

# A TV Pública é midiaticizada?

## Um estudo sobre o conceito de telejornalismo midiaticizado aplicado ao telejornalismo público brasileiro

**Resumo:** O trabalho discute os efeitos da midiaticização no telejornalismo público brasileiro. A metodologia consiste na análise de cinco edições do noticiário Repórter Brasil (TV Brasil) através de quatro eixos: autorreferencialidade, correferencialidade, descentralização e dialogia. Os resultados apontam que há distanciamento entre o conteúdo produzido e as categorias de análise. Porém, tais percepções não permitem afirmar que a TV Pública não é influenciada pelo ambiente midiaticizado.

**Palavras-chave:** telejornalismo; televisão pública; midiaticização; TV Brasil.

### ¿La televisión pública es midiaticizada?

#### Un estudio del concepto de periodismo televisivo midiaticizado aplicado a la televisión pública brasileña

**Resumen:** El trabajo debate la mediaticización en el teleperiodismo público brasileño. La metodología consiste en analizar cinco ediciones del noticiario Repórter Brasil (TV Brasil) a través de cuatro categorías: autorreferencialidad, correferencialidade, descentralización y dialógica. Los resultados indican que mucho de lo contenido producido no se caer en las categorías de análisis. Sin embargo, estas percepciones no permiten decir que la TV pública no se ve influenciada por la mediaticización.

**Palabras clave:** periodismo de televisión; televisión pública; mediaticización; TV Brasil.

#### The public TV is pop? A study about the concept of TV journalism mediaticization on the Brazil public TV

**Abstract:** This work discuss the mediaticization at journalism in brazilian public television. The methodology consists of analyzing five editions of TV newscast Reporter Brazil (TV Brasil) through four categories: self-referentiality, correferencialidade, decentralization and dialogy. The results indicate



José Tarcísio Oliveira Filho<sup>1</sup>  
Iluska Coutinho<sup>2</sup>  
Cláudia Thomé Correio<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Doutorando em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais.

<sup>2</sup> Professora Dra. do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

<sup>3</sup> Professora Dra. do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

that there is gap between the produced content and categories of analysis. However, such perceptions do not allow us to state that the Public TV is not influenced by mediatization.

**Keywords:** telejournalism; public TV; mediatization; TV Brasil.

## Introdução

As transformações contemporâneas no telejornalismo são evidenciadas por mudanças na estrutura dos produtos jornalísticos. Novas linguagens, geralmente tensionadas para o coloquial, técnicas e maneiras de produzir a notícia são incorporadas nos noticiários em uma demonstração de que o tradicional jornalismo televisivo tem buscado se adaptar às transformações que envolvem os processos comunicacionais e que se refletem nas práticas sociais.

Entre as mudanças, torna-se cada vez mais presente a participação do telespectador nos noticiários, com o envio de informações, imagens, opiniões ou até mesmo comentários nas páginas dos telejornais nas redes sociais. Também é cada vez mais frequente a integração com outros dispositivos para viabilizar as sugestões de pautas. Musse e Thomé (2015) discutem como a utilização do Whatsapp e do Viber pelo RJTV, que chegou a um milhão de participações em pouco mais de dois meses através desses aplicativos, evidenciam a emergência de uma nova rotina produtiva. Para as autoras, os equipamentos portáteis de captação de áudio e vídeo têm transformado o fazer jornalístico. “Basta o acesso ao celular para garantir a qualidade do flagrante, que pode ser imediatamente repassado para a emissora, selecionado, e veiculado no telejornal com o impacto do ‘furo’” (MUSSE; THOMÉ, 2015, p.3).

Ainda nesse contexto, tal tendência é justificada em duas perspectivas: numa facilidade maior para as emissoras obterem conteúdo – mesmo que os jornalistas ainda continuem tendo uma função importante na seleção e edição dos materiais recebidos – e na maior inclusão do cidadão, que encontra um canal de participação efetiva dentro do telejornal.

Diante desse cenário, consideramos importante refletir que as mudanças no telejornalismo não são exclusivas do momento atual – onde a convergência pauta várias de suas transformações. Mas também como algo contínuo que vem acompanhando a história da televisão brasileira desde o início da década de 50, com o surgimento da TV Tupi de São Paulo. A possibilidade de gravação de imagens e posterior edição viabilizou a produção de telenovelas com maior qualidade, a chegada da TV a cores em 1972 revolucionou a forma de ver e produzir o conteúdo televisivo, também na década de 70 a abertura pela TV Globo de um escritório em Londres mostrou uma nova maneira de contextualizar e personalizar as notícias através da figura do correspondente internacional. A TV Digital, cuja primeira transmissão aconteceu em 2007, apesar de ainda se restringir no Brasil à melhor qualidade de imagem, também traz promessas de possibilitar novas formas de usar o aparelho televisivo.

Podemos considerar, portanto, que o momento atual da televisão, e consequentemente do telejornalismo, imersos na cultura convergente, caminha para novas possibilidades de produzir e transmitir as notícias. Muitas dessas mudanças, que serão discutidas com maior profundidade ao longo deste trabalho, são reconhecidas por Piccinin e Soster (2012) como sendo consequências da midiatização do telejornal – que demonstra um novo lugar às mídias no jornalismo e também novos atores no agendamento e no registro para a produção da informação. Com ênfase na análise do telejornal TV Folha, produzido pela Folha de São Paulo em parceria com a TV Cultura, os autores elencam quatro aspectos que fazem parte do telejornal midiatizado: a autorreferencialidade, a correferencialidade, a descentralização e a dialogia<sup>4</sup>.

Com base no conceito de Piccinin e Soster (2012), articulado a outras pesquisas referenciais sobre midiatização, como os produzidos por Fausto Neto (2008) e Braga (2006), buscamos discutir suas características e aplicações no telejornalismo público, com ênfase na TV Brasil – emissora pública brasileira. O objetivo é verificar se o telejornalismo público, ainda incipiente no Brasil, também se enquadra nas premissas elaboradas para o telejornalismo midiatizado.

## O telejornal midiatizado: conceito e características

Braga (2006) considera a midiatização como um processo interacional de referência. Apesar de assumir o processo como não completo, o considera como de referência por sua centralidade e, até certo ponto, hegemônico na sociedade contemporânea. Portanto, outros processos, para serem reconhecidos, se adaptam à lógica da midiatização.

Com base em estudos que perpassam o bios midiático de Sodré (2006), a reconfiguração da mídia no que tange à posição ocupada pelas instituições e atores sociais (FAUSTO NETO, 2008) e aspectos da convergência (JENKINS, 2008), Piccinin e Soster (2012) buscaram mapear as características do que chamam de telejornal midiatizado. Numa perspectiva sociotecnodiscursiva, consideram o fenômeno da midiatização como o surgimento de novas práticas operacionais e discursivas, onde a virtualização das relações ocupa um lugar central (PICCININ; SOSTER, 2012).

Numa linha teórica que se aproxima do telejornalismo como construção social, evidenciados por outros pesquisadores como Becker (2005), Gomes (2006) e Coutinho (2013), em que o telejornalismo também reflete as transformações de determinado momento histórico, aponta-se que na atual configuração social/midiática, o telejornal “abandona seu lugar de mediador e de espaço por onde outros se deixam dizer para ser o próprio ‘dizer em si’” (PICCININ; SOSTER, 2012, p. 120). Essa variação na produção jornalística é impulsionada, segundo os autores, pela alteração na identificação do telejornal por parte do público – que se reflete nas práticas e linguagens deste.

De forma articulada a estudos anteriores realizados por Soster (2009, 2012), são elencados os quatro movimentos que compõem a midiatização

<sup>4</sup> A discussão de Piccinin e Soster (2012) utiliza como base os trabalhos sobre a midiatização no telejornalismo que foram realizadas por Soster em 2009 e 2012: a tese de doutorado “O jornalismo em novos territórios conceituais: internet, midiatização e reconfiguração dos sentidos midiáticos” e o capítulo de livro “Sistemas, complexidades e dialogias: narrativas jornalísticas reconfiguradas”, respectivamente.

do jornalismo. Com referência no telejornalismo praticado pelo TV Folha<sup>5</sup>, que é veiculado pela TV Cultura, cada um dos preceitos é discutido de forma mais detalhada. O primeiro se refere à autorreferencialidade. O conceito é definido como “a qualidade da mídia contemporânea de referenciar continuamente suas próprias operações” (PICCININ; SOSTER, 2012, p. 122). Essa autorreferência pode ser praticada de forma indireta, como com o uso de imagens tremidas, “ícone da prova testemunhal” (Ibidem, p. 123). Tal procedimento, que chegou a ser condenado pelos telejornais, é visto na perspectiva do telejornal midiaticado como um pressuposto do “protagonismo e, portanto, as subjetividades dos agentes narrativos depondo contra os preceitos perseguidos de objetividade e imparcialidade e de apagamento da voz que conta a história” (Ibidem, p. 123).

Em termos mais diretos, os autores destacam a incorporação dos bastidores na exibição da notícia – seja em reportagens na prática jornalística ou mesmo nos estúdios integrados com a redação, como ocorre na TV Folha e em outros veículos, como nos telejornais da Rede Globo.

[...] são os bastidores que ganham destaque porque autenticam/garantem a veracidade dos fatos e a informalidade da linguagem na medida em que os telejornais passam a tornar a redação – o chão da fábrica – cenário integrativo do programa. (PICCININ; SOSTER, 2012, p.123).

O segundo movimento é a correferencialidade, que se refere ao ato do jornalismo referir a outros veículos/mídias para se referenciar. Desta forma, os produtos jornalísticos “partem da instância jornal impresso, rádio, TV, ou web e alcançam os outros dispositivos midiáticos, criando uma circularidade contínua de retornos discursivos dentro do sistema” (PICCININ; SOSTER, 2012, p. 124). A prática também possibilita a continuidade de acompanhamento da notícia, já que “quando o telejornal chama para a disponibilização dos conteúdos na web para consulta dos internautas”, ele também “anuncia as possibilidades de, em alguma medida, interagir com esses conteúdos” (Ibidem, p. 125). Assim, consideramos o mais importante a se notar nessa relação é como as mídias passam a interagir numa relação horizontal. Portanto, como comentam os autores, fortalecem a identidade dos programas/veículos.

A descentralização se refere à terceira característica do jornalismo midiaticado, em que há uma “substituição das operações axiomáticas pelas rizomáticas” (PICCININ; SOSTER, 2012, p. 125). Para compreender este preceito é preciso entender a questão da centralidade que o telejornalismo ocupou por anos na sociedade brasileira e em outros países, e como o discurso da credibilidade é importante para sustentar esse espaço conquistado.

Como destaca Scorsim (2007), a finalidade básica de uma televisão comercial é o desempenho de uma atividade econômica, com o intuito de lucro, o qual é buscado mediante receitas do mercado publicitário. Assim, não é exagero valer da citação de Castro e Silva e Leal (2012) que diz que as “corporações privadas visam ao lucro e vendem confiabilidade. No Brasil, a maioria delas se diz imparcial e vê em um discurso de credibilidade seu bem mais valioso” (CASTRO E SILVA; LEAL, 2012, p. 5).

<sup>5</sup> A TV Folha foi ao ar pela primeira vez em 2011. Com 30 minutos de duração e veiculado aos domingos, o programa costuma abordar assuntos de várias editorias repercutindo o que foi publicado no jornal impresso Folha de São Paulo. Os vídeos também são disponibilizados no website do telejornal: [www1.folha.uol.com.br/tv](http://www1.folha.uol.com.br/tv).

Atualmente, a maior parte das verbas publicitárias é direcionada aos intervalos televisivos. Entretanto, a migração da audiência para o ambiente virtual demonstra a necessidade de formular novos modelos de negócio. Deve-se considerar que esta tendência se refere às mídias tradicionais de forma geral, como é o caso do jornal impresso. Costa (2014), num estudo mais direcionado aos exemplos norte-americanos, demonstra que a versão impressa do jornal estadunidense *The New York Times* perdeu mais da metade de sua força em 12 anos. “A queda das receitas com a publicidade foi de 64%. Os concorrentes da mídia digital esmagaram principalmente as receitas provenientes dos anúncios classificados” (COSTA, 2014, p. 54). A Folha de São Paulo também busca alternativas, como a implementação do *paywall*<sup>6</sup> em sua versão online para compensar as perdas das verbas publicitárias.

Esta discussão demonstra que as mídias em geral precisam buscar novos modelos de negócio. No caso do telejornalismo, os noticiários deixam de ser um produto centralizado e passam a ter uma relação de maior igualdade com outras mídias. Assim, aproximam-se de sites, blogs e redes sociais. O telejornal deixa de ser um produto isolado e passa a ser composto por uma teia de dispositivos onde as informações se completam de acordo com os objetivos e ações do telespectador – que agora passa a ser chamado de usuário, como evidenciado por Cannito (2010) ao fazer referência à televisão na era digital. Também se insere neste contexto o jornalista multimídia, encarregado de desenvolver conteúdo para diferentes plataformas. Entretanto, deve-se notar que no caso do telejornalismo as redações ainda não possuem tanta integração.

Um exemplo é a Rede Gazeta, maior empresa de comunicação do Espírito Santo. Os veículos impressos (Jornal A Gazeta / Notícia Agora), radiofônicos (CBN) e de internet (Gazeta Online) possuem uma redação multimídia. Mas, a TV Gazeta, afiliada à Rede Globo, ainda mantém a redação independente. Essa configuração pode ser explicada pelo processo produtivo da televisão ser diferenciado, com a permanência do repórter como protagonista (o que exige maior perfil para o vídeo) e a necessidade do cinegrafista para garantir a qualidade técnica. Entretanto, a correferencialidade faz parte dos telejornais da empresa, como no Bom Dia Espírito Santo, onde todos os dias os apresentadores mostram as capas dos dois jornais impressos produzidos pela Rede Gazeta destacando as principais manchetes.

Piccinin e Soster (2012) destacam que o telespectador, na condição de usuário, encontra maior espaço para participação diante da descentralização, já que encontra formas mais acessíveis de contribuir com o telejornal, seja através de envio de vídeos, fotos ou mesmo comentários. A popularização dos dispositivos móveis que permitem o registro desses conteúdos contribui para esta perspectiva.

<sup>6</sup> *Paywall* se refere ao ato de cobrar do internauta uma taxa para poder ter acesso ao conteúdo do portal.

Geralmente a cobrança acontece após o acesso a determinado número de reportagens consideradas “gratuitas” dentro de uma cota pré-estabelecida.

## Telejornalismo e novas tendências: a dialogia

A última característica do telejornal midiaticizado é a dialogia. Esta se refere ao diálogo entre as mídias tradicionais (televisão, jornal, impressos) com “outros sistemas sociais para, dentro da arquitetura midiática, produzir diferenças que estabeleçam diferenças” (PICCININ; SOSTER, 2012, p. 129). Uma das premissas deste conceito é a influência de narrativas entre diferentes campos, como do jornalismo com o da literatura ou da arte. Essa mistura resulta em narrativas inovadoras, podendo agir também em aspectos técnicos, como edição e enquadramentos das imagens.

Um exemplo de dialogia no telejornalismo público é a matéria “Mundo lembra centenário de Frank Sinatra”, exibida pelo Repórter Brasil em 12 de dezembro de 2015. O VT, sem passagem do repórter e todo narrado em off com sobes sons e arquivos da vida do artista, se apresentou muito próximo à linguagem documental. Assim, em relação ao modo de produção, os dois gêneros, telejornal e documentário, apresentam-se próximos também em relação à inclusão de novas tecnologias. Lins, Rezende e França (2011) ressaltam que a forma de captação de imagens vem se tornando comum entre produções pertencentes a diferentes meios.

Filmes, obras expostas em museus e galerias, trabalhos que circulam na internet e programas televisivos são compostos, cada vez mais, de imagens captadas em diferentes mídias e provenientes de variadas fontes: arquivos públicos, privados, familiares, pessoais, cinematográficos, televisivos, de vigilância etc. (LINS; REZENDE; FRANÇA, 2011, p. 56-57).

Neste ponto, ainda deve-se considerar a característica ensaísta tratada pelos autores, já que também pode ser empregada atualmente no jornalismo, através da experimentação, busca de novos olhares e oferecer ao espectador narrativas e visões diferenciadas.

A interligação entre diferentes plataformas e gêneros, que reforça o caráter dialógico do telejornal midiaticizado, também é analisada por Sodré (2009). Mesmo propondo uma discussão acerca da relação entre narrativa literária e jornalística, é possível se aprofundar sobre o processo de migração das narrativas num contexto amplo, como a necessidade de repassar pelos conceitos de enunciado e enunciação às circunstâncias de tempo, lugar e sujeito, necessárias à produção da fala (SODRÉ, 2009, p. 175).

Considerando, portanto, a dialogia, e os demais três preceitos elencados, Piccinin e Soster (2012) apontam que o “telejornal vai se mostrando como resultante desse todo integrativo, fruto do conjunto das mídias que o compõe, e abandonando o modelo tradicional reduzido ao suporte televisão” (PICCININ; SOSTER, 2012, p. 130). Assim, há uma geração de novos aspectos que deverão ser reconhecidos e que mudarão a forma de enxergar o telejornal quando comparado em sua forma tradicional de produção e veiculação.

## O telejornal midiaticizado na emissora pública

No Brasil, existem três tipos de exploração do serviço de televisão que variam de acordo com a forma de financiamento e as propostas constitucionais. Jambeiro (2008) elenca o estatal, o comercial e o *public service*. Este último, que nos interessa com maior profundidade, sendo mais presente historicamente nos países europeus, tem o objetivo de “dar ao público não o que ele quer, mas o que necessita, como concebido no interior do próprio aparato do sistema” (JAMBEIRO, 2008, p. 86). Geralmente, o mote é “educar, entreter, informar”. O financiamento pode ser feito por contribuição direta da população, através do pagamento de taxas periódicas como acontece na Inglaterra e em Portugal, repasse direto do governo ou até mesmo, em alguns casos, via publicidade. No Brasil, esse modelo foi potencializado com a implantação da TV Brasil em 2007, integrante da EBC, Empresa Brasil de Comunicação, cujo financiamento maior é oriundo dos fundos do governo.

Tendo como base as experiências latino-americanas, Barbero (2002) afirma que “a televisão pública acaba sendo, hoje, um decisivo lugar de inscrição de novas cidadanias, onde a emancipação social e cultural adquire uma face contemporânea” (BARBERO, 2002, p. 57). Pode-se afirmar que é um espaço para se trabalhar a memória, as tradições regionais e refletir sobre as práticas sociais. Como definição básica, a televisão pública deveria ser entendida como um meio onde as diferentes camadas sociais podem ser representadas. Leal Filho (2008) elenca três razões para justificar a televisão pública no Brasil: a socialização da produção de bens simbólicos produzidos no país, a abrangência nacional e sua necessidade social.

A primeira diz respeito à hegemonia do modelo comercial, rígido por índices de audiência (mera sanção do mercado, no dizer do sociólogo francês Pierre Bourdieu), que impede o acesso à televisão de bens culturais não transformados em mercadorias. (LEAL FILHO, 2008, p. 56).

Tal fenômeno atuaria como inibidor ao surgimento de manifestações culturais e artísticas, devido ao não reconhecimento do público. Já a abrangência nacional diz respeito à necessidade de uma rede de emissoras públicas que possa chegar a todos os domicílios e atender a todos os públicos - nesta questão, também podemos incluir o reconhecimento do regionalismo. Por fim, a necessidade social é explicada pela demanda social por novas ideologias e formas de pensamento.

Este último tópico vai ao encontro das premissas da Constituição Federal de 1988. O artigo 223 determina que a radiodifusão observará a “complementaridade dos sistemas público, estatal e privado” (BRASIL, 1988, art. 223). A referência está relacionada com o objetivo da TV pública em produzir e oferecer conteúdos inovadores, não vinculados a interesses mercadológicos. A constatação é que nos instiga a verificar se as premissas do telejornal midiaticizado podem ser aplicadas no telejornalismo público – e, portanto, se estão presentes na grade de programação. Como mencionamos, a análise realizada por Piccinin e Soster (2012) utiliza como objeto empírico

a TV Folha, que apesar de ser veiculada na TV Cultura, é produzida por uma empresa privada cujo sistema de produção e jornalismo se insere no ambiente comercial.

Assim, para a análise, consideramos o telejornal Repórter Brasil Segunda Edição, veiculado diariamente pela TV Brasil – emissora pública brasileira – no horário das 21 horas e 20 minutos. A coleta do material foi realizada através do site<sup>7</sup> do noticiário, onde são disponibilizadas todas as reportagens veiculadas na edição exibida ao vivo, entre os dias 1º e 8 de fevereiro, totalizando cinco<sup>8</sup> edições. Foram observadas quatro categorias de análise, baseadas nos conceitos discutidos anteriormente e que constituem o telejornal midiaticado: a autorreferencialidade, a correferencialidade, a descentralização e a dialogia (PICCININ; SOSTER, 2012).

A avaliação do material contou com 135 VTs<sup>9</sup> entre reportagens, notas cobertas, notas secas e quadros específicos. Primeiramente, buscamos selecionar em quais deles há elementos que se enquadram em pelo menos uma das quatro categorias de análise. Do total considerado, apenas 13 peças fizeram parte deste grupo:

**Tabela 1:** Categorização dos VTs do Repórter Brasil Segunda Edição

Edição	Peça	Categoria presente
01/02	Prefeitura de São Luís começa vistoria dos elevadores dos ônibus da cidade	Autorreferencialidade
01/02	Treze PMs foram condenados pelo desaparecimento, tortura e morte do auxiliar de pedreiro, Amarildo de Souza	Autorreferencialidade
02/02	Conselho Europeu divulga proposta de acordo para que Grã-Bretanha continue a fazer parte da EU	Descentralização
02/02	Revista feminista faz campanha contra os abusos masculinos no carnaval	Correferencialidade
03/02	Surto de microcefalia reacende debate sobre aborto no Brasil	Descentralização
03/02	O Outro Olhar de hoje traz um alerta contra o vírus da zika	Dialogia / Descentralização
05/02	Já é carnaval em várias partes do Brasil	Correferencialidade / Autorreferencialidade
05/02	O Repórter Brasil vai explicar quem terá direito à licença paternidade ampliada <sup>10</sup>	Autorreferencialidade
08/02	Tambor de Crioula é uma das mais expressivas manifestações da cultura afro-brasileira em São Luís <sup>11</sup>	Correferencialidade
01/02 02/02 03/02 05/02	Pergunta do dia	Descentralização

Fonte: Elaboração dos autores

<sup>7</sup> A página do Repórter Brasil na internet, onde se encontram os vídeos, pode ser acessada pelo link: <http://tvbrasil.ebc.com.br/reporter-brasil>.

<sup>8</sup> A ideia inicial era de realizar a análise durante a primeira semana de fevereiro. Entretanto, as edições do dia 4, uma quinta-feira, e do sábado, dia 6, não foram disponibilizadas no site do Repórter Brasil Segunda Edição. Assim, não foi possível analisar o conteúdo exibido nestas datas. Para garantir uma amostragem que fosse possível avaliar a presença dos preceitos do telejornal midiaticado, estendemos a análise até 8 de fevereiro, totalizando cinco edições consideradas.

<sup>9</sup> Na edição do dia 05/02, o VT “Queda de guindaste gigante, em Nova York, deixou um morto e três feridos” não estava disponível para visualização na página do Repórter Brasil.

<sup>10</sup> A autorreferencialidade foi identificada na cabeça da matéria.

<sup>11</sup> A correferencialidade foi identificada na nota-pé da reportagem através de mecanismos de participação, como será descrita na análise.

O VT “Prefeitura de São Luís começa vistoria dos elevadores dos ônibus da cidade”, exibido na edição de 01/02/2016, apresentou elementos da autorreferencialidade ao exibir imagens gravadas por anônimos de uma cadeirante com dificuldades para sair de um ônibus urbano em que o elevador para deficientes não funcionava. O vídeo de 16 segundos com qualidade mediana e com movimentos constantes da câmera se torna característico da prova testemunhal. Na mesma matéria, a repórter ainda se insere na reportagem ao citar em off que “nossa equipe esteve em alguns pontos, mas não encontrou nenhum agente da SMTT fiscalizando”. O fato de o jornalista fazer parte da reportagem, apesar de as imagens não mostrarem a equipe verificando os pontos em questão, também é considerado um aspecto da autorreferencialidade.

A descentralização é identificada no VT “Conselho Europeu divulga proposta de acordo para que Grã-Bretanha continue a fazer parte da EU” exibida em 02/02. A reportagem realizada por uma correspondente de Londres se utiliza de informações extraídas da conta do *Twitter* do presidente do Conselho Europeu, Donald Tusk. Além do enfoque na página virtual, também são exibidos trechos de um release publicado na internet. Essa opção demonstra como o telejornal não se coloca numa posição superior, em termos hierárquicos, em relação às outras mídias. Tanto que a informação principal da matéria é embasada por um pronunciamento publicado no microblog. Situação semelhante de descentralização é vista na matéria “Surto de microcefalia reacende debate sobre aborto no Brasil”. A reportagem mostra a página do *Facebook* e do blog da jornalista Ana Carolina Dias Cáceres, que possui microcefalia e tem uma vida normal. Trechos de publicações da jornalista em seu blog criticando a forma que o governo vem lidando com o tema são lidos pela repórter.

Na edição do dia 02, a matéria intitulada “Revista feminista faz campanha contra os abusos masculinos no carnaval” se dedica a mostrar os assédios que as mulheres sofrem nas festividades do carnaval. A pauta é um exemplo de correferencialidade por ser construída em cima de uma publicação da revista feminista AZMina, que lançou uma cartilha virtual para diferenciar a paquera do assédio - e assim combater crimes contra a mulher que estão enraizados como sendo “normais” pelos homens. A publicação virtual é expandida para outros assuntos, como a legislação. Também se tornou tema da Pergunta do Dia do Repórter Brasil de 02 de fevereiro.

O quadro “Pergunta do Dia”, aliás, tem um destaque à parte ao ser uma ferramenta útil para a inclusão dos telespectadores no telejornal, mesmo que de forma parcial. O formato consiste na exibição, antes do intervalo, da opinião dos cidadãos de acordo com uma pergunta estabelecida pela própria equipe do telejornal – geralmente com aprovação ou sugestão da direção de jornalismo da EBC. No dia 01/02, foi utilizada como mote uma pesquisa que mostrou que oito de cada dez motoristas usam telefone enquanto dirigem (uma reportagem<sup>12</sup> sobre o assunto chegou a ser exibida na edição). Portanto, a pergunta foi: “por que motoristas não respeitam a proibição de usar o celular ao volante?”. Além de exibir as sonoras gravadas em diferentes

<sup>12</sup> A reportagem exibida na edição que serviu de mote para a “Pergunta do Dia” de 01/02/2016 foi a “Quatro de cada cinco motoristas usam celular enquanto dirigem”. A pesquisa é do Hospital Samaritano de São Paulo.

regiões do país, a apresentadora com um celular na mão leu a opinião de uma internauta que enviou a contribuição pelo *Facebook*. Logo em seguida, o apresentador leu a de uma usuária do *WhatsApp* que escreveu do Rio de Janeiro. Com temas diferentes, a ação foi repetida ao longo de quatro edições analisadas. Apenas no dia 08/02 não houve a divulgação dos comentários enviados pelo aplicativo<sup>13</sup>.

Essa constatação demonstra como a televisão tem incorporado tanto os cidadãos no telejornal como as novas mídias – evidenciando a presença de uma “operação descentralizada” na produção da notícia no contexto do telejornal midiaticizado. Entretanto, deve-se destacar que essa participação do que chamamos de usuário (CANNITO, 2010) não é plena, já que os temas abordados na “Pergunta do Dia” são escolhidos pelo próprio telejornal e nem todas as contribuições são lidas na íntegra ou sequer entram no ar.

Outro caso de participação é o quadro “Outro Olhar”, um espaço dedicado para veicular material audiovisual produzido por cidadãos. O conteúdo é enviado pelo site da TV Brasil com no máximo 2 minutos de duração e, após uma triagem, é exibido no Repórter Brasil. No dia 03/02, o VT intitulado “O Outro Olhar de hoje traz um alerta contra o vírus da zika”<sup>14</sup> mostrou também que o quadro pode ser uma via para a prática do dialogismo, a quarta característica do telejornal midiaticizado de Piccinin e Soster (2012). O vídeo mostrou um cordel feito por uma enfermeira de Pernambuco que utilizou a arte e a literatura para mostrar a importância de combater o mosquito que transmite o zika vírus. Parte do texto gravado, dizia:

[...]  
Esse mosquitinho Aedes é pequeno no tamanho, mas é avassalador.  
Preto e Branco, todo estranho.  
Tá lascando todo mundo.  
Se eu vejo, me acanho.  
(Transcrição do quadro Outro Olhar, Repórter Brasil, 03/02/2016).

A narração, com forte sotaque nordestino, que demonstra a presença do regionalismo, é acompanhado de imagens que ilustram cada passagem do off. A dialogia no “Outro Olhar” se mostra efetiva no sentido de inovação de formatos, num hibridismo que inclui diferentes áreas e que contribui para abordar um assunto, que se tornou massivo na mídia, de forma interessante.

Já o VT “Já é carnaval em várias partes do Brasil”, exibido em 05/02, traz um momento estratégico do telejornal quando são exibidas imagens enviadas por uma telespectadora, identificada como Telma Mourão, dos foliões em Ouro Preto. Mesmo tremida, o que caracteriza a questão testemunhal da autorreferencialidade, o conteúdo é mostrado em uma única tomada com informações em off da apresentadora. Logo após, em nota-pé, o apresentador convida o telespectador a enviar imagens ou vídeos, via *WhatsApp*, para o telejornal. O objetivo é de que o usuário pudesse mostrar o carnaval em sua localidade. Esta passagem, que foi repetida através de nota seca também no Repórter Brasil do dia 08/02, pode ser identificada como a correferencialidade, já que o noticiário recorre a outro suporte para promover a participação do telespectador.

<sup>13</sup> Uma das possíveis justificativas para a não veiculação dos comentários enviados pelo *WhatsApp* no dia 08/02 é que a edição contou com apenas um apresentador – o que prejudicaria o diálogo que normalmente acontece entre os apresentadores na leitura das mensagens enviadas pelo aplicativo.

<sup>14</sup> O vídeo de quadro “Outro Olhar” sobre o vírus da zika, num exemplo de dialogismo, pode ser acessado através do link: <http://tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/bloco/o-outro-olhar-de-hoje-traz-um-alerta-contra-o-virus-da-zika>

## Considerações

As análises demonstraram que o telejornalismo público ainda se distancia dos elementos prescritos pelo conceito de telejornal midiaticizado. A primeira constatação neste sentido se refere ao conjunto de matérias que se enquadraram nos quatro parâmetros estabelecidos por Piccinin e Soster (2012). Dos 135 vídeos postados referentes às cinco edições analisadas, apenas 13 apresentaram elementos do telejornal midiaticizado, sendo que quatro pertencem ao quadro “Pergunta do Dia” e em dois as evidências só foram vistas nas cabeças e notas-pé.

Ainda deve-se considerar que, ao contrário do que já é presente em telejornais de emissoras privadas, como o Jornal Nacional e o Jornal Hoje, o estúdio não é integrado com a redação, evidenciando mais uma carência referente à autorreferencialidade. Também foi notável que o uso de imagens realizadas por jornalistas que viveram o acontecimento ou por anônimos não é frequente. Só aparecem em casos específicos, em flagrantes ou câmeras de segurança, como na reportagem “Treze PMs foram condenados pelo desaparecimento, tortura e morte do auxiliar de pedreiro, Amarildo de Souza” de 01/02, na qual o recurso é utilizado para mostrar a última aparição do auxiliar de pedreiro assassinado, e na nota coberta “Pelo menos quatorze pessoas morreram e 500 ficaram feridas no terremoto que atingiu Taiwan”, exibida em 08/02, para mostrar como foi um terremoto na Ásia através de imagens geradas por câmeras de segurança instaladas em lojas e ruas.

Entretanto, deve-se ressaltar que a autorreferencialidade está presente em expressões que passam quase despercebidas – e que estão introjadas no telejornalismo brasileiro há anos. No vivo intitulado “Marquês de Sapucaí recebe hoje as escolas de samba do grupo de acesso”, exibido em 05/02, o repórter cita que “a gente acompanhou hoje os 25 anos de um dos blocos mais famosos do Rio de Janeiro, o Carmelita do tradicional bairro de Santa Teresa. Acompanhe na reportagem de Sandra Lago” (grifo nosso). Quando o repórter se coloca em meio ao acontecimento, dizendo que acompanhou o bloco, também é um termo que o insere numa posição testemunhal. A expressão, que se repetiu em outros momentos da análise, é bastante usual no telejornal e explicita que alguma equipe do noticiário esteve presente no local do fato. Em outro momento, na cabeça de uma reportagem, o noticiário repete a estratégia de forma semelhante ao afirmar que o “o Repórter Brasil vai explicar quem terá direito à licença paternidade ampliada”.

Sobre a questão das imagens tremidas, evidenciadas por Piccinin e Soster (2012) como outra característica do telejornal midiaticizado, consideramos que elas sejam mais frequentes em *webtvs* – como o caso da TV Folha, objeto empírico dos autores. Entretanto, julgamos que seu uso não seja somente por uma questão testemunhal, de que o repórter esteve no local acompanhando de perto o acontecimento, mas também pelo aspecto logístico e mercadológico. Geralmente, às equipes que compõem a repor-

tagem das *webtvs* são enxutas, compostas, na maioria das vezes, apenas pelo repórter, sem cinegrafistas. Portanto, até para gravar entrevistas esses profissionais enfrentam dificuldades. Acrescenta-se ainda que muitos cursos de jornalismo não possuem disciplinas específicas para capacitar o estudante para exercer funções meramente técnicas. Assim, defendemos que autorreferencialidade deve ser analisada também sob o ponto de vista crítico-mercadológico, e não apenas como uma estratégia do jornalismo em busca de sua qualidade informativa – já que muitas vezes a questão técnica é prejudicada neste processo.

No que se refere à não compatibilidade do telejornalismo público com os termos do telejornal midiaticizado, podemos considerar como sendo, até certa instância, algo positivo. Constitucionalmente, segundo o artigo 2 da lei 11.652/2008<sup>15</sup>, que trata da complementariedade entre os sistemas privado, público e estatal, a TV Pública, no nosso caso a TV Brasil, não deveria seguir a lógica de produção das emissoras privadas – que constitui o objeto empírico do trabalho de Piccinin e Soster (2012). No entanto, consideramos que alguns aspectos do telejornal midiaticizado, principalmente aqueles que incentivam a participação cidadã, são compatíveis com os objetivos descritos no manual de jornalismo da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Apesar de em alguns momentos essa interação ser claramente visível, como o emprego do *WhatsApp* no quadro “Pergunta do Dia” e na exibição de vídeos enviados por telespectadores no quadro “Outro Olhar”, o Repórter Brasil ainda se mostra tímido em participação cidadã quando observado a partir dos materiais tomados como corpus empírico desta análise.

Como apontamento final, aproveitamos para ressaltar que apesar do distanciamento das categorias elencadas por Piccinin e Soster (2012) do que foi analisado e constatado no Repórter Brasil, não se pode afirmar que o telejornal da TV Brasil não é midiaticizado. O conceito de midiaticização é complexo e não pode ser definido apenas por enquadramentos em categorias de análise – apesar de que estas são importantes para evidenciar aspectos da midiaticização. Considerando a perspectiva de referencialidade de Braga (2006), é preciso visualizar a emissora pública como pertencente a um processo interacional mais amplo e hegemônico na sociedade. Neste caso, a midiaticização, que mesmo ainda em incompletude, influencia todos os demais processos para que sejam reconhecidos. Portanto, tal discussão nos permite afirmar que o jornalismo público é midiaticizado, por estar inserido em um sistema comunicacional mais amplo, ou mesmo no que Sodré (2002) conceitua como bios midiático, principalmente considerando a dinâmica das novas tecnologias nos processos de comunicação contemporâneos.

<sup>15</sup> Lei 11.652/2008, que institui os objetivos e princípios dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm).

## Referências

BARBERO, Jesús. Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção. In: RINCÓN, Omar (Org.). *Televisão pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: ILDEs/FES, 2002. p. 41-80.

BECKER, Beatriz. Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção. *Revista Galáxia*, São Paulo, n.10, 2005.

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado, 1998.

BRAGA, José Luiz. Sobre “mediatização” como processo interacional de referência. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15., 2006, Bauru. *Anais...* Bauru: Compós, 2006.

CANNITO, Newton Guimarães. *A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio*. São Paulo: Summus, 2010.

CASTRO e SILVA, J. R.; LEAL, P. R.. A formação de identidades na sociedade contemporânea e as teorias do jornalismo, uma reflexão. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 17., 2012, Ouro Preto. *Anais...* Ouro Preto: Intercom, 2012.

COSTA, Caio Túlio. Um modelo de negócio para o jornalismo digital. Como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado. *Revista de Jornalismo da ESPM*, n. 9, p. 51-115, 2014.

COUTINHO, Iluska (Org.). *A Informação na TV Pública*. Florianópolis: Insular, 2013.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. *Matrizes*, São Paulo, v. 1, p. 89-105, 2008.

JAMBEIRO, Othon. A regulação da TV no Brasil: 75 anos depois, o que temos? *Estudos de Sociologia*, Araraquara, v. 13, n. 24, p. 85-104, 2008.

LEAL FILHO, Laurindo. A nova televisão brasileira. *Revista Adusp*, São Paulo, p. 49-54, 2008.

LINS, C.; REZENDE, L. A.; FRANÇA, A. A noção de documento e a apropriação de imagens de arquivo no documentário ensaístico contemporâneo. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 21, p. 54-67, jun. 2011.

MUSSE, C.; THOME, C. Um milhão de amigos no ‘RJTV’: o telespectador como produtor de conteúdo pelos aplicativos WhatsApp e Viber. *Sessões do*

*Imaginário* (Online), v. 20, p. 01-09, 2015.

PICCININ, F.; SOSTER, D. Da anatomia do telejornal midiaticado: metamorfoses e narrativas múltiplas. *Brazilian Journalism Research*, v. 8, p. 118-134, 2012.

SCORSIM, Ericson. O Processo de Evolução do Estado, da Administração Pública e do Direito Administrativo. *Interesse Público (Impresso)*, v. 42, p. 127-144, 2007.

SODRÉ, Muniz. *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Vozes, 2009.

\_\_\_\_\_. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

RECEBIDO EM: 17/10/2016      ACEITO EM: 28/03/2017