

Para meu espanto, o presidente da República vetou, com base em alegações sobre a conveniência de promover agilidade na gestão da empresa, as duas contribuições mais relevantes deste relator, aprovadas pela comissão mista encarregada de examinar a medida provisória. (Lasier, Agência Senado, 2017³⁶)

Senadores também criticaram a retirada da exigência de sabatina no Senado para aprovação do diretor-presidente da Empresa Brasil de Comunicação. O dispositivo havia sido aprovado pelo Congresso Nacional durante análise da MP e foi vetado pelo presidente Michel Temer. Para o senador Lasier Martins, sem a sabatina do diretor-presidente, a empresa corre o risco de ficar nas mãos de alguém sem preparo³⁷. O senador Paulo Rocha (PT-PA) considerou um “atraso” o veto à sabatina, com a afirmação de que a participação do Parlamento na escolha do comando da EBC é fundamental para a democracia³⁸.

A alteração na lei de criação da EBC e os vetos impostos pela Presidência da República também foram criticados pela representante dos funcionários no Conselho Curador que considerou a intenção do governo a de retirar da sociedade qualquer possibilidade de participação e controle social da empresa de comunicação que foi criada para ser pública.

³⁶ Matéria publicada pela Agência Senado disponível em <<http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2017/03/10/lasier-critica-vetos-de-temer-a-lei-que-alterou-estrutura-da-ebc>>. Publicado em: 10/03/2017.

³⁷ Matéria publicada pela Agência Senado disponível em <<http://www12.senado.leg.br/noticias/audios/2017/03/senadores-criticam-veto-de-temer-a-exigencia-de-sabatina-para-diretor-da-ebc>>. Publicado em: 03/03/2017.

³⁸ Idem.

“Agora (com a medida), a EBC passa a ter caráter governamental e a funcionar a serviço dos interesses do governo, embora não esteja explícito na lei”³⁹. As justificativas do presidente aos vetos também são criticadas pelo o que a conselheira considera uma inconstitucionalidade do ato presente “no retrocesso à regulamentação do artigo 223 da Constituição Federal, quando, na prática, o governo retira um dos tripés da complementaridade dos sistemas, justamente o da comunicação pública”⁴⁰.

A representante dos funcionários da EBC critica a vinculação da empresa à Casa Civil, vista por ela como mais uma demonstração de submissão ao controle político do governo, assim como a livre indicação e destituição do diretor-presidente da empresa e de toda a diretoria executiva por um ato unilateral e individual do presidente da República.

A extinção do Conselho Curador foi um dos itens mais controversos da Medida Provisória 744/2016. Para os alinhados ao governo da ex-presidente Dilma Rousseff, o Conselho Curador é peça-chave na gestão de uma TV pública que garanta a representação dos interesses da sociedade na programação⁴¹. Segundo o relator da MP, senador Lasier Martins (PSD-RS), a substituição do Conselho pelo Comitê Editorial foi uma tentativa de encontrar consenso.

Lasier Martins defendeu a medida provisória com o argumento da redução de custos e aumento da eficiência da empresa que, segundo ele, “é importante para o governo e para o Brasil, mas precisa de novos métodos de controle, de acompanhamento e de fiscalização quanto aos gastos”⁴².

O Conselho Curador da Empresa Brasil de Comunicação emitiu uma moção de repúdio⁴³ contra a Medida Provisória 744. Segundo a nota, a extinção do Conselho proposta pela MP tira a autonomia da EBC em relação ao Governo Federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão e agências. “A MP 744 é uma afronta aos princípios constitucionais que estabelecem a comunicação pública como um direito da sociedade brasileira. A medida fere o artigo 223 da Constituição Federal,

³⁹ Publicação no blog do Conselho Curador disponível em <<https://umbomconselhoebc.wordpress.com/2017/03/20/uma-empresa-publica-a-servico-do-governo/>>. Publicado em: 20/03/2017.

⁴⁰ Idem.

⁴¹ Matéria publicada pela Agência Senado disponível em <<http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2017/02/07/senado-aprova-mp-que-reestrutura-empresa-brasil-de-comunicacao>>. Publicado em: 02/07/2017.

⁴² Idem.

⁴³ Moção de Repúdio do Conselho Curador da EBC disponível em <<http://www.ebc.com.br/institucional/conselho-curador/noticias/2016/09/mocao-de-repudio-contra-medida-provisoria-que-desmonta-a-ebc>>. Publicado em: 02/09/2016. Acesso em: 13/04/2017.

que prevê a complementaridade dos sistemas público, privado e estatal” (Moção de Repúdio do Conselho Curador da EBC).

Parlamentares da oposição também se posicionaram contra a MP ressaltando que ela é um golpe à comunicação pública e independente do Brasil. Segundo publicação da Agência Senado⁴⁴, o senador Humberto Costa (PT-PE) disse que nenhum país desenvolvido abre mão da comunicação pública, já que, somente ela pode dar à população a possibilidade de se informar dentro daquilo que não está considerado como um interesse comercial ou dentro da grade das emissoras que concorrem nos espaços privados.

A senadora Vanessa Grazziotin (PCdoB-AM) considerou a proposta nociva à nação e à democracia, e que, por não ser considerada como urgente e essencial, a matéria não poderia ter sido alvo de uma medida provisória. A senadora Gleisi Hoffmann (PT-PR) disse que a desconstrução da EBC como empresa de comunicação pública faz parte de uma ofensiva para controlar tudo o que a sociedade lê, ouve e assiste. Para Gleisi, a MP deu fim a uma empresa pública para criar a "TV Temer", para fazer propaganda do governo.

A matéria da Agência Senado também apresentou o posicionamento da senadora Lídice da Matta (PSB-BA) que acusou o governo Temer de promover perseguição aos jornalistas que foram contrários ao impeachment de Dilma, ao estilo do macarthismo americano, nos anos 50.

Outros senadores foram favoráveis à medida⁴⁵. O senador Ronaldo Caiado (DEM-GO) afirmou que a EBC onera o bolso do cidadão, já que tem um custo de mais de R\$ 600 milhões por ano. O senador ressaltou que a empresa tem mais a finalidade de ser cabide de empregos do que de prestar serviços e melhorar a qualidade de vida da população. Para ele, esse dinheiro poderia estar sendo utilizado em áreas mais importantes como saúde e educação. O senador Magno Malta (PR-ES) defendeu que a emissora era aparelhada com o PT e não apresentava uma programação isenta de interesses partidários.

A Medida Provisória gerou reflexos na estrutura interna da empresa. Em carta aberta⁴⁶ publicada em março de 2017, os trabalhadores da EBC denunciaram a prática de censura interna nos veículos da empresa. Segundo a carta, “a nova prática de censura dentro da EBC envolve o assédio a jornalistas e radialistas, proibição aos cinegrafistas e editores de

⁴⁴ Matéria publicada pela Agência Senado disponível em <<http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2017/02/07/senado-aprova-mp-que-reestrutura-empresa-brasil-de-comunicacao>>. Publicado em: 02/07/2017.

⁴⁵ Idem.

⁴⁶ Carta aberta publicada pelo site do Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo no link <http://www.jornalistasp.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=6823:jornalistas-e-radialistas-da-ebc-indicam-participacao-na-greve-geral-&catid=36:destaque>. Publicada em 31/03/2017. Acesso em 13/04/2017.

imagem de usar determinadas imagens, e chegou inclusive a envolver demissão”. Segundo os funcionários, vários casos foram denunciados à Comissão de Empregados e aos Sindicatos.

A carta cita o desrespeito ao princípio da televisão pública, com o impedimento da cobertura de manifestações da sociedade contrárias ao governo

dessa forma desrespeitando a própria razão de ser da EBC, expressa na sua criação, com o princípio de “autonomia em relação ao governo federal para definir produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão”. Este fato tem relação com a Medida Provisória (MP) do governo Temer que retirou dispositivos que garantiam esta autonomia. (CARTA ABERTA)

Em coluna publicada no site Brasil 247⁴⁷, em abril de 2017, Tereza Cruvinel, presidente da EBC entre os anos de 2007 e 2011, cita que os funcionários da empresa denunciaram “a censura e outros abusos e decidiram permanecer em estado de greve”. A colunista cita o seguinte relato dos funcionários

Temos enfrentado, de forma cotidiana e generalizada, ingerência no trabalho jornalístico. Um exemplo simbólico aconteceu no dia 15 de março, Dia Nacional de Paralisações contra a reforma da Previdência e trabalhista, no qual, diferente da tradição estabelecida na EBC, os jornalistas receberam a ordem de focar sua cobertura nas consequências sobre o trânsito. (BRASIL 247, 07/04/2017)

A colunista afirma que a censura estava atingindo textos da Agência Brasil, matérias e imagens da TV Brasil e conteúdos das rádios EBC. Cruvinel também anuncia a demissão do coordenador de jornalismo da Agência Brasil, jornalista André Muniz, por ter programado a cobertura do ato do Movimento dos Trabalhadores Sem-Teto (MTST), realizado no dia 2 de abril contra as reformas de Temer.

Cruvinel denuncia ainda que a direção da EBC impediu que a TV Brasil colocasse no ar qualquer imagem de blocos ou foliões protestando contra o governo ou pregando o Fora Temer durante o carnaval de 2017. Tais manifestações ocorreram em todo o Brasil e foram mostradas por TVs comerciais, inclusive pela Globonews.

3.3.2 Falando sobre si: a cobertura do Repórter Brasil sobre a exoneração do presidente da EBC

A exoneração do diretor-presidente da Empresa Brasil de Comunicação teve repercussão na grande mídia e também foi abordada na televisão pública. Para buscar entender de que maneira a mudança da presidência da EBC pode ter refletido sobre o conteúdo transmitido pela emissora, fizemos uma análise de como o assunto foi tratado pela

⁴⁷Matéria disponível no link <<https://www.brasil247.com/pt/blog/terezacruvinel/289407/M%C3%ADdia-outroira-t%C3%A3o-interessada-ignora-censura-e-abusos-na-EBC.htm>>. Publicada em 07/04/2017. Acesso em 13/04/2017.

própria empresa afetada pela mudança, a TV Brasil, gerida pela EBC. Pretendemos verificar como o telejornal abordou o tema que se referia a ele próprio, uma vez que a gestão da EBC era questionada por membros da sociedade civil, classe artística e políticos. Também pretendemos avaliar em que medida a nomeação e posse do novo diretor, Laerte Rimoli, influenciou na cobertura do tema que estava em destaque: a liberdade de gestão da televisão pública.

Percebemos que durante os 14 dias em que Rimoli esteve à frente da presidência da EBC, o Repórter Brasil não noticiou nenhuma matéria sobre comunicação pública ou sobre o processo de exoneração de Ricardo Melo. O tema só voltou à pauta após o Supremo Tribunal Federal ter emitido liminar garantindo a permanência de Melo na presidência até que o caso fosse julgado.

Como metodologia, realizamos uma análise quantitativa e qualitativa das produções jornalísticas exibidas pelo Repórter Brasil desde o dia 17 de maio, dia da publicação da exoneração do diretor-presidente no Diário Oficial da União até o dia 2 de junho, data em que o STF expediu a liminar.

Analisamos as edições do Repórter Brasil no período entre os dias 17 de maio – dia da publicação da exoneração do diretor-presidente da EBC, até o dia 2 de junho – data em que o STF expediu liminar para que Ricardo Melo voltasse à presidência da EBC. A análise foi feita via consulta das matérias e vídeos disponíveis na página do Repórter Brasil na internet, hospedada no site da TV Brasil que está dentro da página da EBC⁴⁸.

Na edição do Repórter Brasil Tarde do dia 17 de maio de 2016, a notícia⁴⁹ da exoneração do presidente da EBC, Ricardo Melo, foi dada pela apresentadora como locução ao vivo⁵⁰. A imagem mostrada foi um *print* da página do Diário Oficial da União onde foi publicada a exoneração. O tempo destinado à informação foi de 57 segundos. A apresentadora Luciana Barreto diz que o presidente interino Michel Temer exonerou o presidente da Empresa Brasil de Comunicação, Ricardo Melo, e que a exoneração saiu no Diário Oficial da União durante a madrugada. Ela reforça que Ricardo Melo informou, por meio de advogados, que vai entrar na Justiça para contestar a decisão. A apresentadora cita ainda que “a lei de criação da EBC estabelece um mandato de quatro anos para o presidente da empresa. Ele só poderia ser substituído pelo Conselho Curador”. A jornalista diz também o posicionamento da

⁴⁸Disponível em <<http://www.ebc.com.br/>>

⁴⁹Matéria exibida em 17 de maio de 2016. Disponível em <<http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/bloco/michel-temer-exonera-presidente-da-ebc-ricardo-melo>>. Consulta feita em 02/08/2016.

⁵⁰Locução ao vivo é quando a informação dada pela apresentadora é coberta por imagens referentes ao que ela diz

diretoria executiva da EBC que manifesta, em nota, que a exoneração antes do término do mandato “viola um ato jurídico perfeito, princípio fundamental do estado de direito, bem como um dos princípios específicos da radiodifusão pública relacionado com sua autonomia em relação ao Governo Federal”. A apresentadora informa ainda a fala do advogado de Melo, que cita a decisão como “ilegal, inoportuna e antidemocrática”.

Nada é dito em relação ao posicionamento do presidente interino Michel Temer. O motivo da exoneração não é citado e também não há informação de que a assessoria da presidência foi procurada para dar seu posicionamento em relação ao caso. Nada mais se falou no telejornal sobre o assunto.

Já a edição do Repórter Brasil Noite do mesmo dia, 17 de maio de 2016, exibiu uma matéria⁵¹ sobre o tema. O tempo total destinado ao assunto da exoneração do presidente da EBC foi de 3 minutos e 46 segundos, incluindo cabeça⁵² e pé⁵³. O apresentador e jornalista Guilherme Menezes começa informando que o presidente interino Michel Temer exonerou o presidente da EBC. Ele reforça que a EBC é a responsável pela TV Brasil, por emissoras públicas de rádio, pela Agência Brasil e pela NBR que presta serviços ao Governo Federal. A outra apresentadora, que está com Menezes na bancada, diz que Ricardo Melo impetrou um mandado de segurança no Supremo Tribunal Federal para anular a decisão.

A repórter começa a matéria informando que a exoneração foi publicada no Diário Oficial da União e logo questiona tal ato ao informar que

de acordo com a lei 11.652, de 2008, que criou a Empresa Brasil de Comunicação, o mandato do Diretor-Presidente é de quatro anos. Nos debates que levaram à formação da EBC, também ficou estabelecido que esse mandato deve ser fixo, não coincidente com os mandatos de presidente da República para assegurar a independência e a autonomia dos canais públicos diante de Governos. (REPÓRTER BRASIL, 17/05/2016)

Este off⁵⁴ é coberto com imagens que destacam a lei de criação da EBC e do Fórum que levou à formação da Empresa. O texto da repórter continua informando que a notícia da exoneração de Ricardo Melo gerou inúmeras reações contrárias ao ato de Temer. Ela cita que no canal de vídeos Youtube foi criada a página “Eu apoio a EBC”, com manifestação de artistas e formadores de opinião em defesa da Empresa Brasil de Comunicação.

⁵¹Matéria é a reportagem mais completa feita pelo repórter com uso de locução em off (texto narrado pelo repórter) coberta por imagens. Geralmente também contém sonoras (entrevistas gravadas com entrevistados).

⁵²Cabeça é o texto introdutório de um material jornalístico, lido pelo apresentador em estúdio ou em outro ambiente que não o da reportagem. Pode somente apresentar a matéria ao telespectador ou trazer informações complementares.

⁵³Pé ou nota pé é o texto lido pelo apresentador ao final da matéria, contendo informações complementares.

⁵⁴Off é o texto narrado pelo repórter sobre o qual são editadas as imagens das reportagens.

A matéria mostra um breve trecho do vídeo postado pelo jornalista e escritor Fernando Morais, em que ele cita que “temos que ficar atentos para não permitir esta brutalidade, esta violência contra toda a imprensa”. O Repórter Brasil utilizou de vídeos enviados por pessoas da sociedade civil, membros de organizações civis e da classe artística, e de políticos e produziu uma nova narrativa utilizando estes vídeos. “*Esta cultura del narrar es nuestrasalvación e lostiempos de la tecnocracia, esta cultura es la que ha llevado a losmedios de comunicación al centro de la vida*” (RINCÓN, 2006, p.87).

Na sequência, a matéria mostra o posicionamento do Conselho Curador da EBC, “órgão que reúne representantes da sociedade e defende a autonomia da empresa”, que repudiou a tentativa do que chamou de “desmonte das garantias legais para que a Empresa cumpra seu papel e mantenha sua autonomia estabelecida por lei”.

É destacada uma carta publicada na internet em defesa da EBC e da comunicação pública assinada por quase mil entidades representativas de trabalhadores, juristas, movimentos populares, intelectuais e políticos.

Na sequência da matéria entra uma sonora⁵⁵ com a deputada Luiza Erundina, do PSOL/SP, com o tempo de 24 segundos, em que ela diz que

a comunicação pública ainda não adquiriu no Brasil o status que precisa ter. E é uma das lutas da Frente Parlamentar pela Liberdade de Expressão e do Direito de Comunicação é que este setor, o sistema de comunicação, tenha um tratamento prioritário de modo em que haja pelo menos um equilíbrio entre a comunicação pública e a comunicação privada. (REPÓRTER BRASIL, 17/05/2016)

A matéria exhibe uma foto de assembleia realizada pelos funcionários da EBC e cita que eles condenaram a decisão de Temer. É exibida também a contestação feita pela Federação Nacional dos Jornalistas, com a imagem da publicação no site da Fenaj. A repórter cita que “a entidade promete entrar com uma ação de improbidade administrativa contra Michel Temer por desrespeitar a lei”. Também é exibida a página na internet do Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal, e destacada uma publicação que afirma que a decisão do presidente interino é “ilegal e ilegítima e vem acompanhada de especulações sobre o desmonte e o desvinculamento da EBC”. Logo em seguida entra uma sonora com o secretário-geral do sindicato dos radialistas do Distrito Federal, Carlos Alberto Paes, com o tempo de 26 segundos. Ele cita que há uma falta de respeito à lei e que o sindicato deve conscientizar a categoria de que a visão não é partidária.

⁵⁵Sonora é a entrevista gravada com um entrevistado.

Para finalizar a matéria, é informado que o advogado de Ricardo Melo impetrou um mandado de segurança que questiona a exoneração no Supremo Tribunal Federal. O advogado Marcos Aurélio de Carvalho, em sonora com tempo de 20 segundos, pede uma liminar para que haja o respeito ao mandato de quatro anos garantido por lei. A matéria completa tem 3 minutos e 23 segundos. A nota pé, lida pela apresentadora, informa que a Secretaria de Comunicação da Presidência e a Casa Civil ainda não se manifestaram.

A matéria deixa claro o posicionamento editorial do telejornal contrário à medida tomada por Michel Temer. Todas as informações servem como argumentos que tornam ilegítima a exoneração do presidente da EBC.

No dia seguinte à exoneração, dia 18 de maio de 2016, o Repórter Brasil Noite exibiu matéria⁵⁶ sobre a mobilização de políticos e organizações da sociedade civil contra a exoneração do presidente da EBC. O espaço dedicado ao VT, juntamente com cabeça e pé da matéria foi de 4 minutos e 37 segundos. Todo o material exibiu posicionamentos contrários à medida do presidente interino. Apenas um off citou que “mesmo com as reações contrárias à exoneração de Ricardo Melo, até o momento a Secretaria de Imprensa da Presidência da República e a Casa Civil não se pronunciaram”.

No dia 19, o Repórter Brasil Noite voltou a exibir matéria sobre a exoneração de Ricardo Melo. Cabe destaque à cabeça da matéria sobre exemplos de comunicação pública pelo mundo, e o comentário do apresentador ao final do VT. A matéria⁵⁷ mostra como funcionam as televisões públicas nos Estados Unidos, Inglaterra, Alemanha, Argentina e Chile. A opinião do telejornal fica clara na cabeça e comentário do apresentador Guilherme Menezes. A cabeça diz o seguinte:

Existem muitos modelos de comunicação pública pelo mundo. As formas de financiamento e de eleição dos dirigentes podem variar mas, em geral, existe a preocupação de que as emissoras públicas tenham independência em relação ao governo. Vamos ver alguns exemplos. (REPÓRTER BRASIL, 19/05/2016)

Ao se referir à “independência em relação ao governo”, o jornalista está claramente criticando a atitude de Michel Temer, ao interferir na gestão da televisão pública. A exoneração comprovaria que o presidente interino teve poder sobre a TV pública, logo a televisão estaria diretamente ligada a atividades políticas do Governo Federal. Ao final da matéria o apresentador deixa clara a opinião dele:

⁵⁶Matéria disponível em <<http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/bloco/politicos-e-organizacoes-da-sociedade-civil-se-mobilizam-contr-exoneracao-do>>. Exibida em 18/05/2016, consulta feita em 02/08/2016.

⁵⁷Disponível em <<http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/bloco/veja-alguns-exemplos-de-comunicacao-publica-pelo-mundo>>. Exibida em 19/05/2016. Consulta feita em 02/08/2016.

Em suma, a televisão pública não é uma invenção brasileira. Existe pelo mundo afora, tem regras diferentes, mas de uma forma geral ela tem um papel importante a cumprir em todas estas sociedades. Uma das regras básicas, aquelas que a gente lembrou a pouco, é a de que a sociedade precisa controlar a emissora, como se tenta construir no Brasil há oito anos, com algum sucesso na minha opinião. (REPÓRTER BRASIL, 19/05/2016)

Outra matéria⁵⁸ exibida na mesma edição informa que parlamentares da oposição entregaram ao Procurador Geral da República, Rodrigo Janot, uma representação contra a exoneração do diretor-presidente da EBC. Mais uma vez a matéria mostra membros da sociedade civil e entidades contrárias à exoneração. Na nota pé, a apresentadora diz que a Câmara Municipal do Rio de Janeiro aprovou uma moção de apoio ao jornalista Ricardo Melo que foi “ilegalmente exonerado pelo governo interino”. A jornalista finaliza que até o momento a Secretaria de Imprensa da Presidência da República e a Casa Civil não se manifestaram sobre a exoneração do presidente da EBC. É uma das poucas vezes em que o posicionamento da Presidência da República, mesmo que ausente, é citado pelo telejornal.

No dia 20 de maio, o jornalista Laerte Rimoli é nomeado o novo diretor-presidente da Empresa Brasil de Comunicação. A matéria⁵⁹ sobre o tema, exibida no Repórter Brasil Noite, começa dizendo que Laerte Rimoli diz que vai valorizar os funcionários da empresa e que vai manter toda a estrutura da EBC. A matéria começa respondendo a questionamentos que estavam sendo feitos por profissionais da casa e pela sociedade como um todo. A fala de Rimoli é de que ele pretende apaziguar os ânimos e fazer jornalismo. Todo o material tem duração de 56 segundos.

Na mesma edição, o telejornal exibiu matéria sobre a manifestação da Frente em Defesa da Comunicação Pública em frente ao prédio da EBC, em Brasília. A matéria⁶⁰ mostra o posicionamento contrário de artistas em relação à extinção do Ministério da Cultura e também informa que trabalhadores e representantes da sociedade civil se colocaram contra as modificações no caráter público da EBC. No texto da repórter, ela diz que profissionais da EBC pediram mais autonomia e reafirmaram a natureza pública e não estatal da EBC. O material teve o mesmo tempo destinado à informação da nomeação de Rimoli.

Do dia 21 de maio, sábado, até o dia primeiro de junho de 2016 nada se falou no telejornal Repórter Brasil sobre a exoneração de Ricardo Melo, nomeação de Rimoli ou se

⁵⁸Disponível em <<http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/bloco/oposicao-entrega-a-pgr-representacao-contr-a-exoneracao-do-diretor-presidente>>. Exibida em 19/05/2016. Consulta feita em 02/08/2016.

⁵⁹Disponível em <<http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/bloco/jornalista-laerte-rimoli-e-o-novo-diretor-presidente-da-empresa-brasil-de>>. Consulta feita em 02/08/2016.

⁶⁰Disponível em <<http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/bloco/frente-em-defesa-da-comunicacao-publica-faz-manifestacoes>>. Consulta feita em 02/08/2016.

discutiu sobre o assunto ou sobre televisão pública. Achamos importante ressaltar que a página do Repórter Brasil Noite referente ao dia 27 estava sem os vídeos exibidos na edição do dia, devido a isso não foi possível fazer a análise das matérias exibidas nesta data. Apenas no dia dois de junho voltou a se falar sobre a mudança na gestão da EBC, com a notícia⁶¹ de que o ministro do Supremo Tribunal Federal, Dias Toffoli, havia concedido a liminar pedida pelo jornalista Ricardo Melo, presidente exonerado da Empresa Brasil de Comunicação. A informação é dada em nota seca⁶². O apresentador informa que “com a decisão, Melo pode reassumir o cargo até o julgamento do caso pelo Plenário do Supremo. O ministro Toffoli considerou que a lei de criação da EBC estabelece um mandato de quatro anos para o presidente e que a autonomia da empresa deve ser respeitada”. O tempo da nota é de 35 segundos.

Como conclusão, percebemos que durante os dezessete dias de análise, o Repórter Brasil veiculou seis matérias, uma nota seca e uma locução ao vivo sobre o assunto que envolvia a exoneração de Ricardo Melo da presidência da EBC. Nenhum material sobre o assunto ou sobre a temática "comunicação pública" foi exibido no período dos quatorze dias em que Laerte Rimoli esteve à frente da presidência da EBC. O tema só voltou a ser abordado no telejornal após o Supremo Tribunal Federal ter emitido liminar garantindo a permanência de Melo na presidência até que o caso fosse julgado.

O Repórter Brasil Tarde noticiou o assunto uma vez, com a informação da exoneração de Ricardo Melo em locução ao vivo. O Repórter Brasil Noite exibiu quatro matérias consecutivas, nos dias 17, 18 e 19 sobre a exoneração e as manifestações contrárias à medida. Uma delas, também exibida no dia 19, abordava exemplos de comunicação pública pelo mundo, com destaque à independência da gestão em relação ao governo. No dia da nomeação do jornalista Laerte Rimoli como o novo diretor-presidente da Empresa Brasil de Comunicação, em 20 de maio, foram exibidas duas matérias no telejornal noturno. Uma delas com abordagem objetiva do posicionamento do novo presidente em relação à Empresa. A outra com enfoque nas manifestações contrárias à nomeação. Depois, apenas no dia dois de junho, voltou a se falar sobre a mudança na gestão da EBC, com a notícia de que o ministro do Supremo Tribunal Federal, Dias Toffoli, havia concedido a liminar pedida pelo jornalista Ricardo Melo, presidente exonerado da Empresa Brasil de Comunicação. A informação foi dada em nota seca.

⁶¹Disponível em <<http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/bloco/toffoli-concede-liminar-pedida-pelo-jornalista-ricardo-melo-presidente>>. Consulta feita em 02/08/2016.

⁶²Nota seca: informação lida pelo apresentador, sem imagens.

Os jornalistas, apresentadores e repórteres, lembram a todo momento a lei de criação da EBC, que estabelece um mandato de quatro anos para o presidente da empresa e que ele só poderia ser substituído pelo Conselho Curador. Os jornalistas reforçam o descumprimento desta lei e destacam o desrespeito ao princípio fundamental do estado de direito, bem como um dos princípios específicos da radiodifusão pública relacionado com sua autonomia em relação ao Governo Federal. Também é lembrado que nos debates que levaram à formação da EBC, ficou estabelecido que o mandato do presidente da empresa deve ser fixo, não coincidente com os mandatos de presidente da República para assegurar a independência e a autonomia dos canais públicos diante de Governos. A exoneração é tratada pelo telejornal como ilegal.

As matérias exibidas citam a contrariedade à lei de criação da EBC e destacam que a notícia da exoneração gerou reações contrárias ao ato de Temer, com manifestações de artistas, formadores de opinião, pessoas da sociedade civil, membros de organizações civis, entidades representativas de trabalhadores, juristas, movimentos populares, intelectuais e políticos. em defesa da Empresa Brasil de Comunicação. As matérias reforçam o repúdio do Conselho Curador da EBC ao ato de Temer, o que o órgão considerou um “desmonte das garantias legais para que a Empresa cumpra seu papel e mantenha sua autonomia estabelecida por lei”. E destacam que os próprios funcionários da EBC condenaram a decisão de Temer, como também o fez a Fenaj, o Sindicato dos Jornalistas e dos Radialistas do Distrito Federal.

Por outro lado, o Repórter Brasil não esclarece a intenção e a motivação do então presidente interino Michel Temer em realizar tal mudança na presidência da EBC. O telejornal apenas informa que a Secretaria de Comunicação da Presidência e a Casa Civil não se manifestaram.

Pela análise apresentada neste subcapítulo, percebemos que a mudança na presidência da Empresa Brasil de Comunicação foi considerada inconstitucional e arbitrária pela editoria do telejornal Repórter Brasil. Tal conclusão pode ser verificada no enfoque das matérias sobre o tema e sobre a finalidade da televisão pública em uma sociedade, assim como pelos comentários dos apresentadores. As informações abordadas pelo telejornal serviam como argumentos que tornavam ilegítima a exoneração do presidente da EBC.

No período em que a gestão da EBC ficou a cargo do jornalista Laerte Rimoli, nomeado pelo presidente interino Michel Temer, nada sobre a gestão da televisão pública de alcance nacional no Brasil foi tratado no telejornal. Tal fato pode indicar uma certa censura na discussão do tema, mas não podemos chegar a uma conclusão absoluta sobre isso devido à

superficialidade da análise. Um posterior estudo poderia identificar de que forma a mudança na gestão da EBC alterou a escolha e o enfoque das matérias veiculadas pelo telejornal.

4 PISTAS PARA ENTENDER A RECEPÇÃO DO REPÓRTER BRASIL

A ideia deste estudo como um todo surgiu com o interesse de buscar entender o que o telespectador compreende do telejornal assistido e de que forma ele recebe e processa a informação veiculada pelo telejornal. Para isso, buscamos encontrar pistas do impacto que o contato com o produto jornalístico causa em seu telespectador por meio das novas narrativas que são formadas por ele após esta experiência. O grupo focal é usado como metodologia para identificar como um determinado público analisa o telejornal, e fazemos isso por meio da análise das narrativas criadas pelo público após este contato.

O grupo focal é uma ferramenta de pesquisa qualitativa. A técnica permite identificar tendências de resultados por meio do levantamento de aspectos valorativos e normativos que são referência de um grupo selecionado. Busca por compreender respostas e não realizar inferências.

Grupos focais são um tipo de pesquisa qualitativa que tem como objetivo perceber os aspectos valorativos e normativos que são referência de um grupo em particular. São na verdade uma entrevista coletiva que busca identificar tendências. (COSTA *in* DUARTE e BARROS, 2006, p.181)

Maria Eugênia Belczak Costa (*in* DUARTE e BARROS, 2006), defende que “o Grupo Focal, quando bem orientado, permite a reflexão sobre o essencial, o sentido dos valores, dos princípios e motivações que reagem os julgamentos e percepções das pessoas”.

Bernardete Angelina Gatti (2005) destaca que a metodologia dos grupos focais tem como diferencial, em relação à entrevista e ao questionário, a interação entre os participantes da pesquisa. O interesse não é somente “no que as pessoas pensam, mas em *como* pensam e *porque* pensam assim.” (KITZINGER *apud* GATTI, 2005, p.39). Gatti ressalta que “as interações no grupo e a diversidade que emerge levam a que as pessoas argumentem, expliquem sua ideia e forma de pensar”. O pesquisador deve estar atento a estas trocas para esclarecer raciocínios e pontos de vista. A autora destaca que o significado deve ser buscado nos próprios sentidos que o participante do grupo construiu durante sua explanação.

O pesquisador deve planejar e executar o trabalho com o grupo focal de modo que a análise oferecida seja rica. Gatti defende a participação do moderador de uma forma flexível em relação ao modelo elaborado.

Para estudos em ciências sociais e humanas, o foco de análise na sequência das interações é extremamente importante, pois permite níveis interpretativos mais aprofundados e teoricamente mais significativos. Nem sempre se observam nos trabalhos publicados um adensamento das interpretações com esse tipo de análise, ficando os relatos nos aspectos mais gerais, quase óbvios. (GATTI, 2005, p.48)

Como nossa busca é por entender a interação entre o receptor e o telejornalismo público, acreditamos que o grupo focal vai permitir a análise de “ideias, opiniões, modos de ver, atitudes, valores, que são evidenciados e processados num coletivo, mostrando mudanças, influências recíprocas, acordos e desacordos, que se produzem e se alteram ao longo da dinâmica do trabalho” (GATTI, 2005, p.67). Diante disto, será possível destacarmos pontos de vista preponderantes e o que se relaciona com isso.

Alguns trabalhos realizados no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora sobre o estudo da recepção utilizam o grupo focal como método de análise. A realização de entrevistas fechadas e de um grupo focal seguem a tendência atual, conforme aponta Orozco Gómez (1996), de combinar abordagens quantitativas e qualitativas a fim de angariar tipos distintos de conhecimento acerca do mesmo objeto.

Para a nossa pesquisa, realizamos três pequenas análises de estudo do consumo de mídia. Na primeira delas organizamos um grupo focal heterogêneo, com pessoas de diferentes idades e classes sociais. A intenção era perceber quais novas narrativas eram criadas pelos participantes após o contato com algumas matérias veiculadas pelo telejornal da TV Brasil, o Repórter Brasil. As matérias tratavam da discussão acerca da redução da maioridade penal. Após a análise das matérias, usando como base a *Dramaturgia do Telejornalismo* (Coutinho, 2013), selecionamos algumas para a exibição no grupo com o objetivo de gerar o debate acerca da forma como a televisão pública era interpretada pelos participantes ao abordar uma discussão de política pública.

Num segundo momento, buscamos identificar traços de como funcionava a recepção do telejornal na página do Facebook do Repórter Brasil, e quais novas narrativas eram criadas pelos usuários na rede. Em tempos de convergência dos meios, pretendemos identificar se o telespectador se apropriava do conteúdo exibido pelo Repórter Brasil para criar uma nova narrativa na web, de modo a difundir suas próprias ideias. Também fizemos um pequeno levantamento sobre a participação do telespectador no Repórter Brasil via redes sociais.

Na terceira análise, montamos um grupo focal com professores da rede pública de ensino a fim de perceber como se dava a recepção de matérias veiculadas pelo telejornal público, o Repórter Brasil. Neste momento buscamos levantar o nível de conhecimento que a classe de educadores tinha sobre o conceito de TV Pública, assim como as expectativas em relação ao canal.

O motivo da escolha pelo grupo ser formado por professores se dá pela origem da televisão pública no Brasil com emissoras de cunho educativo, como a TV Cultura em São Paulo, criada em 1967. Os canais educativos ou culturais foram sendo implantados, em sua maioria, durante o regime militar (1964-1985), em diferentes estados do país. Essas emissoras, em sua maioria, são controladas por governos estaduais e têm condições diferenciadas de produção e reflexão das realidades regionais em que estão inseridas. As emissoras educativas procuram se aproximar da busca pela cidadania e participação popular.

Como a rede pública de televisão brasileira ergueu-se assentada nas emissoras integrantes do Sistema Educativo de Televisão ainda é perceptível a finalidade educativa e cultural na programação da TV Brasil. Justamente por prezar pela educação, optamos por realizar o estudo com profissionais da rede de ensino de Juiz de Fora.

O debate com o grupo reunido tem o objetivo de compreender o quanto o telejornal permitiu refletir sobre os assuntos exibidos, se houve e como foi percebida a participação do receptor na produção do telejornal e quais as narrativas criadas após o contato com o conteúdo televisivo.

Carlos Eduardo Lins da Silva (1985) defende que a maioria das informações transmitidas por um telejornal não fica retida na cabeça dos espectadores nem por poucos minutos. Mas quando estimuladas por alguém que lhes recorde determinados assuntos, as pessoas conseguirão reencontrar na memória suas impressões a respeito.

(...) o que vai determinar em grande parte a memorização ou não de determinada notícia é, em grande parte, o que o espectador espera: “Os objetivos, a perspectiva e os interesses do espectador por um lado e a organização semântica do discurso por outro é que indicam quais os tópicos que serão retidos na memória”. (DIJK *apud* LINS, 1985, p.37)

Como já viemos constatando até aqui, por meio deste estudo, é impossível dissociarmos a mensagem recebida por um programa de televisão de experiências anteriores vividas pelo cidadão. Nos grupos focais também abordamos o grau de conhecimento dos participantes em relação ao sistema público de televisão brasileiro, à TV Brasil e ao Repórter Brasil a fim de quantificar o quanto os professores de Juiz de Fora que participaram da pesquisa estão inseridos e familiarizados com este modelo de televisão.

4.1 UM OLHAR SOBRE O TELEJORNAL EM CIRCULAÇÃO

O Repórter Brasil é apresentado no site da EBC como "o telejornal da TV Brasil, a televisão pública brasileira". É exibido de segunda a sexta, às 13h e às 19h45, e aos sábados às 19h45.

Em análise do telejornal realizada entre junho de 2010 e agosto de 2011 por pesquisadores da Universidade Federal de Juiz de Fora (Coutinho, 2013, p.57) percebeu-se que, de uma maneira geral, não eram exploradas as possibilidades de esgotamento da pauta na edição do material, o que poderia ser um diferencial em relação às emissoras comerciais um conteúdo mais aprofundado. O estudo sugeriu formas de avançar no nível de informação e conhecimento oferecidos.

Embora a TV seja o meio de comunicação mais acessado⁶³ pelos brasileiros para se buscar informação, a audiência da TV Brasil é baixa, não chega a 1%⁶⁴. A TV Brasil tem canais abertos em 11 cidades de sete estados brasileiros. São 20 TVs educativas estaduais e 24 TVs educativas locais que retransmitem a TV Brasil. A falta de sinal correspondeu a 50% das reclamações do público recebidas pela Ouvidoria em fevereiro de 2017⁶⁵. Com a lei que criou a EBC tornou-se obrigatória a oferta de sua programação por todas as operadoras de TV por assinatura, algumas delas com alcance em todo o território nacional. A TV Brasil também pode ser sintonizada pela parabólica digital, presente em todo o Brasil. Outra opção é assistir à programação pela web.

A baixa audiência da TV Brasil dificulta localizarmos telespectadores do telejornal Repórter Brasil. Nos grupos focais realizados neste estudo, nenhum dos participantes era telespectador da TV Brasil e não tinha contato com o Repórter Brasil. Devido a isto, o estudo da recepção acabou ficando mais centrado na percepção das matérias de forma isolada do telejornal.

Num primeiro momento buscamos entender o processo de comunicação a partir das mediações e dos sujeitos, isto é, a partir das articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, conforme Martín-Barbero (1997). O autor defende partir das mediações, ao invés de fazer a pesquisa a partir da análise das lógicas de produção e recepção para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento. Partir das mediações significa partir “dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão” (p. 292, 1997).

Martín-Barbero propõe a análise do estudo da recepção baseada no texto e no receptor, mas não apresenta os procedimentos ou passos instrumentais para a realização desse tipo de estudo. Os desafios da construção de um eixo teórico no campo da comunicação para

⁶³ Dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016, realizada pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>.

⁶⁴ Idem.

⁶⁵ Disponível em <<https://umbomconselhoebc.wordpress.com/2017/03/15/relatorio-da-ouvidoria-fevereiro-2017-resumo/>>

os estudos da recepção são tratados por Fábio Costa, Francisca Silva e Janete Rodrigues, da Universidade Federal do Piauí (2013). Os autores destacam que na América Latina os estudos de recepção majoritariamente são de pesquisa empírica da audiência e, em especial, da televisão, que inicialmente difundiam uma concepção reprodutivista de cultura. Eles citam a importância da obra de Martín-Barbero (1997), como tendo fincado a base contextualista dos estudos de recepção na América Latina.

Fábio Costa, Francisca Silva e Janete Rodrigues destacam a relevância de se entender as capacidades do receptor para negociar, ressignificar, reinterpretar as mensagens recebidas. “Um marco neste processo é a formatação do mapa das mediações que traz modos de produção do público que agenciam formas hegemônicas de comunicação coletiva” (2013, p.5), um processo de produção comunicativa que segundo Martín-Barbero teria a cultura como grade mediadora.

Jesús Martín-Barbero (1997) defende a tese de que o cidadão-telespectador teria um grau de autonomia. Esse tipo de autonomia do público deveria ser estimulado nos telejornais veiculados nas emissoras públicas, segundo Iluska Coutinho.

Os telejornais e programas jornalísticos nesse sentido deveriam ter como premissa e/ou promessa promover uma melhor compreensão da realidade, tornando mais próximo e efetivo, seu entendimento e apropriação pelos telespectadores. Estes deveriam ser compreendidos e representados nas reportagens como cidadãos e também como grupo social. Além disso, mais do que informações descontextualizadas, os telejornais públicos deveriam contribuir com a oferta de conhecimento cotidiano e formação de espectadores e, assim, estimular sua autonomização. (COUTINHO, 2013, p. 29).

4.2 POLÍTICAS PÚBLICAS NA TV PÚBLICA: RECEPÇÃO DO REPÓRTER BRASIL

No intuito de buscar pistas para entender como se dá o olhar do público sobre a televisão pública, nos propomos neste momento a analisar quais as novas narrativas são produzidas por um grupo de moradores de Juiz de Fora após entrar em contato com matérias jornalísticas sobre a redução da maioria penal. Além do uso do grupo focal, como técnica para o estudo da recepção, também foi realizada uma análise da narrativa das matérias exibidas, buscando reconhecer as marcas da emissora em sua produção simbólica sobre o tema. As matérias analisadas neste estudo foram exibidas entre os dias 01 de junho e 07 de julho de 2015 no telejornal Repórter Brasil Noite, exibido pela TV Brasil. O trabalho tem o suporte teórico de autores como Jesús Martín-Barbero, Luiz Gonzaga Motta e Iluska Coutinho, a partir dos conceitos de negociações de sentidos, análise narrativa e dramaturgia do telejornalismo.

Os estudos da recepção desenvolvidos na América Latina têm se tornado representativos no campo dos estudos sociais. Jesús Martín-Barbero insere o estudo da recepção como forma de se entender a comunicação, e não como um estudo isolado. O autor destaca o conceito do leitor participativo que efetua ‘negociações de sentidos’ e trabalha com a hegemonia não mais imposta, mas negociada.

Esse estudo, assim, incorpora como pressuposto que o telespectador é parte integrante deste processo comunicacional, para analisar em que medida, e de que forma, matérias jornalísticas sobre a redução da maioria penal, exibidas em uma emissora de televisão pública, podem contribuir para a formação de novas narrativas do cidadão/telespectador sobre o tema. A percepção da televisão, em sua atuação democrática, e não como instrumental da cultura culta, é defendida por Martín-Barbero (1997) e reafirmada por Dominique Wolton (1996) ao associar a televisão a um meio de compreensão do mundo.

Também na defesa de uma TV comprometida com a democracia, propõe-se pensar na produção de uma emissora de televisão pública no Brasil, o que inclui a análise de matérias produzidas e exibidas pelo telejornal Repórter Brasil Noite, transmitido pela TV Brasil⁶⁶. Busca-se, assim compreender o telejornalismo público no país, na época ainda em fase de consolidação como rede pública nacional.

O telejornalismo da TV Brasil foi estudado pelo Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais da Universidade Federal de Juiz de Fora, desde 2010. Um dos aspectos destacados pelo grupo é a ainda baixa carga informativa na representação dos cidadãos no canal, ainda que o número de inserções seja superior em relação aos canais comerciais. Nesse sentido, defende-se nos estudos realizados (COUTINHO, 2013) que seria necessário oferecer aos populares um papel mais central nas narrativas veiculadas.

Como princípios, a TV Brasil propõe promover a participação da sociedade civil na programação e oferecer mecanismos para o desenvolvimento de uma consciência crítica do cidadão. Nosso objetivo com o estudo da recepção é perceber como o telespectador se apropria da informação transmitida e se ele forma novas narrativas após o contato com as matérias exibidas pelo telejornal.

As matérias foram analisadas à luz da análise pragmática da narrativa, proposta por Luiz Gonzaga Motta, em consonância com a dramaturgia do telejornalismo, de Iluska Coutinho. Após a análise, foram selecionadas três matérias para serem exibidas e debatidas no grupo social investigado, por meio da técnica do grupo focal.

⁶⁶ A TV Brasil pertence à Empresa Brasil de Comunicação, criada em 2007.

O debate sobre a redução da maioria penal no Brasil ficou acirrado com a aproximação da votação da Proposta de Emenda à Constituição (PEC 171/93)⁶⁷, iniciada em 30/06/2015. A proposta do texto da comissão especial para a PEC reduzia de 18 para 16 anos a maioria penal para crimes hediondos – como estupro, latrocínio e homicídio qualificado (quando há agravantes) –, lesão corporal grave ou lesão corporal seguida de morte e roubo agravado (quando há uso de arma ou participação de dois ou mais criminosos, entre outras circunstâncias). A proposta foi rejeitada pelo Plenário da Câmara dos Deputados, em votação que terminou na madrugada de 01/07/2015.

Menos de 24 horas depois, objeto de uma manobra regimental orquestrada pelo presidente da casa, Eduardo Cunha (PMDB-RJ), com alteração de elementos do projeto, ele foi votado e aprovado em primeiro turno. A mudança deixou de fora outros crimes previstos no texto rejeitado, como roubo qualificado, tortura, tráfico de drogas e lesão corporal grave. A decisão de votar uma emenda com conteúdo semelhante ao texto derrotado gerou polêmica entre os deputados, e na sociedade.

O debate repercutiu nas redes sociais. O que considerou-se uma manobra de Eduardo Cunha foi o tema mais comentado no Twitter na noite do dia primeiro e início da madrugada do dia dois de julho de 2015⁶⁸. Os internautas usaram as *hashtags* #CunhaMeRepresenta e #CunhaGolpista para marcar suas posições. Antes mesmo da votação no Plenário terminar, a *tag* #CunhaGolpista ocupou a primeira posição no Brasil dos assuntos mais repercutidos na rede social e chegou ao *trendingtopics* mundial.

A votação foi acompanhada e noticiada por diversos veículos de comunicação, entre eles a TV Brasil, objeto de nosso estudo empírico. O Repórter Brasil Noite vinha exibindo uma série de matérias sobre a redução da maioria penal, que incluíram cobertura desde a proposta da emenda à constituição a análises sobre a situação carcerária no país e mapeamento da violência.

Para o desenvolvimento deste trabalho, analisamos as matérias sobre a redução da maioria penal exibidas pelo telejornal durante os meses de junho até o dia sete de julho. Esse período de recorte foi aquele em que as discussões sobre a redução da maioria penal ficaram mais acirradas e mobilizaram a população em debates acalorados nas redes sociais.

⁶⁷ A Proposta de Emenda à Constituição (PEC 171/93) pode ser consultada na íntegra no site da Câmara dos Deputados, no link <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=14493>>. Consulta realizada no dia 01/07/2015.

⁶⁸ Informações disponíveis em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/nas-redes/post/cunha-e-destaque-nas-redes-apos-aprovacao-da-reducao-da-maioridade.html>> e <<http://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2015-07-02/cunhagolpista-vira-o-assunto-mais-comentado-no-twitter-brasil.html>>. Acesso em: 10 jul. 2015.

As matérias veiculadas no Repórter Brasil Noite sobre o tema estão disponíveis na página do programa na internet. A busca foi feita com a leitura de cada título e subtítulo, inserindo no corpus analisado as notícias que se aproximavam do tema.

Conforme aponta estudo anterior do Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais (CNPq-UFJF), no que diz respeito à temática dos noticiários, verifica-se a presença significativa de conteúdos relacionados à política no Repórter Brasil. “Merece registro ainda uma angulação da política extremamente dependente das agendas do governo e do Poder Legislativo, cujas pautas o telejornal acompanha sistematicamente” (COUTINHO, p.44, 2013). A pesquisa abordada pela autora foi realizada entre 2010 e 2011 e destacava a predominância de fontes ligadas ao campo público: governo, legislativo, órgãos públicos e especialistas – o que também foi percebido neste estudo.

Para além da seleção temática e de fontes, a proposta nesse estudo, realizado em 2015, foi perceber em que medida novas narrativas são construídas no telejornalismo público, tomando como objeto as edições mencionadas do Repórter Brasil. Assim, realizou-se uma análise da narrativa jornalística naquelas matérias sobre a discussão da maioria penal, tomando como referência os conceitos e procedimentos propostos por Luiz Gonzaga Motta (2005). A perspectiva nesse sentido foi observar

de que maneira indivíduos participantes em uma situação de comunicação narrativa apreendem, conceituam e refazem continuamente a realidade a partir da *negociação* (conflituosa ou colaborativa) de valores, modelos de mundo, fábulas, proposições, mitos, arquétipos, analogias, comparações e inúmeros outros tipos de representações sociais. (MOTTA, p. 130, 2013)

Como complemento desta análise, utilizamos o conceito da “dramaturgia do telejornalismo”, de Iluska Coutinho (2012), a fim de analisar as matérias como narrativas dramáticas. Em cada matéria identificou-se a existência de um clímax e um conflito, que continuariam a se desenrolar em episódios posteriores.

É a partir dessa expectativa, desse conflito narrativo quase sempre evidenciado pelos apresentadores, que o texto e a edição das matérias se estruturam e organizam, no tempo. Para conhecer o final ou desfecho desta estória, drama cotidiano, o telespectador deveria acompanhar o desenrolar dessa trama ao longo do tempo, telejornal, deixando gravados em pontos medidos pelos institutos de audiência seus aplausos, sua aprovação. (COUTINHO, p. 134, 2012)

No período da análise foram encontradas treze matérias centradas na polêmica da votação da redução da maioria penal. Nove trazem no título o termo “maioria penal”. As outras quatro tratam de assuntos similares, como mapa da violência, aumento do número de presos no Brasil e superlotação de unidades de internação de adolescentes infratores. No

que refere-se ao formato narrativo, foram exibidas 11 matérias com vídeo (VTs⁶⁹), dois seguidos de entradas ao vivo do repórter no Plenário onde ocorria a votação, e duas notas secas⁷⁰.

As matérias são apresentadas como uma disputa entre dois lados: os favoráveis e os contrários à redução. Participam deste duelo os competidores, prós e contras à mudança legal. A batalha é feita por meio de argumentos, defesas e acusações.

Os discursos das matérias e dos personagens também vão sendo reforçados ao longo das edições do telejornal. Em matéria exibida no dia 23 de junho de 2015, dados divulgados pelo Ministério da Justiça mostraram que a população prisional chegou a 607.731 pessoas. A superlotação é a regra, já que o número de vagas é 376.669, segundo dados do primeiro semestre de 2014. Esta informação foi reforçada pelo ministro da justiça, em outra matéria exibida no dia primeiro de julho, que aborda a superlotação do sistema carcerário e destaca que, se aprovada a redução, haverá uma crise certa no sistema prisional brasileiro.

Nos onze VTs encontramos 25 personagens que representavam em sua maioria a categoria de autoridade política (16) – dos quais onze eram deputados federais, duas presidentes de movimentos estudantis (Ubes – União Brasileira dos Estudantes Secundaristas – e Une – União Nacional dos Estudantes), o presidente da Confederação Nacional dos Bispos do Brasil e o governador de São Paulo, Geraldo Alckmin. As outras categorias representadas foram: órgão público (3), popular (2), órgão judiciário (1), internacional (1), expert (1), astro do esporte (1).

Dos 25 personagens, apenas três aparecem novamente em outras matérias. O ministro da justiça, José Eduardo Cardozo, tem lugar de fala em quatro VTs, aparecendo em alguns como especialista e em outros como porta voz do Governo. O presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, favorável à redução da maioria penal, e a deputada Jandira Feghali, contrária à redução, aparecem em dois VTs.

A classificação dos personagens como competidores é atribuída a quinze deles. Esta maioria reforça a estrutura da narrativa da luta entre os dois lados. As classificações dos outros personagens são: expert (7), mocinha/o (2), vilão (1), vilão implícito (1), vítima (1), herói (1).

⁶⁹ VT (videotape) é o mais completo material telejornalístico, contendo offs – textos gravados pelo repórter e coberto por imagens, sonoras – trechos de entrevistas, passagem – participação do repórter do local onde a matéria foi feita, povo-fala – no jargão profissional, sonoras de cidadãos a respeito do assunto tratado.

⁷⁰ Nota seca é a informação dada pelo apresentador, sem o uso de imagens.

O Congresso é cenário do desenrolar de oito matérias. As duas entradas ao vivo também foram realizadas dentro do Congresso, no Plenário da Câmara dos Deputados. Daí percebe-se o caráter central na cobertura jornalística feita pelo telejornal.

Nos onze VTs, apareceram sonoras de 21 pessoas que se posicionaram contrárias à redução da maioria penal, com o tempo total de 5m29s de fala. Já os entrevistados favoráveis à redução foram apenas 10, com o tempo de fala total de 2m27s. Pela análise percebemos que, nas matérias, os posicionamentos contra a redução estavam mais bem embasados, diferente dos favoráveis, em que as fontes comemoravam as aprovações ou, como no caso de um manifestante, não tinha dados para comprovar o que falava. A falta de dados foi, inclusive, reforçada no off do repórter, marcando uma opção da emissora ao narrar.

Na matéria em que o presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, coloca em discussão uma nova proposta de redução da maioria penal, três personagens falam contra a redução, em 1m24s. Dois falam de maneira favorável, ocupando apenas 32s do VT. Todos os entrevistados estão no Congresso. Quem abre a fala a favor da redução da maioria é o deputado Mendonça Filho. O ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo, contrário à redução, fala durante uma coletiva de imprensa.

Como o tráfico é tido como o crime equiparado ao crime hediondo, e o crime hediondo está. Eu direi, na melhor das hipóteses haverá uma discussão se o tráfico entra ou não. (corte) Nós temos um *deficit* de mais de 220 mil vagas, temos 400 mil mandados de prisão, que se nós fossemos somar o *deficit* com o que tem que ser cumprido nós teríamos quase que fazer um novo sistema prisional brasileiro (corte) Que se tivesse sido aprovada aquela proposta de ontem nós teríamos um caos no sistema prisional com hora e dia marcado. Ou seja, em três, quatro, cinco anos nós teríamos uma explosão sistêmica. E aí o Brasil teria que repensar o que fez. Só que com todos os danos e situações que efetivamente ocorreram nesse período. (REPÓRTER BRASIL, 01/07/2015)

A deputada Jandira Feghali acusa o rompimento do processo legislativo e o presidente da Câmara explica, diante às acusações, o porquê da proposta ter passado. A matéria é encerrada com o depoimento da comissária dos direitos da criança e do adolescente da Comissão Interamericana de Direitos Humanos, Rosa Maria Ortiz, que é apresentada como especialista no assunto. “O Brasil em seu papel de liderança, que tem na região, em matéria de Direitos Humanos, se aprova esta proposta de lei, que por sorte não aprovou, viria a ser um retrocesso, teria sido um mau exemplo para toda a região” (REPÓRTER BRASIL, 01/07/2015).

Em matéria exibida no dia anterior, 30 de junho de 2015, o tempo de fala destinado aos personagens de cada lado é aproximado: 42s favoráveis à redução e 46s contrários. Mas o contexto em que os personagens são apresentados explicita a intenção ao

narrar da emissora, contrária à redução. A cabeça da matéria anuncia: manifestantes favoráveis e contra a redução da maioria penal acampam no gramado do Congresso Nacional. O primeiro entrevistado é um estudante acampado. Ele aparece com outras pessoas ao fundo, que passam a sensação de que ele não está sozinho nesta opinião, e exibe justificativas que o fazem ser contrário à redução: “Além de garantir os direitos sociais básicos tem que investir também no Estatuto da Criança e do Adolescente, garantindo suas aplicações, conselhos tutelares fortes, fundações que de fato sejam socioeducativas e não bárbaras como é hoje, a Fundação Casa é superlotada”. No momento da sonora não aparecem os créditos, então não é possível saber se o estudante faz parte de algum movimento estudantil.

Na sequência, o off do repórter apresenta o outro personagem: um empresário favorável à redução. O homem está sozinho e ao fundo aparecem no vídeo cruzeiros fincados no gramado do Congresso. O off explica que as trezentas cruzeiros seriam símbolo de assassinatos cometidos por jovens em 2015, mas destaca que o grupo não apresenta fonte de informação, nem sabe dizer o número preciso. O texto narrado pelo repórter ainda reforça que o Ministério da Justiça não tem dados oficiais. A fala do repórter já desmerece a informação passada pela fonte de que “o menor junto com o maior, quando efetua um assalto, normalmente quem assume é o menor, entendeu? Então nós achamos que (com) uma redução da maioria, esse menor já não vai querer mais assumir. Já não vai querer pagar a pena pelo crime de um maior” (REPÓRTER BRASIL, 30/06/2015). A matéria é marcada também pela apresentação de conflitos secundários na narrativa, como a confusão entre estudantes que tinham autorização do Supremo Tribunal de Justiça para assistir à sessão e o presidente da Câmara. No vídeo ele aparece como quem impediu a entrada com o discurso de promoção de segurança e organização por distribuição de senhas.

Estas duas matérias, por serem simbólicas dos sentidos produzidos nas narrativas do Repórter Brasil Noite nas edições tomadas como recorte, foram exibidas no momento de realização do grupo focal, cujos resultados serão apresentados a seguir. Essa etapa ganha relevância na medida em que, como defende Motta, “não é o caráter mais ou menos narrativo que vai revelar a narratividade do texto jornalístico. É o leitor ou ouvinte, no ato da recepção das notícias, que conclui a obra” (p. 9, 2005). A partir de Iser, Luiz Gonzaga Motta ressalta o caráter negociado da leitura, em cujo ato seriam preenchidas lacunas e hiatos da história narrada:

Tal negociação estreita o espaço entre texto e leitor, atenua a assimetria entre eles, uma vez que por meio dessa atividade o texto é transportado para a consciência do leitor. O padrão textual se revela um jogo, uma interação entre o que está expresso e

o que não está. O significado do texto resulta de uma apropriação da experiência noemática que o texto desencadeia e que o leitor assimila e controla segundo as suas próprias disposições. (ISER apud Motta, p. 28, 1999)

Essa negociação, no âmbito dos sentidos enunciados nas matérias antes apresentadas, será analisada a seguir.

4.2.1 As narrativas e o público: A maioria em debate

A proposta de utilização da técnica do grupo focal foi compreender em que medida a veiculação de informações sobre a temática em questão no telejornal público possibilitaria uma transformação na narrativa e na percepção do telespectador em relação ao tema tratado. O encontro, objeto de análise, foi realizado no dia onze de julho, dez dias após a apresentação e votação da nova proposta na Câmara dos Deputados.

O grupo investigado contou com a participação de onze pessoas, entre jovens e adultos; a faixa de renda familiar variou de menos de dois salários mínimos (s.m.) à renda entre cinco e doze salários. A escolha do grupo heterogêneo (APÊNDICE A) justifica-se pela proposta de analisar as narrativas tanto de personagens potencialmente mais atingidos pela temática – negros, jovens, homens e com baixa escolaridade, segundo as pesquisas apresentadas pelo telejornal – e também a classe média-alta. Esse segundo extrato seria em tese aquele que é vítima da criminalidade e que seria formulador de possíveis soluções para o envolvimento de adolescentes no crime, em discussões em âmbito acadêmico e na sociedade.

Ao serem questionados quanto ao posicionamento em relação à maioria penal, os jovens negros, com renda familiar inferior a dois s.m., com atraso na relação idade X série letiva, demonstraram desconhecer o tema de maneira aprofundada. Uma das estudantes, de 19 anos, se posicionou favorável à redução, mas de forma confusa. O jovem, negro, também com 19 anos e que cursou até a 5ª série não quis se posicionar e permaneceu durante todo o debate calado, sem se expressar. A mesma atitude foi percebida pela estudante de 17 anos, negra e que cursa o primeiro ano do ensino médio.

Já o estudante negro, também de 19 anos, com renda familiar inferior a dois s.m., mas que cursa a universidade, demonstrou ser conhecedor do assunto e participou do debate de maneira ativa. Ele se posicionou contra a redução da maioria penal destacando que os jovens não são os principais culpados e sim que existe um problema social mais amplo. Também se posicionaram contrários à redução a estudante universitária, de 23 anos, com renda de dois a cinco s.m., e a advogada, de 25, com renda familiar de 5 a 12 s.m. A engenheira civil, de 56 anos, destacou que é uma situação complexa, não tendo uma opinião

formada a respeito. Os outros três participantes homens, adultos, classe baixa, média e média-alta, se posicionaram favoráveis à redução, mas com a ressalva de que a proposta é um paliativo e deve ser atrelada a outras medidas. A funcionária doméstica, de 48 anos, se disse favorável à redução da maioridade penal.

Os participantes relataram que não costumam buscar informações aprofundadas sobre o tema e que se informam no trabalho, em casa, na faculdade, na igreja, em grupos jovens, com a internet, televisão, rádio e jornal impresso. No caso da televisão, os canais citados foram TV Globo, TV Integração (afiliada da Globo em Juiz de Fora-MG), SBT, Record e no “programa do Datena”⁷¹.

Foram exibidas ao grupo, num primeiro momento, duas matérias, encerradas com a entrada do repórter ao vivo do Plenário. Logo após, foi questionado aos participantes se eles receberam alguma informação nova sobre o tema. Num segundo momento, perguntou-se quanto à eventual mudança no posicionamento em relação à redução da maioridade penal.

Além das matérias, que tratavam especificamente do projeto, anteriormente analisadas, exibiu-se uma terceira matéria que abordava o perfil da maioria dos presos no Brasil: negros, jovens, homens, com baixa escolaridade, e revelava que o número de encarcerados no país dobrou nos últimos dez anos. Após a exibição do material, foi perguntado se, naquele momento, a forma como os participantes enxergavam o tema havia sido modificada. Também foi colocado em discussão se as matérias mostraram adequadamente a questão, se faltou mostrar alguma coisa e o que o participante incluiria em uma narrativa jornalística sobre o tema.

Os participantes relataram que perceberam, com as matérias, a existência de um caos no Congresso e uma dificuldade dos políticos em lidar com o assunto e achar soluções para a criminalidade envolvendo jovens e adolescentes. Ao final do debate, nenhum dos participantes mudou de opinião, mas a posição contrária à redução ganhou novos argumentos.

O analista de sistemas, de 28 anos, morador do centro da cidade de Juiz de Fora (Zona da Mata mineira), pertencente à classe média-alta, destacou que o posicionamento contrário à redução ganhou peso com a fala do ministro da justiça, José Eduardo Cardozo, sobre a superlotação do sistema carcerário. Segundo o participante, Cardozo trouxe uma informação que até então ele desconhecia. O ministro, como figura de respeito, portadora de um argumento de autoridade, reforçou a narrativa do participante em relação à necessidade de se buscar medidas paralelas à redução. Segundo o analista, a fala do ministro o levou a pensar.

⁷¹ O programa “Brasil Urgente” é ancorado por José Luiz Datena e exibido pela TV Bandeirantes.

“Se houver a redução da maioria penal, e ele (ministro) mesmo citou, me espantou o quão breve vai ser esse colapso. Eu não mudei de opinião, não sou contra a redução, mas este fato me chocou”.

O recepcionista, de 40 anos, e o educador social, de 57, ambos com o 2º grau completo, tinham um discurso firme, favorável à redução no início do debate, e chegaram ao final com algumas ressalvas. O recepcionista, com renda de 2 a 5 s.m., cita que a opinião dele não mudou muito, mas que percebeu a deficiência do Governo diante das penalidades. O educador social, com renda de até dois s.m., diz que a fala do jovem estudante na matéria, sobre o Conselho Tutelar, ajudou a clarear as medidas que devem vir junto com a redução, como o investimento do Governo nos Conselhos Tutelares que estão ineficazes.

Participantes contrários à redução relataram que informações exibidas nas matérias contribuíram para reafirmar algumas opiniões. Para o estudante universitário, a matéria “reforça ainda mais a ideia de ser contra a redução. Porque, não tem como, todos os dados que são apresentados, todas as formas de diálogo relacionadas ao assunto, dão a entender que nós não temos um sistema prisional capaz de suprir as necessidades da população”. O universitário cita que consegue reforçar mais um argumento, que ele já vem pensando a respeito. O fato de adultos, deputados, pessoas com vivência, que já passaram por faculdades e cursos, não conseguirem apresentar uma solução para os jovens. “A população está sem saber o que fazer e os que, de fato, deveriam fazer algo estão sem saber como solucionar”.

A advogada de 25 anos, contrária à redução da maioria, cita a pesquisa exibida na matéria para reforçar a ineficiência do sistema carcerário brasileiro. Ela destaca que a pesquisa mostra que muitos países conseguem que as pessoas retornem do sistema carcerário ressocializadas e consigam viver em sociedade, o que no Brasil não acontece.

Ao colocar uma nova proposta em votação, a atitude de Eduardo Cunha, apresentada por personagens na matéria como uma manobra política, também foi reprovada por alguns participantes do grupo. A sonora da deputada Jandira Feghali foi apropriada pelo educador social que afirmou: “Os políticos, eles fazem sempre uma manobra para serem beneficiados de uma certa forma”.

De um modo geral os participantes sentiram falta de verem nas matérias informações sobre a solução para a causa do problema, que é a entrada destes jovens na criminalidade. Para eles, faltou mostrar o porquê dos presos terem este perfil: homens, jovens, negro, sem escolaridade.

Alguns perceberam o que consideraram um comportamento “tendencioso” por parte do telejornal e atribuíram esta parcialidade ao repórter. Um destes momentos foi durante a matéria em que manifestantes acampam no gramado do Congresso, já analisada acima. O universitário se incomodou com o tratamento diferenciado dado pelo repórter aos dois personagens: estudante contrário e empresário favorável, tanto pela narrativa off quanto pela seleção do momento da fala na edição. Vale destacar que a fala do jovem estudante na matéria, em argumentação contrária à redução da maioria, foi citada por três participantes do grupo.

Os participantes também perceberam que o telejornal tentava reafirmar o posicionamento contrário à redução, inclusive com a exibição da terceira matéria sobre a superlotação do sistema carcerário brasileiro. Para a engenheira, as reportagens reforçam os erros do sistema prisional.

Os participantes sentiram falta de informações e dados favoráveis à redução da maioria penal. A estudante universitária, de 23 anos, contra a redução, acha que as matérias mostram de forma superficial a questão e diz acreditar que, muitas vezes, o repórter não mostra a realidade para o telespectador. A universitária comenta que a televisão é um veículo muito assistido e que, por isso, pode ser usado para mascarar um fato.

A trabalhadora doméstica diz que faltou ser mostrado o que será feito com os jovens depois de presos. Ela questiona, “vai só prender? Tem que mostrar também o que vai ser feito. Para ele sair dali sendo outra pessoa”. Nesta última frase, percebe-se a apropriação de argumentos colocados por participantes do grupo focal em suas narrativas.

Outra crítica feita pelo grupo foi que a cobertura do assunto ficou restrita ao Congresso, sem buscar mostrar ou ouvir o foco do problema: os jovens, negros, sem escolaridade. Para a advogada, as pessoas que falam sobre o assunto “estão muito distantes desta realidade social para opinar”. São jovens que estudaram para ter uma opinião ou pessoas que tem uma posição econômica muito vantajosa. Ela destaca que “a preocupação com o jovem, realmente, ela é muito pequena dentro da reportagem. O que eu vejo é manobra política, é interesse político”.

O estudante universitário também percebe que o jovem não está inserido nestas questões. “A gente vê muito adulto se posicionando, pelo menos na TV, sobre estes assuntos, agora a própria juventude nem sempre é ouvida. E talvez o jovem também não tenha condição, alguns não sabem ver isso. Tem jovem que até hoje não sabe quem é Eduardo Cunha, não sabe o que ele faz, não sabe qual é a importância dele na política nacional”.

A informação da pesquisa, sobre o perfil do preso ter baixa escolaridade, foi questionada pela doméstica. Ela reconstruiu o discurso com base na própria vivência, ressaltando que antigamente não se estudava, mas se trabalhava e se ensinava os filhos a trabalhar. Ela questiona que hoje, a sociedade letrada não consegue uma solução para o aumento da criminalidade. Ou seja, ela reconstrói o discurso a partir da narrativa recebida e faz novas interpretações do que foi comunicado.

Quanto à crítica de alguns participantes, da matéria não se aprofundar no debate, a engenheira comenta que a reportagem pode estar mostrando uma discussão rasa porque às vezes o que acontece no Congresso é também uma discussão superficial sobre o assunto, embora ressalte que a matéria poderia aprofundar mais até para ajudar, já que “a função do repórter é dar uma ajudada na sociedade”.

É interessante ainda destacar que as duas jovens negras, moradoras da periferia, de 17 e 19 anos, chegaram ao grupo focal com as filhas bebês a tiracolo. As duas não se envolveram com o assunto debatido e estavam mais preocupadas em amamentar e acalmar as crianças do que com a discussão. O jovem de 19 anos, que não se manifestou durante o debate, é marido de uma delas. Os dados levantados ajudam a traçar o perfil dos personagens investigados nesse momento, como um micro-cosmos do universo da recepção, e podem sugerir novas pesquisas de aprofundamento do perfil dos jovens moradores da periferia e razão destes jovens não se envolverem e não terem se manifestado neste debate em um grupo heterogêneo.

4.2.2 Considerações sobre as novas narrativas formadas após o contato com o Repórter Brasil

Pela análise das narrativas das matérias sobre a redução da maioridade penal exibidas pelo Repórter Brasil percebe-se que o telejornal tem um posicionamento contrário à redução. Entendemos o telejornalismo público como forma de estímulo à formação de cidadãos, que têm o direito a serem bem informados e a participarem do processo comunicacional. Mas ao realçar posições contrárias à redução da maioridade e não exibir argumentos favoráveis à redução, o telejornal pecou na busca pela imparcialidade da informação.

Essa postura foi vista como tendenciosa pelos telespectadores investigados que ainda destacaram o fato de que o telejornal se manteve em uma discussão política sem sair do

ambiente do Congresso Nacional. Os passos da votação e as manobras políticas foram mostrados, mas os telespectadores sentiram falta de entenderem o cerne do problema.

Como o grupo focal destacou, e confirmou-se na análise narrativa das matérias, as pessoas que mais sofreriam com a redução da maioria, os moradores do foco do problema (negro, pobre, não escolarizado) não foram ouvidas, nem mostradas. A discussão ficou superficial, distante da perspectiva de aprofundamento ou de complementariedade, promessas do sistema público.

Entre as ausências percebidas está a de aprofundamento e de explicitação de tendências, de qual seria o próximo passo após, e se, aprovada a redução da maioria penal. Quais propostas viriam atreladas a esta medida? As matérias analisadas não deixam claro se os deputados favoráveis à redução não tem tais informações ou se foi opção editorial do telejornal não mostrá-las. A impressão que ficou para o grupo investigado é de que essa foi uma escolha ao narrar a realidade, na TV pública.

Em síntese, de maneira geral, não foram exploradas nas matérias do Repórter Brasil tomadas como objeto de análise as possibilidades de esgotamento do assunto, que poderia ter um caráter mais aprofundado como diferencial em relação às emissoras comerciais. Essa distinção quanto ao papel da emissora contudo, e o lugar do telejornalismo público, não é percebida pelos telespectadores que constituíram o grupo investigado.

Apenas um dos participantes, o educador social, disse ter o costume de assistir à TV Brasil, mas apenas para ver o jogo do Tupi (time de futebol da cidade de Juiz de Fora-MG). A advogada disse ter uma ideia geral do que possa ser telejornalismo público. Os outros participantes não conheciam a TV Brasil e não sabiam o conceito de televisão pública.

O caráter cidadão do telejornalismo público, como diferencial desse tipo de emissora, não foi percebido pelos telespectadores que estiveram em contato com as matérias selecionadas. Houve, ao contrário, críticas acerca de supostas tentativas de encobrir a realidade. A universitária destaca inclusive que a fala do repórter na matéria analisada pode ter tido a intenção de “encobrir este pensamento mais crítico da população”. Nesse sentido, a narrativa apresentada teve um sentido produzido para o grupo analisado que é oposto àquele proposto por uma emissora de televisão pública, de ampliar o envolvimento do cidadão, por meio de oferta de conhecimento e informação qualificada.

4.3 TV PÚBLICA E NOVOS AMBIENTES DE DIÁLOGOS: INTERAÇÃO DO PÚBLICO COM O FACEBOOK DO REPÓRTER BRASIL

Em tempo de interatividade proveniente dos avanços tecnológicos a partir do século XXI e, com isso a maior possibilidade de interação e participação do público, nos propomos a analisar como os internautas aproveitam do material postado pela página do Repórter Brasil no Facebook para construir uma nova narrativa na web e verificar se ocorre a apropriação do conteúdo por parte do usuário.

A interatividade advinda de avanços tecnológicos no início do século propiciou uma mudança na maneira de comunicarmos o mundo. A velocidade com que a informação se espalha via internet e telecomunicações móveis e a capacidade de armazenamento de dados provocou uma nova relação entre as pessoas. Muniz Sodré (2002) acredita que um novo âmbito foi criado, o qual ele chama de bios midiático. Mark Deuze (2013) pensa no usuário moderno como um zumbi na mídia, em que ele fica imerso no mundo virtual. Henry Jenkins (2009) apresenta o conceito de transmídia, onde a narrativa ganha novas plataformas para ser expandida.

O público é chamado a participar da construção da narrativa televisiva. No caso do telejornalismo, percebe-se cada vez mais a busca pela inserção da audiência na construção da notícia. Estudos recentes têm abordado o uso da segunda tela e a tendência por chamar a participação do telespectador como parte importante na construção da narrativa jornalística.

A interação do telespectador com o telejornal perpassa pela internet e seus aparatos tecnológicos. Em muitas das vezes a participação do público se dá via aplicativos de celulares e via internet, como pelo Facebook ou Twitter. Essa convergência⁷² das mídias permite a interação do produtor com o consumidor.

Neste contexto, nos questionamos de que maneira a participação do público funcionaria como uma narrativa transmídia (JENKINS, 2009). Principalmente nas redes sociais, onde o telespectador ganha o domínio do enunciado e passa a ter o poder de dar nova forma ao conteúdo. A participação da audiência na "reconstrução" da notícia, ao compartilhá-la e acrescentar a ela novo comentário, daria nova informação e significado à narrativa original.

Como nosso foco de pesquisa é o estudo da audiência em telejornalismo público no Brasil, propomos analisar, de forma inicial, como o público reage a provocações de

⁷² Pelo conceito de Henry Jenkins (2009), convergência é o local onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis.

participação na construção do Repórter Brasil por meio de postagens na página oficial do telejornal no Facebook e de que maneira o conteúdo postado pelo telejornal ganha atenção, "curtidas", "compartilhamentos" e "comentários" da audiência.

O avanço técnico das telecomunicações no que diz respeito à interatividade e ao multimídia veio na virada do século. A pluralidade de vozes advindas pela internet e pelas telecomunicações móveis começaram a abrir espaço na sociedade dominada pela comunicação centralizada, vertical e unidirecional. Ainda não se pode falar em uma comunicação democratizada, uma vez que o domínio da informação continua restrito a um pequeno grupo de acesso à grande mídia. Mas as novas tecnologias abrem caminho para uma série de mudanças. Muniz Sodré (2002) considera que a mudança neste processo comunicacional é lenta e não enxerga as novas tecnologias como uma revolução. Para o autor, a novidade da Revolução da Informação está no

fenômeno da estocagem de grande volume de dados e a sua rápida transmissão, acelerando, em grau inédito na História, isto que se tem revelado uma das grandes características da Modernidade – a mobilidade ou a circulação das coisas no mundo. (SODRÉ, 2002, p.13)

A singularidade do tempo presente é a velocidade e a fluidez dos processos. As narrativas têm deslizado de um meio a outro, de um suporte a outro. O fenômeno está na velocidade com que a narrativa midiática contemporânea se altera e é atravessada por novas possibilidades de narrar diante da convergência das mídias.

Dentro deste contexto, Sodré defende a existência de um novo ambiente existencial ao qual ele denomina de *bios midiático*. Tal conceito é baseado na definição de Aristóteles, em *Ética a Nicômaco*⁷³, em que o filósofo distingue três gêneros de existência (*bios*) na Polis: *biostheoretikos* (vida contemplativa), *biospolitikos* (vida política) e *biosapolautikos* (vida prazerosa, vida do corpo). A existência humana se desenrola em cada um destes âmbitos.

Muniz Sodré parte desta classificação aristotélica para pensar a midiatização como um novo *bios*. Este novo âmbito existencial é consolidado por meio da técnica digital. Segundo Sodré, os "ambientes interativos e imersivos digitalmente criados apontam para traços análogos as formas de vida" (SODRÉ, 2002, p.25)

A vida humana está cada vez mais virtualizada. O mundo real dialoga com o virtual. A tendência à virtualização das relações humanas é abordada por Sodré (2002). O autor acredita que a tecnologia tem o potencial não só de informar, mas de transformar a

⁷³ A *Ética a Nicômaco* é a principal obra de Aristóteles sobre Ética, escrita nos anos 300 a.c.

realidade vivida. Para Sodré, a sociedade, cada vez mais interconectada com a internet e as telecomunicações móveis é cocriada na mídia.

A interconexão entre a sociedade e a mídia é também pesquisada por Mark Deuze (2013). O autor acredita numa mudança global de comunicação de massa para autocomunicação de massa, o que aumenta nosso engajamento e envolvimento na mídia e de uns com os outros através da mídia.

A centralidade de nós mesmos tendo de tomar a responsabilidade de cocriar o mundo e nossos papéis nele através da (a maneira que usamos) mídia não pode ser subestimado. Como numerosos observadores notam, enquanto as pessoas usam a mídia estão diretamente e instantaneamente conectadas com grupos e redes dinâmicos, geralmente grandes e múltiplos, e estão também cada vez mais em um sistema de valor profundamente individualizado e aparentemente egocêntrico. (DEUZE, 2013, p.119)

A forma como as pessoas usam a mídia para produzir informação sobre e para si mesmas é vista por Deuze como a tendência em focar no gosto pessoal de cada um. Ganha repercussão o que nos interessa, o que nos causaria um esquecimento das necessidades do outro. Deuze sustenta que a evolução da mídia e sua crescente inseparabilidade do mundo vivido cria um usuário zumbi, semelhante a um morto-vivo (ou homem-máquina). Para o autor, "quando vivemos na mídia, de uma forma ou de outra, nós nos tornamos menos cientes de nossos ambientes, menos sintonizados em nossos sentidos, e, assim: mais como autômatos sem vida" (DEUZE, 2013, p.122).

A tendência à virtualização da sociedade foi percebida pela mídia, que vem criando maneiras de se aproximar do público por meio da interatividade e, muitas vezes, pela cocriação de conteúdo. O uso de outras plataformas, como a web, por exemplo, para a veiculação e divulgação da notícia permite que o usuário tenha uma informação variada, ao mesmo tempo em que pode interagir com ela. Paula Puhl (2013) acredita que a televisão está "cada vez mais estreitando laços com a web e suas características como a não-linearidade e a fragmentação" (PUHL, 2013, p.2). A alternativa pela quebra da informação cronológica permite que o leitor tenha autonomia para acompanhar a informação na ordem que lhe convir.

A internet vem sendo usada como uma aliada à televisão. Puhl destaca que a relação com os produtos midiáticos está também inserida no jornalismo: "hoje, não basta somente a população saber dos acontecimentos do dia, ela precisa mostrar ao mundo sua opinião acerca daquilo, independente de seu vínculo com a notícia" (PUHL, 2013, p.4).

A midiaticização do jornalismo passa a instituir os meios como elementos estruturantes de um novo bios comunicacional. As práticas de produção de notícia se alteram, como também se modificam as formas de narrar e de distribuir conteúdo. O telejornal surge

em um novo formato, integrado a um conjunto de mídias. O telejornal "abandona seu lugar de mediador e de espaço por onde outros se deixam dizer para ser o próprio 'dizer em si'" (PICCININ e SOSTER, 2012, p.120).

Para Beatriz Becker (2012), o número de notícias sobre flagrantes, denúncias e testemunhos registrados em vídeo tem se tornado frequente nos noticiários. Tal fenômeno é provocado pela convergência das mídias, pela popularização de ferramentas digitais e pelo barateamento dos equipamentos de produção audiovisual.

Mas o espaço que o cidadão comum ganha no telejornal é considerado por Becker ainda muito restrito. Segundo a autora, "as reportagens veiculadas raramente geram uma intervenção radical na narrativa jornalística audiovisual" (BECKER, 2012, p.84).

O Repórter Brasil busca a participação do público em alguns quadros do telejornal, como no "Pergunta do Dia" e no "Outro Olhar". No quadro "Outro Olhar", o público produz uma matéria e a envia ao telejornal via site do Repórter Brasil. Esta matéria passa por uma seleção da edição do telejornal onde se escolhe o material que será exibido - não são todos os materiais enviados que entram no ar. No "Pergunta do Dia", uma pergunta, com caráter opinativo, é feita pelos apresentadores durante o telejornal e é disponibilizada também na página do telejornal no Facebook. Os apresentadores chamam para a participação do público pela internet ou, mais recentemente⁷⁴, pelo aplicativo Whatsapp. Poucas respostas do público são exibidas no telejornal, mas todas elas ficam expostas na página na internet.

Em rede, o usuário ganha maior domínio sobre o comentário da notícia, estando livre das intencionalidades e das amarras da linha editorial do noticiário. O internauta pode criar uma nova narrativa sobre determinado conteúdo, sem que a informação original precise ser acessada por um novo leitor. Nesse sentido, pretendemos defender a ideia de que esta narrativa, ao sair da TV e ser criada na web, poderia ser considerada transmídia, no conceito de Henry Jenkins (2009), uma vez que ela não é simplesmente a reprodução de uma notícia, mas uma nova narrativa própria baseada no conteúdo da informação emitida.

No conceito de Jenkins (2009), as narrativas secundárias dependem de uma principal, chamada de "nave-mãe", que dá todo o suporte para as alternativas. Não é necessário que o usuário conheça todas as narrativas alternativas. Mas tendo acesso às transmídias ele pode conhecer outras pontas da história e ter um maior envolvimento com as várias facetas do produto.

⁷⁴ Pesquisa feita em fevereiro de 2016.

Quanto mais a audiência conhecer as narrativas transmídias, mais detalhes da história ela terá. A bagagem da audiência vai definir a forma de entendimento e captação da narrativa. O espectador constroi junto a história, a mensagem, de acordo com o seu conhecimento prévio. O mesmo pode acontecer com o jornalismo. Quanto mais informações de diferentes meios, suportes, etc, o público tiver acesso, mais subsídios ele terá para entender e formar uma opinião de determinado assunto.

No caso da página do Repórter Brasil no Facebook, este tipo de narrativa transmídia não é percebido. O conteúdo postado na página é idêntico ao exibido no telejornal. As diferenças, quando existem, são sutis. Elas estão presentes em vídeos gravados pelos repórteres anunciando o que o internauta pode esperar encontrar no telejornal. Outras postagens remetem ao link de matérias hospedadas no site da Agência Brasil.

O conteúdo extra, transmidiático, poderia vir também da audiência. O público, ao construir uma narrativa sobre determinado assunto abordado no telejornal, acrescentaria informação própria e se tornaria produtor de conteúdo.

Na intenção de buscar entender de que maneira o público constroi novas narrativas após o contato com as notícias na página do Repórter Brasil no Facebook, analisamos as matérias postadas no dia 11 de fevereiro de 2016 pelo menos 20 horas após elas terem sido colocadas na rede. Nesta data, uma quinta-feira após o feriado de carnaval, dia útil, foram feitas dezenove postagens. As postagens consistiram em chamadas para matérias que seriam exibidas no telejornal Repórter Brasil, algumas com gravações de vídeos com a presença do repórter discorrendo sobre o assunto a ser tratado, links para matérias no site da Agência Brasil, chamada para participação do internauta pelo Facebook ou pelo Whatsapp para responder à "Pergunta do Dia" (neste dia foi sobre o bullying), vídeos com matérias exibidas no telejornal e uma postagem sobre os vinte anos da morte do fotógrafo Pierre Verger com imagens de fotografias feitas por ele.

Em nossa análise, destacamos as curtidas, compartilhamentos e comentários que cada postagem recebeu. Devido à política de privacidade do Facebook, algumas postagens não são visíveis para todos os usuários. A análise foi feita com o conteúdo aberto a todos. Nos compartilhamentos feitos pelo internautas, procuramos avaliar os comentários agregados às novas postagens como forma de verificar as novas narrativas construídas pelos usuários. O que nos chamou a atenção foi que a grande maioria dos compartilhamentos não eram acompanhados de comentários, ou seja, pouco se acrescentou ao assunto tratado. Achamos relevante destacar que o compartilhamento de uma informação faz com que o usuário assuma para si aquele discurso. Ao compartilhar determinado conteúdo, o internauta confere a ele

maior visibilidade, uma vez que amplia o alcance da mensagem. Compartilhar uma informação também é tomar parte na difusão da conversação, na medida em que permite que os usuários construam algo que pode ser passível de discussão, uma vez que é de seu interesse, para sua rede social.

É curioso destacar que, das dezenove postagens, a mais curtida pelos internautas foi a atualização da foto do perfil da página, que recebeu 103 curtidas. A foto consistia na logo do Repórter Brasil com os horários de exibição do telejornal. Não houve nenhum compartilhamento e dois internautas comentaram a postagem, destacando o caráter inovador do Repórter Brasil.

Apenas duas matérias exibidas no telejornal foram postadas no Facebook e ficaram entre as cinco postagens mais curtidas pelos internautas. Uma das matérias, sobre o jeito de brincar dos indígenas da aldeia guarani, recebeu 80 curtidas e foi a segunda postagem mais compartilhada do dia, com 34 compartilhamentos. A postagem foi uma das mais comentadas. Cinco internautas comentaram na página do telejornal e seis fizeram comentários ao compartilhar a matéria. Os comentários na página oficial consistiam em relatos de impressões pessoais sobre a matéria, como: "Apesar dos desafios permanecem firmes, mantendo a tradição. Guerreiros!"⁷⁵ Ou "Um povo que luta pela sobrevivência precisa ser respeitado"⁷⁶. Uma internauta aproveitou a matéria para fazer uma crítica às brincadeiras das crianças moradoras de centros urbanos: "as brincadeiras das nossas crianças aqui é watzapp face são as redes sociais (sic)"⁷⁷.

Poucos compartilhamentos foram acrescidos de comentários adicionais dos internautas. Alguns comentários expressavam a opinião do internauta sobre a matéria, como "gostei demais" ou "fiquei encantado". Outros apenas reforçavam uma chamada para assistir ao vídeo como "vamos saber mais sobre as brincadeiras das crianças indígenas?"⁷⁸. Um internauta expressou de forma mais detalhada sua visão sobre o conteúdo do vídeo:

Se o Brasil hoje é um país é porque, os indígenas permitiram que bandeirantes escravizadores de índios invadissem e estruturassem ao modo português as vilas, freguesias, cidades e países. Muitos ensinamentos foram transmitidos dos povos ancestrais em nossas terras para os europeus e africanos, para sobreviverem e aprenderem a lidar com as abundâncias de recursos naturais que aqui encontraram. Por isso, ainda devemos aprender muito com os indígenas a educar as crianças e tornarem pessoas que saibam lidar com pessoas e com o meio em que vivem. Essa reportagem mostra quem é o verdadeiro indígena, um professor com que nós

⁷⁵ Comentário postado pela internauta Ana Maria, no dia 12 de fevereiro de 2016, às 20h.

⁷⁶ Comentário postado por Rosa Helena de Brito, no dia 12 de fevereiro de 2016.

⁷⁷ Comentário feito por Luciana Augusta Frutuosa, no dia 12 de fevereiro de 2016, às 9h

⁷⁸ Comentário postado por Rede Brasileira Infância e Consumo, em 12 de fevereiro de 2016, às 16h30.

devemos aprender muito para sermos Brasil. (postagem de Sérgio César Júnior na página do facebook do Repórter Brasil no dia 12 de fevereiro de 2016, às 20h).

O comentário do internauta tem característica opinativa e traz novas informações ao leitor. A postagem mais compartilhada pelos internautas foi o vídeo da matéria exibida no telejornal sobre o esgoto jogado *in natura* no leito do rio São Francisco. A postagem foi compartilhada por 40 internautas e recebeu 56 curtidas. Dois internautas comentaram na postagem. Um deles faz a denúncia de que o problema acontece em quase todo o Alagoas e denuncia Prefeitura e Usina da região:

Isso é quase em Alagoas toda, principalmente no interior uma cidade chamada São José da Laje no interior de Alagoas, sofre todos os anos com a falta de agua, sendo que passa um rio no meio da cidade, mas a prefeitura joga todo esgoto da cidade, e sem contar a usina da região que joga todo ano produto químicos matando milhões de peixe, inclusive a tilápia que é muito comum na região, cadê o cuidado com a Natureza e as punições dos órgão do meio ambiente, estadual e Nacional.....muito triste... (comentário postado na página do Repórter Brasil no dia 12 de fevereiro de 2016)

Dos 40 compartilhamentos, apenas três comentários ficaram visíveis para análise. Um deles replica o texto de chamada para a matéria, o outro apenas destaca o rio "São Francisco" e um terceiro critica a postura dos habitantes e governantes: "Um país fadado ao colapso? Creio que é o que se espera de quem maltrata a própria água que consome..."⁷⁹.

Outras quatro matérias postadas no dia 11 de fevereiro e compartilhadas tiveram apenas um comentário adicional de internauta cada. Uma delas foi uma postagem sobre o trabalho do fotógrafo, etnógrafo e babalaô Pierre Verger que completava 20 anos de falecimento. A postagem discorria sobre o trabalho do artista e exibia quatro fotografias de pessoas. Foi a terceira postagem mais curtida, com 61 curtidas, e a quarta mais compartilhada. O comentário era "Quando a imagem fala"⁸⁰.

A "Pergunta do Dia" é uma postagem que chama para a participação dos internautas pelo próprio Facebook ou pelo telefone via aplicativo Whatsapp. No caso da televisão, os apresentadores do telejornal introduzem o tema a ser debatido e, em seguida, anunciam a pergunta. As respostas vêm da população nas ruas, num primeiro momento gravado em vídeo pela equipe da televisão. Os apresentadores também leem algumas respostas dos internautas dadas via Facebook e via Whatsapp. No final, os apresentadores anunciam que a participação pode ser feita pelo Twitter ou pelo Whatsapp. Acessando diretamente a página no Facebook, é possível verificar a introdução ao tema, assim como a pergunta do dia. No dia 11 de fevereiro de 2016 a postagem anunciava que a lei que cria o

⁷⁹8 Comentário do internauta Alessandro Oliveira, publicado no dia 11 de fevereiro de 2016, às 19h42.

⁸⁰9 Comentário postado por Luizete Vicente, no dia 12 de fevereiro de 2016, às 11h.

Programa de Combate à Intimidação Sistemática, de combate ao bullying, começava a valer a partir daquela semana. A pergunta era: "Como combater o bullying nas escolas?". Foi a postagem mais comentada do dia, com sete comentários, todos eles opinativos. Os internautas registravam suas opiniões contra ou favoráveis à lei e apresentavam argumentos que justificassem tal posicionamento. Dos três compartilhamentos, um possuía comentário com um relato da internauta: "Eu sempre sofri nas escolas, me perseguiram por ser magra, ou tirar nota 10. Espero que essas praticas terminem, pois, eu tenho traumas"⁸¹.

As postagens que exibiam links para matérias no site da Agência Brasil receberam menos curtidas, poucos compartilhamentos e poucos comentários. As chamadas para o telejornal em que eram acompanhadas de vídeos gravados pelos repórteres foram mais compartilhadas e curtidas do que as chamadas sem o vídeo.

4.3.1 Nova narrativa ou retransmissão? Como se posicionam os telespectadores do Repórter Brasil no Facebook

Em tempos de convergência de mídias, em que o mundo real se mistura com o virtual, havia uma expectativa de que a reapropriação do conteúdo para uma divulgação de ideias próprias fosse maior do que a simples retransmissão de algo dito pelo veículo. Como pudemos perceber nesta breve análise, a maioria dos internautas ao compartilhar um conteúdo postado pelo telejornal Repórter Brasil na página do Facebook na internet não acrescenta à postagem uma nova narrativa. Não podemos ignorar que o simples ato de compartilhar já diz muito sobre o que se quer expressar e ajuda a traçar um perfil social próprio do internauta.

A ferramenta (Facebook) permite que o internauta faça parte do processo de produção da informação, mas esta participação ativa do público se mostrou baixa. Uma possível hipótese seria que o usuário recebe uma enxurrada de conteúdo na rede e mantém o assunto superficial, sem se aprofundar à avalanche de informações recebidas a cada minuto.

O Facebook do telejornal Repórter Brasil não atua como uma narrativa transmídia, uma vez que nenhum dado novo é acrescentado ao post, mas somente aquilo que foi exibido no telejornal ou que foi publicado no site de notícias Agência Brasil. A narrativa, no conceito de Jenkins (2009) acaba sendo crossmedia já que é simplesmente a reprodução de um mesmo conteúdo em várias mídias diferentes. Se fosse uma narrativa transmídia, as plataformas deveriam ser usadas para dar uma experiência completa aos seus receptores, com

⁸¹10 Comentário postado por Vanessa Nunes S. Santos, no dia 11 de fevereiro de 2016, às 23h.

acréscimos de informações em acordo com o meio. Os usuários acabaram seguindo esta tendência do Facebook do Repórter Brasil e pouco complementaram à narrativa "original".

Percebemos que houve uma maior identificação dos internautas com as postagens que exibiam o vídeo de matérias exibidas no telejornal da TV Brasil. Sendo a maioria apenas retransmitida e não acrescida de comentário adicional. Os comentários dos internautas, em sua grande maioria, eram opinativos e pouco acrescentavam com informações novas ao conteúdo tratado pela página.

Esta pesquisa teve um caráter experimental e sugere que o internauta que acessa e interage com a página no Facebook do Repórter Brasil poderia aproveitar mais as possibilidades da rede e interagir de forma mais direta com o conteúdo, usufruindo desta forma de seu poder de cidadão e atuando na pluralidade e democratização da informação.

4.4 A PERCEPÇÃO DO TELEJORNAL PÚBLICO PELOS PROFESSORES

Neste terceiro estudo da recepção nos propusemos a analisar como o telejornal da televisão pública é recebido por um grupo particular de interesse: os professores. Fizemos uma pequena análise com um grupo de professores de maneira que conseguíssemos levantar algumas pistas de como o nosso objeto em estudo, o telejornal Repórter Brasil, é recebido, interpretado e utilizado para a construção de novas narrativas do telespectador. Buscamos analisar se os integrantes do grupo percebem alguma diferença entre o telejornal de uma emissora que se apresenta como pública ao de uma emissora comercial. Ao mesmo tempo em que questionamos se os integrantes do grupo reconhecem este telejornal como público.

A metodologia utilizada para esta parte do estudo foi o Grupo Focal para o estudo da recepção. Uma das potencialidades do grupo focal é, segundo Bernardete Gatti (2005), o próprio tipo de material que emerge nas discussões:

Ideias, opiniões, modos de ver, atitudes, valores, que são evidenciados e processados num coletivo, mostrando mudanças, influências recíprocas, acordos e desacordos, que se produzem e se alteram ao longo da dinâmica do trabalho. (GATTI, 2005, p.67)

O grupo foi formado por professores das redes pública e privada. A escolha dos integrantes se baseou na estrutura de criação da televisão pública no Brasil, diretamente ligada às TVs educativas. Pretendíamos buscar entender o que os professores conheciam e como avaliavam a televisão pública brasileira. Por ter um caráter educativo, será que os educadores

acompanhavam o processo de produção deste tipo de comunicação? Queríamos entender o quanto esta classe se envolvia com a discussão da televisão pública no país.

Para isso, identificamos no período de quatro semanas as matérias exibidas pelo telejornal Repórter Brasil cujos temas eram relacionados à educação. Após identificar este material, selecionamos três matérias para serem exibidas durante o Grupo Focal. A escolha foi baseada na busca pela diversificação de tipos de matérias ligadas à educação. O primeiro material tinha um caráter político e tratava sobre um levantamento feito sobre o Plano Nacional de Educação. A segunda matéria fazia parte de uma série especial, com perfil histórico em que se abordava a guerra pela Independência na Bahía. A terceira matéria foi apresentada por ter sido produzida por uma emissora educativa na Amazônia, região do país pouco vista nos telejornais de emissoras comerciais.

É importante ressaltar que no momento em que realizamos esta parte da pesquisa, a TV Brasil tinha passado por mudanças em sua forma de administração com a alteração e exclusão de alguns artigos da lei de criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Conforme já analisado em capítulo anterior, as mudanças na lei 11.652 retiraram alguns itens que buscavam a garantia de autonomia e independência da gestão da televisão pública, como também reduziram a participação da sociedade civil nas decisões e produções da emissora.

Neste momento também tínhamos o interesse em identificar de que maneira a mudança na forma de gestão refletiu na percepção do público sobre a televisão pública. Para isto, optamos por iniciar o Grupo Focal com questionamentos acerca do nível de conhecimento dos professores participantes em relação às promessas da televisão pública e se estas promessas eram cumpridas pelas matérias do telejornal em análise.

4.4.1 A percepção de matérias do telejornal por professores: análise do grupo focal

Como explicado anteriormente, a escolha pelo grupo ser formado por professores se deu em virtude da criação na televisão pública no Brasil, a partir das TVs Educativas. Optamos, então, por selecionar matérias veiculadas pelo Repórter Brasil com a temática educação. Analisamos um período de quatro semanas. A busca foi feita pelo site da EBC, na página da TV Brasil, pela programação do Repórter Brasil.

A busca efetiva pela montagem do grupo focal começou no dia 10 de julho, uma segunda-feira. O primeiro contato foi com o Sindicato dos Professores Municipais, pelo telefone fixo da entidade. O funcionário que atendeu relatou que os professores da rede municipal já estavam de férias e que os da rede estadual entrariam de recesso letivo na

próxima semana. Devido a isso, ele acreditava ser praticamente impossível que conseguíssemos juntar oito professores para o estudo (mínimo necessário para formar o grupo focal, conforme metodologia). De qualquer forma, ele repassaria a demanda para algum diretor. O contato com um dos diretores do sindicato só foi possível na quarta-feira, após insistentes ligações. O diretor fez o mesmo relato, de que no período de férias seria impossível reunir tais professores, mas aconselhou que tentássemos um contato diretamente com uma instituição: a sugerida foi o Instituto Estadual de Educação de Juiz de Fora (Escola Normal).

Por ser a última semana de aulas, ela foi destinada para o lançamento de notas pelos professores e para os jogos colegiais internos. A direção da escola autorizou que tentássemos reunir um grupo de professores, mesmo se mostrando desacreditada de que conseguiríamos. Os diretores não conseguiram fazer um contato prévio com os educadores. Sugerimos, então, que fosse marcada uma data futura, mas todos os professores que tivemos contato relataram que nas semanas de férias nenhum deles poderia e também não acreditavam que conseguiríamos reunir os docentes.

Diante deste cenário, optamos por tentar reunir o grupo naquele mesmo dia, uma quinta-feira, dia 13 de julho de 2017. Alguns professores estavam atarefados com o lançamento de notas e correção de provas, um grupo de professoras de apoio não quis participar, outros professores não poderiam esperar. Com caro custo, reunimos um grupo de sete professoras, todas mulheres. Uma delas ficou manuseando o celular, não mostrou interesse na discussão e se retirou da sala durante a conversa, ficando o grupo com seis pessoas.

Também é importante destacar que duas professoras participaram do grupo ao mesmo tempo em que faziam correções e anotações no material escolar, não estando toda a atenção delas voltada para a discussão.

Para preservar a identidade das professoras, já que nosso foco não é destacar a visão, opinião e pensamento particular das participantes, vamos identificá-las por números (APÊNDICE B). A professora 1 leciona história em uma instituição estadual. A professora 2 atua como apoio nas séries iniciais. As professoras 3 e 4 lecionam língua portuguesa na rede estadual. A professora 5 atua na disciplina de Geografia nos estados de Minas Gerais e Rio de Janeiro. A professora 6 é da disciplina de Língua Portuguesa e atua nas redes pública e particular; a formação dela é em jornalismo.

A dinâmica foi a seguinte: conversamos sobre o entendimento das professoras em relação ao conceito de TV pública e, após explicar brevemente o que seria esta definição, abordamos o que as docentes esperavam de um telejornal público, ao mesmo tempo em que se

era conversado sobre a avaliação delas quanto ao telejornalismo feito no Brasil. Somente após esta conversa inicial, exibimos as três matérias selecionadas.

Ao falar em televisão pública, as professoras levantaram duas definições: à de uma televisão estatal, ligada aos interesses do Governo estadual ou federal; e a do sinal público, por não ser pago, e que englobaria todas as televisões de canal aberto brasileiras.

O conceito de TV pública não é muito bem definido pelas participantes, tendendo ao entendimento de se tratar de uma tv estatal. Alguns exemplos lembrados foram TV Brasil, TV Assembleia, TV Câmara, TV Escola.

Foi consenso entre o grupo que o acesso ao sinal de televisão é público mas a TV em si não tem um caráter público devido ao fato das emissoras terem uma posição ideológica, política, de classe. As docentes destacam que as emissoras possuem donos, como o Silvio Santos no SBT e a Igreja Universal na Record. A professora de história ainda destacou que a televisão no Brasil é totalmente contra o povo sendo, segundo ela, "desse ponto de vista anti-público ou anti-povo". De acordo com a opinião da professora, todas as emissoras tendem para um lado, para um grupo. O que elas teriam em comum é que servem a grandes corporações. Por este ponto de vista, não haveria a preocupação com o que realmente é de interesse público. O grupo entende que a finalidade da televisão é, enquanto 4º poder, fortalecer "este sistema horroroso em que a gente vive".

As professoras relataram não terem o costume de assistir à TV Brasil. Uma delas assiste pela manhã enquanto o filho vê desenho animado no canal. A professora com formação em jornalismo conta que já assistiu mas há muito tempo não passa pelo canal. A maioria informou que não tem tempo para assistir à televisão e acaba buscando informação em outros meios, principalmente pela internet por meio das redes sociais como Facebook, Twitter, Whatsapp.

Pelo pouco contato com a TV Brasil, o grupo mais imagina como seja o canal do que o acompanha de fato. As integrantes acreditam que a programação da TV Brasil seja mais cultural, e destacam o caráter mais educativo como justificativa de ser "patrocinada" pelo Governo. Ao reforçarem a posição tendenciosa para os interesses governamentais, elas não veem problema uma vez que a TV pública estaria assumindo o seu papel de ser estatal, portanto "governista".

As outras emissoras comerciais são vistas como detentoras de um discurso falso de independência e autonomia uma vez que estão aliadas a grupos de poder. A professora de história ressalta o "absurdo" destas emissoras receberem "uma gorda fatia de financiamento público para agir contra a gente, contra os nossos interesses".

As professoras parecem concordar que as emissoras comerciais agem em interesse próprio e mudam o enfoque da notícia de acordo com a situação política e econômica do momento. Inclusive uma delas citou a cobertura jornalística da Rede Globo na década de 1990, em que, na opinião dela, a emissora participou ativamente da campanha e eleição de Fernando Collor de Melo para presidente e depois apoiou e forçou o impeachment. De acordo com a docente, ação semelhante ao que vem ocorrendo com o Governo Dilma–Temer (2016/2017).

Outro ponto entendido pelas professoras é que as emissoras buscam a audiência e selecionam as notícias para um público alvo. Para elas, os veículos agem para aumentar a audiência. Elas acreditam que a preocupação com a audiência aumentou após o advento da internet. "Quando as pessoas passaram a ter informação por um outro meio, buscar a própria informação, aí (sic) caiu aquele império que eles (donos de emissoras) tinham, que eles achavam que era intocável" (Professora 1). A professora acredita que a maior emissora comercial do Brasil, a Rede Globo, está desmoralizada e que os jovens e os formadores de opinião que estão surgindo agora "já pegou(sic) a onda da internet. Então a tv em si, essa comunicação política através da tv, não atinge mais essa galera como atinge a gente ou como atingia quando a gente era da idade deles" (professora 1).

Pedimos para que as professoras fossem mais específicas em relação ao telejornalismo no Brasil. Elas percebem o conteúdo dos telejornais dos canais abertos, citados por elas como "os mais assistidos", que seriam Globo, SBT, Band, como "totalmente tendenciosos", de acordo com os grandes empresários e detentores do poder. Para a professora 5, os telejornais só se preocupam em abordar um tema de interesse do "povo" quando a audiência estiver caindo.

Para direcionar um pouco mais a nossa conversa, fizemos uma breve explicação sobre a criação da lei que instituiu a Empresa Brasil de Comunicação e o início da TV Brasil como primeira emissora pública de alcance nacional. Explicamos que embora ela fosse financiada pelo Governo Federal, a EBC possuía algumas medidas para buscar uma independência editorial e uma maior autonomia. Entre elas, o Conselho Curador – composto por membros da sociedade civil. Destacamos a mudança na lei proposta e aprovada no governo do presidente Michel Temer, em 2016, em que houve a extinção do Conselho Curador e outras medidas que reduziram a tentativa de dissociar a linha editorial da televisão pública do interesse político vigente. Mesmo com as mudanças, a TV Brasil ainda se apresenta como uma televisão pública. Após esta explicação, questionamos qual seria o ideal do telejornalismo público.

As professoras relataram terem dificuldade em pensar em um ideal de telejornalismo por falta de referências positivas ou de um parâmetro. A professora 4, da disciplina de língua portuguesa, destacou que o ideal seria falar a verdade.

Em contraponto, a professora 6, também de língua portuguesa e jornalista, considerou que todo tipo de comunicação é de alguma maneira tendenciosa. Ela cita que até a omissão de uma informação é uma forma de privilegiar um determinado ponto de vista. Ela ainda defende que o ideal é não ser o que é a Globo, descrita por ela (e corroborada por outras docentes) como "de direita" e manipuladora. A dificuldade, segundo a professora, é encontrar o equilíbrio entre os dois lados, entre a direita e a esquerda. "Porque o ideal seria o que ensinam na faculdade de jornalismo: a imparcialidade, ouvir todas as partes, e deixar o telespectador tomar as decisões, refletir em cima daquilo que é mostrado" (professora 6).

O editorial no telejornalismo também é visto pelo grupo como uma forma negativa de imposição de uma opinião. Foi citado o exemplo do posicionamento da jornalista Raquel Sherazade, âncora do SBT Brasil, telejornal do horário nobre do SBT.

A professora de história relata não acreditar em imparcialidade. Para ela, com a desigualdade social existente no Brasil, é impossível produzir um conteúdo que vá atender aos interesses de grupos distintos. Um dos lados sempre será favorecido. Ela afirma acreditar em uma imprensa popular – algo que seja produzido de forma parcial de acordo com o interesse do povo, "que é a maioria da população".

Em relação ao interesse do público, a professora de geografia destaca ser muito difícil que um telejornal consiga abordar assuntos de interesse de toda a população num país com uma área territorial tão extensa quanto o Brasil. Ela acredita que as redes sociais tem contribuído para o surgimento de comunidades, que se reúnem para conversar sobre assuntos comuns à realidade vivida por eles. Como exemplo são citados os grupos no Facebook, no Whatsapp, as Rádios Comunitárias. O grupo concorda que as redes sociais democratizaram esse acesso à informação regionalizada e à informação extraoficial (de bastidores). Mas ao mesmo tempo destaca que a fragmentação abre espaço para notícias falsas e boatos.

Após esta conversa inicial, foi exibido o primeiro vídeo selecionado. Tratava-se de uma matéria sobre o Plano Nacional de Educação. A cabeça da matéria explicava que o Plano prevê ações para melhorar a qualidade do ensino brasileiro. A lei completaria três anos no domingo seguinte ao enunciado e foi divulgado um balanço feito por entidades do setor que apontava que só 20% dos objetivos previstos até junho de 2017 haviam sido alcançados. A matéria destacava que, de acordo com o levantamento, apenas seis dos trinta dispositivos

havia sido cumpridos até o momento, sendo que dois deles de forma parcial. Um dos destaques foi a inexistência do plano de carreira para o professor da educação básica.

As professoras se surpreenderam com o posicionamento crítico da matéria, principalmente por considerarem que a TV Brasil é "chapa branca" e não esperavam que ela fosse transmitir uma matéria com cunho negativo ao governo. Foi citado pelas docentes o uso de pesquisas e de estatísticas para embasar o argumento da notícia.

Interessante destacar que ao relatar que achou a matéria imparcial, a professora 5 foi questionada pelas outras integrantes do grupo. Na opinião da professora 1, a matéria foi parcial pois mostrou apenas as fragilidades do Plano, o que não foi cumprido. E a professora 5 contra argumenta: "mas eles mostraram o que foi pesquisado de fato, não ficaram tentando mascarar". Tal ponto de vista levou a professora 1 a concordar com ela.

Algumas professoras acreditam que esta matéria não seria veiculada no Jornal Nacional, da Rede Globo, por exemplo. Isso nos leva a entender que elas consideram que o telejornal que a exibiu é diferenciado. Para outras, a matéria poderia ser exibida caso houvesse um interesse político como pano de fundo, como derrubar o Ministro da Educação, por exemplo.

As fontes ouvidas na matéria não foram citadas por nenhuma professora. Em relação a elas, questionamos se as integrantes do grupo sentiram falta da entrevista de alguma pessoa específica. A professora 3 é categórica em dizer que sempre falta. Ela destaca que o Plano de Carreira é mais complexo que o mostrado na matéria, uma vez que envolve diferentes classes, como os professores do ensino fundamental, das séries iniciais, dos anos finais.

A nota pé lida pelo apresentador ao final da matéria foi criticada pelas professoras. Elas citam que o Ministério da Educação alega que o cenário econômico era outro quando da aprovação do Plano Nacional mas destacam que está previsto pela Constituição uma verba fixa, mínima, para a educação. E consideram que a resposta do Ministério poderia ter sido diferente caso estivesse no poder o mesmo grupo político da época da aprovação do Plano.

A segunda matéria exibida ao grupo foi a primeira de uma série especial de cinco episódios veiculados durante a semana do dia 26 a 30 de junho. A matéria abordava uma guerra pela Independência do Brasil ocorrida em Cachoeira, Bahia, cidade do Recôncavo Baiano, iniciada três meses antes da proclamação de Dom Pedro em 1822. A apresentadora anuncia que a história é pouco conhecida.

A professora de história se mostrou surpresa e disse que não tinha conhecimento dessa revolta. O grupo não conseguiu lembrar o nome da revolta e tiveram divergências quanto à data do fato, se seriam três meses ou três anos.

Interessante destacar que, novamente, as fontes não foram citadas. Mesmo que nenhuma professora tivesse conhecimento do fato, nenhuma delas questionou a veracidade do mesmo. O que está de acordo com os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016, em que a maioria dos entrevistados confia nas notícias divulgadas pela televisão.

Na série, mesmo sendo uma informação desconhecida por todas, inclusive pela professora de história, em nenhum momento foi levantado qualquer tipo de dúvida em relação à veracidade das informações. As professoras acreditaram na informação passada. Tal crença na notícia pode ser explicada pela presença do historiador, do escritor, das imagens históricas. A matéria mostra os festejos na cidade, a celebração religiosa, uma solenidade na Câmara de Cachoeira. Esses elementos dão a sensação de verdade, certificada pela televisão ao passar tal informação.

A exibição deste tipo de material educativo foi considerado pelas professoras um diferencial do telejornal. Elas comentaram que seria interessante passar este tipo de matéria em horários mais nobres. As integrantes não fizeram em nenhum momento a distinção entre o gênero jornalístico e o suporte para a veiculação da matéria, seja ele um telejornal, um programa jornalístico, um programa de entretenimento, entre outros. A professora de história declarou acreditar que a Globo não passaria uma matéria deste tipo em horário nobre. Já a professora de língua portuguesa com formação em jornalismo, lembrou de uma série exibida no Jornal Nacional sobre a seca no nordeste, com destaque para o cunho cultural do conteúdo. Mas ponderou que a seleção das matérias que serão exibidas depende do interesse dos patrocinadores e da audiência.

Foi levantado pelo grupo que o Governo, enquanto um grande patrocinador das emissoras, poderia incentivar a exibição deste tipo de matérias, com cunho cultural e educativo. (Interessante destacar aqui que o Governo é o principal investidor das emissoras de TV aberta brasileiras com publicidade e não cobra o que é exigido pela lei das contrapartidas dos obtentores das concessões públicas. De alguma forma esse fato é percebido pelo grupo).

O grupo, puxado pela professora com formação em jornalismo, também percebeu a possibilidade de uma matéria produzida no interior, no caso Cachoeira, na Bahia, ser exibida em rede nacional. O que é mais difícil de se encontrar em emissoras maiores, como a Globo, como exemplo dado por elas. Foi destacado que as televisões estatais, muitas vezes pela própria falta de estrutura e de recursos, utilizam de materiais produzidos pelas TVs educativas

do interior. Já a Globo não abre muito espaço para que a notícia regional seja exibida em âmbito nacional. A professora ressalta que matérias com forte apelo jornalístico quando são feitas no interior acabam virando uma nota nos telejornais de rede nacional da Globo.

Podemos considerar que isto seria mais um ponto diferencial da TV pública: permitir uma maior democratização regional na exibição de notícias na rede nacional. Tal fato também foi destacado após a exibição da terceira matéria, sobre um projeto da Universidade Federal Rural na Amazônia. As professoras demonstraram gostar da matéria, citaram que acharam o tema interessante e fizeram comentários sobre o uso do banheiro ecológico nos Estados Unidos.

Em relação ao conteúdo, as professoras criticaram os jornais de grandes emissoras em que o foco principal é "tragédia, assalto, tiro na favela e corrupção. Só fala disso. Não fala de mais nada" (Professora 1). O grupo considerou que a escolha por este tipo de notícia nivela o público. "É achar que o povo só tem que assistir aquilo, não precisa assistir mais nada" (Professora 6). Para as integrantes do grupo, o público dos telejornais se incomoda com esta repetição de notícias. Elas citaram exemplos políticos em que todos os dias os telejornais falam de Temer e Trump (Michel Temer, presidente do Brasil, e Donald Trump, presidente dos Estados Unidos). Elas ressaltam que parece que não tem outro assunto e que as emissoras consideram que o público não tem interesse em ver outra coisa. Tal consideração reforça o baixo grau de diversidade da notícia e o uso do sensacionalismo no jornalismo como uma busca incessante pela audiência e, por consequência, por mais publicidade que gera mais lucro (TRAQUINA, 2005).

A professora 1 também destaca a repetição de notícias nos diferentes telejornais e programas jornalísticos da emissora. Segundo ela, a mesma informação é passada em todos os produtos da casa. "É muita lavagem cerebral" (professora 1). Ela sugere que a emissora poderia tirar uma horinha dessa repetição para introduzir um assunto diferente, com cunho educativo e cultural.

As professoras sentem como se os telejornais articulassem para informar só o que é de interesse deles, sem diversificar e sem se preocupar em oferecer ao público um produto mais cultural e melhor trabalhado. Uma das professoras, a 3, comentou acreditar que o povo brasileiro é totalmente alheio culturalmente e, por isso, não perceberia tais artimanhas. "Nós tiramos pelos nossos alunos. Nós ficamos aterrorizadas quando a gente chega em sala de aula e ve que o nosso aluno ele não entende nada, ele não sabe nada, ele está totalmente fora da realidade. Do país dele, muito mais do interior"(sic) (Professora 3). As outras professoras concordaram com esta afirmação e destacaram que os alunos vivem em ilhas de informação,

principalmente na internet. Pelo relato das docentes, os estudantes com os quais elas trabalham participam de grupos virtuais em que não circulam informações políticas e econômicas atuais. A professora 1 cita o Algoritmo Virtual, em que as informações são *linkadas* de acordo com as pessoas e postagens que você segue ou clica. O usuário acaba só tendo contato com o que é considerado pelo sistema que é do seu interesse. Com isso ele fica com uma visão restrita dos acontecimentos, se isola em uma ilha de informação, sem ter muito acesso ao que está sendo dito fora dos grupos dos quais participa.

As professoras não citaram qual seria a solução para o acesso destes jovens à informação mais ampla. Não foi citado por elas a televisão, o telejornal, nem quaisquer outros meios.

O grupo destaca que o excesso de informação acaba gerando uma desinformação. Fala-se de tudo e não se aprofunda em nada. Tal fenômeno ocorreu, segundo as professoras, após o advento da internet. Antes disso, as pessoas assistiam a um telejornal do início ao fim. Para se ter informação o público apelava para a televisão. "Porque na época que não tinha tanta internet, você estava assistindo o Jornal Nacional, você assistia o JN do início ao fim. Você não tinha opção de trocar. O máximo que você podia fazer era levantar trocar de emissora. Hoje não. Você está na internet, você não quer aquilo você vai pra outro" (Professora 6).

Como conclusão da conversa, as professoras se sentiram contempladas com as matérias exibidas pelo Repórter Brasil no que diz respeito ao caráter educativo. Elas não apontaram falhas, nem criticaram os materiais, como também não sugeriram melhorias. A professora 5 relatou que o material exibido no grupo lembra o que é visto na TV Cultura. A professora 4 citou que as reportagens são bem interessantes e destacou que falta público para assistir: "a gente não sabe que existe, muitas pessoas não sabem" (Professora 4). Interessante destacar o comentário da Professora 2 que reconhece que a própria classe não participa ativamente da programação educativa veiculada nos canais de comunicação. "Até nós mesmos nos distanciamos das informações que são culturais" (Professora 2).

Em relação à audiência da TV Brasil, a professora 3 disse acreditar que se trata de um público já aposentado. A afirmação dela é contestada pelas outras docentes. A professora 4 diz acreditar que quem assiste ao canal deve estar fazendo alguma pesquisa ou estudando. E a professora 3 rebate "É? Interessante. O meio no qual eu convivo o pessoal se interessa muito por este tipo de reportagem".

4.4.1.1 Considerações sobre as narrativas criadas pelas professoras sobre o telejornal público

As professoras participantes do grupo focal relataram que assistem pouco à televisão devido à falta de tempo e pela migração da busca de informação para a internet. Cinco das seis integrantes não sabiam da existência do telejornal Repórter Brasil. As professoras relataram terem pouco ou nenhum contato com a TV Brasil. Uma delas declarou que assiste à programação da emissora pela manhã, junto com o filho que vê desenho animado no canal. A única professora que disse que já tinha assistido ao telejornal tem formação em jornalismo, mas relatou que há muito tempo não assiste ao programa, tanto que nem reconheceu o cenário.

Após o contato com as três matérias exibidas durante o grupo focal, as professoras se mostraram interessadas pelo conteúdo do telejornal e relataram que iriam aproveitar "um tempinho nas férias" para assistir à programação da emissora.

Fica evidente nesta análise a falta de contato das professoras com a televisão pública. Além da emissora não ser conhecida, ela também não é reconhecida como um meio de comunicação democrático. As professoras esperam da televisão pública praticamente o mesmo que de uma televisão comercial – com ressalvas a uma programação mais cultural, porém também voltada para interesses próprios da linha editorial.

As professoras não se veem como produtores de conteúdo em potencial da televisão pública. A participação delas se dá como telespectadores. Pelas narrativas das docentes, percebemos que é esperado um produto de qualidade mas este produto deve vir pronto. As integrantes do grupo analisado não se sentem responsáveis por pensar a comunicação pública de uma forma mais ativa ou por serem elas mesmas produtoras de conteúdo. Não percebem que poderiam ter uma atuação mais ativa na cobrança de uma televisão efetivamente pública até mesmo pela proximidade da formação acadêmica.

Pela análise, percebemos que as professoras não se sentem parte atuante da televisão pública no país. Elas enxergam a comunicação/jornalismo como algo alheio a elas. As notícias fazem parte do cotidiano das docentes, elas têm um posicionamento crítico em relação às informações recebidas, mas não produzem um discurso do que poderia ser diferente na comunicação, nem do papel do educador na comunicação pública.

Ora, se a televisão pública foi criada para garantir mais que a informação de qualidade com a participação da sociedade civil, mas também o direito à comunicação, este grupo analisado parece não assumir este papel de produtor de informação.

As professoras assumem o pouco ou inexistente contato com a televisão pública e, pelo discurso, deixam indícios de que não conhecem os estudos feitos para a implantação de uma emissora pública de alcance nacional, o seu funcionamento e as suas propostas. As professoras relatam que desconhecem a criação da Empresa Brasil de Comunicação, como também não sabiam das mudanças na lei de criação da EBC.

Por esta análise, percebemos que não se discute mídia nas escolas ou nas ruas. Não de forma maciça. A população que, de um modo geral, declara que “o povo não é bobo, abaixo a Rede Globo”, pouco se envolve em maneiras de mudar a realidade midiática no país.

Pelas narrativas das professoras, é percebido a concentração da radiodifusão brasileira, com as concessões restritas a um pequeno grupo de empresários, políticos e igreja. O grupo percebe que as TVs preservam os interesses comerciais, econômicos e políticos, mas pouco se discute alternativas para a televisão no Brasil.

As professoras disseram que acharam interessante a programação exibida, assim como a proposta da TV Brasil apresentada durante a realização do grupo. Mas a narrativa das docentes permaneceu distante. “Se tiver um tempo vou assistir”. “Mais pessoas tinham que ver”. E fazer? E se envolver? E cobrar? Uma das professoras reconhece que a própria categoria se distancia das informações que são culturais.

A discussão do grupo trabalha com o comparativo da televisão pública com as emissoras comerciais, cujas características já estão introspectadas em cada um dos participantes. As professoras criam novas narrativas baseadas na bagagem que trazem, do cotidiano vivido por cada uma.

As professoras enxergam a TV Brasil como uma televisão estatal, com posicionamentos declarados abertamente para os interesses do governo. Elas relatam acreditar que a TV Brasil teria este papel mesmo, de defender o governo. As outras emissoras comerciais, como Globo, SBT, Bandeirantes teriam uma fachada de independência.

Interessante destacar que uma professora declarou que não acredita na isenção e que o jornalismo tem que assumir um lado. No caso da TV aberta, ela acha que este lado seria o dos interesses do povo. Ela defende que o telejornal deveria ser parcial, mas para atender aos interesses da população.

O formato do telejornal, a estrutura das matérias, os conteúdos não foram questionados pelo grupo analisado. A escolha das pessoas que foram entrevistadas também não foi levantada pelo grupo. Nem houveram sugestões de entrevistados diferentes. As fontes também não foram citadas para reforçar uma opinião ou argumento ou informação. As informações exibidas nas três matérias não foram questionadas em relação à veracidade.

Mesmo ao final da conversa as professoras não expressaram diferença entre a TV pública e a estatal, ficando a definição delas muito semelhante no discurso. O grupo também destaca a baixa audiência das TVs educativas. Consideram o conteúdo interessante mas percebem que falta público.

Em relação ao público, é interessante ressaltar a audiência presumida que as professoras têm de quem elas acreditam ser os telespectadores da TV Brasil. Algumas dizem acreditar serem aposentados, outras estudantes em momento de pesquisa. Uma das professoras acha esta afirmação curiosa e relata conviver com pessoas que gostam de assistir a este tipo de canal. Destas afirmações podemos perceber um indício de que as docentes não enxergam o canal com alcance e nem com apelo ao interesse do grande público. Percebemos uma tendência destas professoras a acreditar que a população, de um modo geral, não tem interesse pelos temas educativos e culturais. O discurso delas deixa a entender que elas, mesmo que sem perceber, acreditam que a grande massa é desinteressada de assuntos educativos e culturais assim como elas consideram que o são os alunos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A televisão ocupa um espaço central na sociedade contemporânea. O veículo ainda é o meio de comunicação mais usado no Brasil para se obter informação. Mais da metade dos telespectadores da TV acreditam no que ela transmite. Daí a importância em se estudar televisão.

Dizemos estudar, mas não apenas na academia. Os meios de comunicação deveriam ser discutidos nas salas de aula, desde o ensino fundamental. Entender o processo de produção de jornalismo e o cenário em que estão inseridas as emissoras no país é fundamental para um posicionamento crítico em relação ao meio.

Sabemos que o telespectador não é um ser passivo, que absorve tudo o que é transmitido pela televisão. A comunicação é mediada de acordo com a vivência, a experiência, o grau de conhecimento, o meio em que vive cada um. O telespectador se apropria de informações e narrativas transmitidas pelo telejornal para formar uma nova narrativa própria, sem deixar de ter um questionamento crítico do que é oferecido a ele. Mas não se pode negar o papel da informação recebida pela televisão na construção das narrativas formadas pelos cidadãos.

Entendemos que a televisão deveria propiciar a formação crítica do cidadão. Desse pensamento nasceu o debate acerca da televisão pública no país; discussão ainda pouco conhecida pela população mesmo após dez anos de implantação da TV pública de alcance nacional. As pessoas estudadas neste trabalho não conheciam a TV Brasil. Não a fundo. O canal é comumente confundido com TVs estatais ou governamentais. O conceito de televisão pública narrado pelos integrantes dos grupos investigados neste estudo se assemelha ao de emissoras geridas pelo Governo e que tem a missão de informar atos realizados por ele próprio, ou até mesmo defender uma postura governista.

Faz-se importante destacar o real conceito de televisão pública. Televisão pública é aquela feita para e pelo cidadão, que noticie fatos de interesse público, que permita uma diversidade de vozes, que aborde temas de cunho cultural e educativo, que permita uma pluralidade de opiniões e perspectivas, que ofereça subsídios para uma formação crítica do cidadão.

A televisão pública se difere das emissoras comerciais existentes no Brasil, onde, como em toda empresa privada, a meta final é o lucro. Lucro este obtido por meio de vendas e de publicidade, daí a busca incessante pela audiência a qualquer custo. A informação acaba

sendo usada como meio de se obter audiência e, por consequência, o lucro com a publicidade. Interesses comerciais e políticos, muitas das vezes, sobrepõem o interesse público.

Esse jogo muitas vezes é percebido pelos cidadãos, que se mostram insatisfeitos com a programação de um canal e acabam condenando a televisão como a culpada pela alienação do povo. Ora, a televisão não é demoníaca. Como meio de comunicação ela pode ser usada para o bem ou para o mal, depende do uso que fazemos dela. Ao destacarmos que a televisão tem interesses comerciais, não temos a intenção de generalizar que toda a programação é vendida. É importante lembrarmos que existem pontos de tensão em todo o seu processo construtivo. No caso da informação, os próprios jornalistas, com suas ideologias e buscas éticas, fazem uma quebra neste jogo de interesses. Os telespectadores também, ao perceberem as intenções das emissoras, contribuem para a mudança de rumos.

Pelo conceito, a TV pública também se difere da estatal ou governamental. A lei que criou a empresa pública de comunicação no Brasil, a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), continha alguns aspectos que garantiriam certa independência do Governo Federal. A Empresa Brasil de Comunicação foi criada em 2007, após diversas discussões e encontros que debatiam a comunicação pública de alcance nacional, e regulamentada pela Lei 11.652 de 2008. Entretanto, a TV Brasil, gerida pela EBC, ainda caminhava para de fato ser reconhecida como pública, sendo sua autonomia questionada por fatores externos e internos. Por um lado, o financiamento do governo federal, a mistura de atribuições públicas e governamentais por parte da empresa gestora e a escolha de determinados cargos de confiança pela Presidência da República limitavam a independência em relação ao governo. A produção de seus conteúdos também se assemelhava a de emissoras comerciais, muitas vezes pelos vícios de produção mantidos por profissionais advindos de empresas privadas. Por outro lado, instrumentos de fiscalização como o Conselho Curador e a Ouvidoria, além da presença de jornalistas vindos de outros campos que não o da grande mídia e as pesquisas realizadas por universidades, entidades e observatórios contribuíram na busca por um sistema de comunicação público fortalecido.

A TV pública ainda se desenvolvia quando, em 2016, com o afastamento da presidente da República, Dilma Rousseff, o então presidente em exercício, Michel Temer, instaurou uma medida provisória alterando o caráter da EBC. Muitos aspectos da MP foram mantidos na nova Lei 13.417 de 2017, já na gestão de Temer como presidente da República. A justificativa para a alteração na lei de criação da EBC foi tornar a empresa menos custosa, mais eficiente e com mais audiência, retirando, um pouco, o caráter considerado burocrático que atrasaria o andamento da emissora.

Essa mudança ocorreu durante o período de nossa pesquisa. Um dos grupos investigados, formado por participantes de diferentes idades, formações profissionais e classes sociais, foi montado antes da alteração e o outro grupo, de professoras, após a implantação da nova lei. Porém é interessante ressaltar que as narrativas tecidas pelos integrantes em relação à TV Brasil não se divergiram. Acreditamos que tal fato se deva justamente pelo desconhecimento das propostas do canal e do cenário de mudanças. Como já comentamos aqui, a TV Brasil é pouco conhecida, pouco assistida – sua audiência é menor que 1%, pouco divulgada. Pelas narrativas criadas pelos integrantes dos grupos estudados, podemos concluir que não há uma mobilização dos participantes em se pensar uma nova proposta de se fazer televisão.

Pesquisas recentes mostram que o formato do telejornal da TV Brasil pouco se difere dos telejornais produzidos pelas emissoras comerciais. As matérias veiculadas não atendem, em sua totalidade, às promessas feitas pelo canal público. O primeiro grupo investigado por esta pesquisa foi composto por pessoas de diferentes sexos, idades, raças e classes sociais. A eles foram apresentadas matérias sobre a discussão que era realizada no Congresso Nacional sobre a redução da maioria penal. Em nossa análise, percebemos que o principal telejornal da emissora, o Repórter Brasil, privilegiou os argumentos contrários à redução da maioria penal, dando mais espaço para opiniões contrárias. O grupo percebeu tal posicionamento da emissora, e repudiou o fato do telejornal adotar um posicionamento considerado por eles tendencioso. Também foi destacado pelos participantes a falta de se aprofundar na discussão, sendo as matérias focadas nas manobras políticas. Ao mesmo tempo, os integrantes não perceberam diferenças das matérias produzidas pelo telejornal público de matérias de emissoras comerciais.

O segundo grupo analisado foi composto por professoras da rede estadual de ensino de Juiz de Fora. Pela TV Brasil ter surgido das TVs educativas, pretendíamos mapear o grau de conhecimento que os educadores tinham da emissora. As integrantes do grupo também não conheciam as propostas de caráter público da TV Brasil. Para o grupo, foram apresentadas matérias voltadas à educação. A primeira delas, com caráter político, sobre o Plano Nacional de Educação. As professoras se disseram surpresas com o posicionamento crítico da matéria, já que elas esperavam uma narrativa mais “chapa-branca”. Com a exibição de outras duas matérias, as docentes relataram satisfação com o caráter educativo das mesmas e destacaram que emissoras comerciais não exibiriam, ou transmitiriam com menos frequência, em seus telejornais uma série de matérias sobre a história do país ou de localidades interioranas.

O que chama nossa atenção é que as professoras investigadas teceram críticas às emissoras no país mas, ao serem questionadas, não souberam definir um ideal de televisão. Segundo elas, por não haver referência, fica difícil se pensar em um padrão ideal. As docentes não se sentem responsáveis pela construção de uma TV pública, não se envolvem no processo. Daí a importância em se debater mídia.

O que verificamos neste estudo é que cidadãos e professores de Juiz de Fora, que participaram desta pesquisa acadêmica, não sabem da existência de uma discussão, com uma recente implantação, de uma televisão pública no país. Os cidadãos não conhecem as propostas de um modelo diferente de televisão no Brasil. Os investigados estão alheios aos debates de novas formas de se fazer televisão. A provável causa é porque este debate não é amplamente divulgado. O que pode ser explicado pela falta de interesse da grande mídia em divulgar a discussão de uma televisão pública, imparcial, que vai contra os padrões comerciais vigentes no país. Não seria interesse das grandes empresas comunicacionais que as pessoas reflitam sobre o conteúdo transmitido por elas. Quanto maior o conhecimento da forma como o telejornal é produzido maior o grau de posicionamento crítico perante a ele.

Percebemos que se espera da televisão um posicionamento mais democrático, mas não há o envolvimento e o sentimento de responsabilidade para a construção deste veículo. As pessoas, de certa forma, entendem que a concessão dos canais é pública e mesmo as empresas privadas devem respeitar a Constituição que prevê o acesso à informação como um direito do cidadão. Mas, pelas narrativas, percebemos que elas se sentem excluídas deste processo de produção – até por uma questão cultural.

A TV Brasil surge para tentar preencher essa lacuna no sistema de radiodifusão do país, ainda que com falhas e vínculos governistas. O caminhar pela democracia na comunicação deve continuar. Para isso é importante o envolvimento dos principais interessados em uma comunicação de interesse público, isenta, autônoma, cidadã, plural: a sociedade brasileira.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 2ª ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2016.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Trad. de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BECKER, Beatriz. **Todos juntos e misturados, mas cada um no seu quadrado**: um estudo do RJTV 1ª edição e do Parceiro do RJ. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo, XXI Encontro da Compós. Juiz de Fora: UFJF, junho de 2012.

BRAGA, Roberta. **Caminhos da Reportagem**: escolha de pautas como forma de inserção do cidadão na TV Pública brasileira. Artigo apresentado no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom 2015. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3119-1.pdf>.

BRASIL. **Constituição** (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, Senado, 1998.

BRASIL. Proposta de emenda à constituição nº 171, de 19 de agosto de 1993. Altera a redação do art. 228 da Constituição Federal (imputabilidade penal do maior de dezesseis anos). **Diário do Congresso Nacional**, Brasília, DF, 27 de out. 1993. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=14493>. Acesso em: 03 jul. 2015.

CABRAL, Eula Dantas Taveira. **A concentração da radiodifusão no Brasil**. Artigo apresentado no XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom 2015. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3220-2.pdf>.

COSTA, Fábio Soares da; SILVA, Francisca Islândia Cardoso; RODRIGUES, Janete de Páscoa. Estudos da recepção: os desafios da construção de um eixo teórico no campo da comunicação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXVI, 2013, Manaus. **Anais eletrônicos...** Manaus: Ufam, 2013. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0388-1.pdf>. Acesso em: 01 jul. 2015.

COUTINHO, Iluska Maria da Silva. **Dramaturgia do telejornalismo brasileiro**: a estrutura narrativa das notícias em televisão. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2003.

_____. **Dramaturgia do telejornalismo**: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

_____. (org.). **A informação na TV pública**. Florianópolis: Insular, 2013.

_____.; MEIRELLES, Allana. **As narrativas dos jornalistas da TV Brasil: o campo interno de uma emissora pública brasileira**. Trabalho apresentado ao Grupo de Pesquisa Políticas e Estratégias de Comunicação do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3491-1.pdf>>.

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

DEUZE, Mark. **Viver como um zumbi na mídia**: é o único meio de sobreviver. Revista Matrizes, Ano 7, nº 2. USP, jul./dez. 2013. São Paulo. P. 113-129. (<http://www.matrizes.usp.br/matrizes/index.php/matrizes/article/viewFile/478/pdf>)

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

_____. **Comunicação e Recepção**: uma visão latina-americana. In: Razón y Palabra, México, vol. 12, n. 57, jun./jul. 2007. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520710003>> . Acesso em: out./nov. 2015.

FISHER, R. Problematizações sobre o exercício de ver: mídia e pesquisa em educação. **Revista Brasileira de Educação**, n.20, p. 83-94, maio/ago. 2002.

GATTI, Bernardete Angelina. **Grupo focal na pesquisa em Ciências Sociais e Humanas**. Brasília: Liber Livro Editora, 2005.

GOMES, Itania Maria Mota. **Efeito e recepção**: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004.

_____. **Televisão, telejornalismo e recepção**: o que a investigação sobre recepção pode ganhar no diálogo com os *culturalstudies* e a semiótica. Trabalho apresentado no NP01 – Núcleo de Pesquisa Teorias da Comunicação, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 4 e 5 set. 2002. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/23411587012844551162547953526080702506.pdf>>. Acesso em: out./nov. 2015.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

JACKS, Nilda. **Tendências latino-americanas nos estudos da recepção**. In: Revista Famecos: revista da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, v.1, n.5, p. 44-49, nov. 1996. Disponível em:

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/2946/2230>>
Acesso em: out./nov.2015.

JACKS, Nilda; MENEZES, Daiane Boelhouwer. **Estudos de recepção e identidade cultural**: abordagens brasileiras na década de 1990. In: Revista Alaic: revista latinoamericana de ciencias de la comunicación, ano 3, n. 5, p. 164-175, jul./dez. 2006. Disponível em: <<http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/viewFile/16/16>>. Acesso em: out./nov. 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Trad.: Susana Alexandria. 2ª edição, São Paulo : Editora Aleph, 2009.

KNEWITZ, Anna Paula. **Estudos culturais e cibercultura**: um entrelaçamento teórico-metodológico necessário para pensar a recepção na web. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “Recepção, Usos e Consumo Midiáticos”, do XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, em junho de 2009. Disponível em <http://softwarelivre.org/articles/0003/4775/RECEPCAO_NA_WEB.pdf>

LEAL, Ondina Fachel. **A leitura social da novela das oito**. 1983. 167f. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social (Curso de Pós-Graduação em Antropologia, Política e Sociologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1983.

MAIA, Aline Silva Correa. **Telejornalismo e Identidade**: estudo de recepção do Jornal Nacional entre jovens da periferia de Juiz de Fora – MG. 2009. 180f. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **América Latina e os anos recentes**: o estudo da recepção em comunicação social. In SOUSA, Mauro Wilton (org.). Sujeito, o Lado Oculto do Receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995, p. 39-68.

_____. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

_____. Traços que fazem a diferença da televisão pública. . In: RINCÓN, Omar (Org.). **Televisão Pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002, p.57-79.

MARTINS, Simone Teixeira. **Identidade no telejornalismo local**: a construção de laços de pertencimento entre a TV Alterosa Juiz de Fora e o seu público. Trabalho apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2009.

MATA, JHONATAN. **Um telejornal para chamar de seu**: identidade, apresentação e inserção popular no telejornalismo local. Florianópolis: Insular, 2013.

MEIRELLES, Allana; BRAGA, Roberta. Diálogos no Repórter Brasil. In: COUTINHO, Iluska (Org.). **A informação na TV pública**. Florianópolis: Insular, 2013.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

_____. A análise pragmática da narrativa jornalística. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXVIII, 2005, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: UERJ, 2005. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/105768052842738740828590501726523142462.pdf>>. Acesso em: 03 mar. 2015.

OROZCO GÓMEZ, G. **Televisión, audiências y estúdios culturales**. Buenos Aires: Norma, 2001.

_____. **Televisión y Audiencias: um enfoque cualitativo**. Madrid: Ediciones de la Torre/Universidad Iberoamericana, 1996.

PICCININ, Fabiana; SOSTER, Demétrio de Azeredo. **Da anatomia do telejornal midiático**: metamorfoses e narrativas múltiplas. In *Brazilian Journalism Research*. v. 8, n. 2, 2012. p. 118 – 134.

PUHL, Paula Regina. **O Jornal da Cultura e a Segunda Tela**: uma experiência convergente no telejornalismo brasileiro. Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus: 2013.

REPÓRTER BRASIL 01/06/2015 a 07/07/2015. Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil>>. Acesso em: 08 jun. 2015.

SANGLARD, Fernanda Nalon. **A representação da política no Jornal Nacional e a construção das identidades políticas dos jovens juiz-foranos**. 2012. 146f. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2012.

SCHLAUCHER, Bárbara Garrido de Paiva. **Jornalismo, identidade e narrativa audiovisual**: consumo e experimentação de conteúdos telejornalísticos por jovens universitários e trabalhadores no contexto da convergência midiática. 2014. 246f. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2014.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Muito além do jardim botânico**: um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores. 3ª ed. São Paulo: Summus, 1985.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

SOUSA, Mauro Wilton de. **A recepção sendo reinterpretada**. In: *Novos Olhares: revista de estudos sobre práticas de recepção a produtos midiáticos*. Publicação semestral online do Programa de Pós Graduação em Meios e Processos Audiovisuais (PPGMPA) da ECA/USP, n.1, p.39-46, 1998. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/novosolhares/article/viewFile/8304/7688>>. Acesso em: out./nov. 2015.

TORRES, Hideide Brito. **O telejornalismo na construção da identidade religiosa:** representações evangélicas no Jornal Nacional e Jornal da Record e sua recepção por fiéis metodistas e batistas. Trabalho apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Comunicação Social. Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são.** 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAVANCAS, Isabel. **Juventude e Televisão:** um estudo de recepção do Jornal Nacional entre jovens universitários cariocas. Rio de Janeiro: ed. FGV, 2007. 140p.

VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo.** Florianópolis: Calandra, 2005.

_____. **O telejornalismo como lugar de referência:** a redução da complexidade nas sociedades contemporâneas. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo UMESP (Universidade Metodista de São Paulo), São Paulo, nov. 2008. Disponível em: <<http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/coordenada5alfredovizeu.pdf>>. Acesso em: out.nov. 2015.

_____. **O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica.** In: Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 40, p. 77-83, dez. 2009, quadrimestral. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/6321/4596>>. Acesso em: out./nov.2015.

_____ (org). **Telejornalismo:** a nova praça pública. Florianópolis: Insular, 2006.

_____; CORREIA, João Carlos. **A construção do real no telejornalismo:** do lugar de segurança ao lugar de referência. In: SBPJor, Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. 2006. Disponível em: <http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/coord5_alfredo_vizeu_e_joao_carlos_correia.pdf>. Acesso em: out./nov. 2015.

_____. **A construção do real no telejornalismo:** do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo Eurico (org.). *A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.

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

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 1987.

Referências eletrônicas:

Página do Repórter Brasil no Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/reporterbrasilnarede/timeline>. Acesso em janeiro e fevereiro de 2016.

GLOSSÁRIO

Cabeça: texto introdutório de um material telejornalístico, lido pelo apresentador em estúdio ou em outro ambiente que não o da reportagem. Pode somente apresentar a matéria ao telespectador ou trazer informações complementares.

Locução ao vivo: quando a informação dada pela apresentadora do telejornal é coberta por imagens referentes ao que ela diz.

Locução em off ou Off: parte da estrutura de uma matéria, é o texto narrado pelo repórter sobre o qual são editadas as imagens das reportagens.

Matéria: reportagem mais completa feita pelo repórter com uso de locução em off (texto narrado pelo repórter) coberta por imagens. Geralmente também contém sonoras (entrevistas gravadas com entrevistados).

Nota seca: informação lida pelo apresentador do telejornal, sem imagens.

Passagem: aparição da imagem do repórter dentro de uma matéria, com informações complementares ao assunto tratado.

Povo-fala: no jargão profissional, sonoras de cidadãos aleatórios a respeito do assunto tratado no telejornal.

Pé ou nota pé: texto lido pelo apresentador ao final da matéria, contendo informações complementares.

Sonora: entrevista gravada com um entrevistado e inserida dentro da estrutura de uma matéria.

VT (videotape): mais completo material telejornalístico, contendo offs – textos gravados pelo repórter e coberto por imagens; sonoras – trechos de entrevistas; passagem – participação do repórter do local onde a matéria foi feita; povo-fala – no jargão profissional, sonoras de cidadãos a respeito do assunto tratado.

APÊNDICE A – QUADRO GRUPO FOCAL HETEROGÊNEO

	SEXO	IDADE	PROFISSÃO	ESCOLARIDADE	RENDA
Informante 1	mulher	48 anos	doméstica	4ª série ensino fundamental	Até 2 salários mín.
Informante 2	mulher	17 anos	estudante	1º ano ensino médio	Até 2 salários mín.
Informante 3	mulher	19 anos	estudante	1º ano ensino médio	Até 2 salários mín.
Informante 4	homem	19 anos	-	5ª série ensino fundamental	Até 2 salários mín.
Informante 5	homem	57 anos	educador social	2º grau completo	Até 2 salários mín.
Informante 6	homem	28 anos	analista de sistemas	Superior completo	5 a 12 salários mín.
Informante 7	mulher	25 anos	advogada	Superior completo	5 a 12 salários mín.
Informante 8	mulher	23 anos	estudante universitária	Superior incompleto	2 a 5 salários mín.
Informante 9	mulher	56 anos	engenheira civil	Superior completo	-
Informante 10	homem	19 anos	estudante universitário	Superior incompleto	Até 2 salários mín.
Informante 11	homem	40 anos	recepcionista	2º grau completo	2 a 5 salários mín.

APÊNDICE B – QUADRO GRUPO FOCAL PROFESSORAS

Professora 1	história	rede estadual
Professora 2	apoio nas séries iniciais	rede estadual
Professora 3	língua portuguesa	rede estadual
Professora 4	língua portuguesa	rede estadual
Professora 5	geografia	rede estadual
Professora 6	língua portuguesa (formação em jornalismo)	rede pública e particular