

NOVOS ESPAÇOS REPRESENTAÇÃO SOCIAL E RECEPÇÃO NA ARENA MIDIÁTICA TELEVISIVA

*Josie do Amaral BASTOS*⁵⁸

Valéria Ferreira Santos de ALMADA LIMA⁵⁹

RESUMO: Os veículos de comunicação de massa, em especial as TVs, na modalidade comercial ou pública, estão reformulando e repensando as formas de produção e interlocução com a audiência, agora sob a influência e colaboração cada vez mais efetiva de um novo sujeito: o receptor. Esta participação certamente modifica as rotinas de produção dentro e fora da redação, podendo também se refletir na construção de ações por parte da esfera pública governamental. Para este estudo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre a relação da TV, em especial do Telejornalismo, com as mídias digitais e os espaços de representação social. A hipótese inicial é de que, embora existam ainda os “coronéis” proprietários dos meios de comunicação, a introdução das novas tecnologias transformou o modelo tradicional da TV, particularmente do Telejornalismo, podendo repercutir também no campo das políticas públicas.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação de massa, novas tecnologias, participação social, políticas públicas, telejornalismo

NEW SPACES OF SOCIAL REPRESENTATION AND RECEPTION IN TV BROADCAST FIELD

ABSTRACT: Mass media outlets, especially TVs in the commercial or public mode, are reshaping and rethinking the ways of production to dialogue with the audience, now under increasingly effective influence and collaboration of a new agent: the public. This participation certainly modifies the production routines inside and outside the newsroom, and may also be reflected in the construction of actions on the governmental agenda. This article seeks, through conceptual considerations and literature review, to understand the relationship

⁵⁸ **Josie do Amaral Bastos** - Jornalista, doutorando do Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Maranhão, professora Assistente do Departamento de Comunicação Social (UFMA)- Telefone: 98 98143-8737- Email: josiebastos@hotmail.com

⁵⁹ Valéria Ferreira Santos de Almada Lima- Economista, Doutora em Políticas Públicas pela Universidade Federal do Maranhão, professora do Departamento de Economia (UFMA) e professora do curso de Pós-Graduação em Políticas Públicas (UFMA)- Telefone: 9971-2090 Email: valmadalima@gmail.com

between TV, Tele-journalism, digital media and spaces of social representation. The initial hypothesis is that, although there is select group of owners of the broadcast news production in Brazil, the introduction of new technologies has transformed the 136traditional model of TV, especially the TV Journalism, resizing the media role and contributing to produce changes on the governmental agenda.

KEYWORDS: Mass communication, new technologies, social participation, public policy, TV Broadcast.

1. Introdução:

O desenvolvimento da sociedade em rede⁶⁰ tem causado mudanças significativas na sociedade. Impulsionados pela expansão da internet, os próprios veículos de comunicação de massa⁶¹, em especial as TVs, na forma comercial ou pública, objeto deste artigo, estão reformulando e repensando as formas de produção e interlocução com a audiência, agora sob a influência e colaboração cada vez mais efetiva de um novo agente: o receptor. A participação cada vez mais frequente do que Vizeu e Siqueira (2010, p. 85) denominam de “audiência comunicativa-interativa-participativa” certamente modifica as rotinas de produção dentro e fora da redação, podendo também refletir na construção de ações por parte da esfera pública governamental.

Para este estudo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre a relação da TV, em especial do Telejornalismo, com as mídias digitais e os espaços de representação social. A hipótese inicial é de que a internet transformou o modelo tradicional da TV e do espaço de representação popular (tendo o receptor como fonte de informação), produzindo efeito também no campo das políticas públicas, mesmo que ainda estejam os meios de comunicação, em grande parte, sob o domínio dos grupos políticos e de seus aliados pertencentes à classe empresarial.

O artigo foi estruturado em duas partes acrescidas das considerações finais. A primeira parte procurou destacar algumas análises sobre a conformação das agendas, a

⁶⁰ Termo utilizado por autores como Castels (1999), para caracterizar a transformação da sociedade pelos mecanismos de um novo paradigma tecnológico que se organiza em torno das tecnologias de informação.

⁶¹ De acordo com Nery e Temer (2009), o termo “Comunicação de massa” refere-se a uma forma específica de comunicação que ocorre pela intermediação/mediação de um meio técnico, ou multiplicador que permite à mensagem atingir um público anônimo, heterogêneo e disperso. Um exemplo disso seriam as mensagens dirigidas a um grande público por meio do rádio, TV, cinema, jornal, revista e internet.

caracterização dos sujeitos do processo das políticas públicas e o papel da TV para a formação dos inputs, que expressam demandas originárias da sociedade. Feito esse recorte, a segunda parte destaca a relação entre os meios de comunicação de massa e os espaços de participação social no contexto da sociedade brasileira, bem como as mudanças experimentadas pelos sistemas de comunicação com o advento das redes digitais. Por extensão, é realizado também um breve recorte sobre o sistema de regulamentação das rádios e TVs no Brasil, inserindo-o no bojo de uma discussão acerca da constituição das esferas pública e privada e sua influência sobre os meios de comunicação de massa. Nas considerações finais, estabelece-se um diálogo entre os espaços de representação na arena midiática, com foco no processo de formulação das políticas públicas no Brasil, e as próprias limitações pertinentes ao campo televisivo comercial, em especial ao telejornalismo.

2. As políticas públicas e a influência da mídia na conformação das agendas

Silva (2013) afirma que toda política pública é um mecanismo de transformação social, direcionado a promover o bem-estar social de segmentos da sociedade, com ênfase para os mais carentes, devendo ser também uma ação de distribuição de renda e equidade social “que contém contradições” (SILVA, 2013, p.20). A autora se contrapõe à percepção da política pública apenas como um recurso de legitimação política ou uma intervenção do Estado para atender somente à lógica do capital. Ainda segundo a autora,

A política pública é uma resposta decorrente de pressões sociais a partir de diferentes sujeitos [...] que sustentam interesses diversificados. Portanto, serve a interesses também contraditórios, que ora se situam no campo do capital, ora no campo do trabalho (SILVA, 2013, p.20).

Assim como Silva (2013), Rua (2009) também ressalta que as políticas públicas expressam relações de poder que se destinam à resolução pacífica de problemas e bens públicos. A política por si só é parte constitutiva e essencial da vida social. Já as políticas públicas, geralmente, envolvem mais que uma decisão e requerem diversas ações estrategicamente selecionadas com vistas à formulação de propostas e sua implementação por organizações públicas. Elas irão fazer parte da agenda governamental resultante de um processo pouco sistemático e extremamente competitivo pelo qual “se extraem, do conjunto de temas que poderiam ocupar a atenção do governo, aquelas questões que serão efetivamente tratadas” (RUA, 2009, p.64).

Para Silva (2013), o processo das políticas públicas é assumido, nos seus diferentes movimentos, por uma diversidade de sujeitos, que de forma dinâmica são

motivados por diferentes racionalidades e interesses. Esse ambiente se apresenta como contraditório e não linear. A autora elenca os principais sujeitos desse processo, quais sejam:

Grupos de pressão, movimentos sociais e outras organizações da sociedade, potenciais beneficiários dos programas sociais, responsáveis pela transformação de problemas em questões sociais que integrarão ou não as agendas públicas, sendo orientados pela lógica das necessidades e resultados.

Partidos Políticos ou políticos individualmente, que propõem e aprovam as políticas, responsáveis por tomar decisões e fixar prioridades e grandes objetivos delas. Orientados pela lógica política, centram-se mais nas demandas do que nas necessidades, sendo sensíveis a pressões de grupos organizados a defender seus interesses.

Administradores e burocratas, responsáveis pela administração dos programas sociais, orientados por uma racionalidade baseada nos procedimentos, nas aplicações das normas e na competência legal que se expressam pela lógica legal.

Técnicos, planejadores e avaliadores responsáveis pela formulação de alternativas de políticas e execução de programas, orientados pela lógica dos fins ou resultados.

Judiciário, responsável por garantir os direitos dos cidadãos, orientado pela lógica da legalidade (SILVA, 2013, p. 28-29).

A autora destaca também o papel da mídia, que pode ser um importante instrumento na publicização do “sucesso” ou “fracasso” das políticas públicas, dando visibilidade aos problemas sociais. Nessa lógica, ela configura-se como sujeito das políticas públicas quando imprime posicionamentos seus ou de sujeitos específicos com o poder e espaço de visibilidade. Silva (2013) contrapõe-se à ideia de autonomia dos meios de comunicação, já que a mídia assume posicionamentos daqueles sujeitos que dela se dispõem, mesmo que de forma transitória.

Conforme Rua (2009), os noticiários podem contribuir para formação dos inputs, que expressam demandas como reivindicações, participação no sistema político, reconhecimento de direitos e controle, originárias da sociedade e não do interior do próprio sistema político como ocorre com os withinputs.

Rua (2009) ressalta que a TV tem um grande poder de formar a agenda de demandas públicas para mobilizar a indignação popular e influenciar opiniões e valores da massa. Assinala também que a mídia, na forma impressa ou eletrônica, pode ser considerada um ator, um recurso de poder e um canal de expressão de interesses.

Nesta perspectiva, Silva (2013) destaca que, formada por diversos veículos de comunicação (TV, rádio, jornais e revistas), ela não atua com um discurso homogêneo, podendo apresentar posicionamentos divergentes e até mesmo contraditórios já que representa

lógicas e perspectivas assumidas por diferentes sujeitos do processo das políticas públicas. Assim:

As diversidades de sujeitos sociais e de racionalidades [...] conduzem, necessariamente, a desencontros, embates e conflitos, na medida em que se têm diferentes interesses, diferentes competências e papéis, produzindo diferenciação da perspectiva de tempo que orienta cada racionalidade, tornando difícil o estabelecimento de limites e consenso (SILVA, 2013, p.30).

As racionalidades apontadas pela autora podem ser resumidas por: racionalidade administrativa (própria dos administradores, da burocracia e do representante do Executivo), racionalidade política (característica dos legisladores), racionalidade legal (inerente ao Judiciário e também da burocracia) e racionalidade de resultados (inerente aos técnicos, planejadores, avaliadores e à população beneficiária).

Com o impulso das mídias digitais e a conseqüente participação mais ativa dos consumidores na produção e recepção da notícia, pesquisadores como Vizeu e Siqueira (2010) avaliam que esse ambiente tornou-se mais heterogêneo quanto a posicionamentos de assuntos referentes às demandas sociais, contribuindo para a relativização do discurso unidirecional predominante até então nas mídias tradicionais de massa.

As possibilidades de registro e manifestação ampliaram-se e o campo de produção dos noticiários televisivos passou a contar com um novo sujeito: o público. Trata-se de uma audiência que não só assiste ao telejornal, mas contribui na produção de notícias, comenta, critica e até desmitifica, em tempo real, por meio das redes sociais, informações veiculadas nos noticiários do dia.

No entanto, apesar de uma possível garantia de um espaço de representação mais plural dos sujeitos das políticas públicas, mesmo com o advento da internet e dos recursos de interatividade, autores como Habermas (1984) atestam que a mídia ainda representa um ambiente assimétrico de acesso, gestado por quem possui um capital comunicativo e material. Habermas (1984) não nega a existência de canais marginais a esse processo, porém afirma que os mesmos se apresentam, muitas vezes, de forma difusa e fragmentada, o que dificulta o alcance à arena dos media tradicionais (jornais, revistas, rádio e TV). Alinhado a esse pensamento, Hossoé (2014) afirma que os novos atributos comunicacionais dos sistemas de informação ainda não são suficientes para que o poder de articulação desses sujeitos seja ampliado e valorizado em suas potencialidades.

3. Espaços de participação social “coronelismo eletrônico”

Na tentativa de estabelecer uma relação entre os meios de comunicação de massa, em especial a TV e os espaços de participação social, acredita-se ser necessário, a priori, refletir sobre a constituição das esferas pública e privada no Brasil.

Para Raichelis (1998), as configurações assumidas pela esfera pública no contexto das transformações capitalistas estão intimamente ligadas à formação da sociedade burguesa. Tendo como base as considerações de Habermas (1987) sobre a temática, a autora explicita que, historicamente, a ideia de esfera pública foi formada no final do século XVIII, a partir do desenvolvimento da cultura material burguesa. Por meio da progressiva emancipação econômica entre homens em relação ao controle estatal, abriu-se um espaço social aglutinador de interesses comuns ou públicos de sujeitos privados.

As categorias público e privado passaram a adquirir aplicação técnico-jurídica com o nascimento do Estado Moderno. O pressuposto social da esfera pública burguesa foi, portanto, de um mercado liberalizado “que faz da troca na esfera da reprodução social um assunto de pessoas privadas. Completa-se, assim, a privatização da sociedade burguesa” (RAICHELIS, 2000, p.51).

Sobre esse ponto, Habermas (2003) destaca que a esfera pública se constitui no campo de disputas de interesses privados, no qual diferentes discursos coexistem, sendo esta a síntese de um processo dialético. O autor a caracteriza como:

A esfera de pessoas privadas reunidas em unpúblico; elas reivindicam esta esfera pública regulamentadas pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as Leis de intercâmbio de mercadorias e do trabalho social (HABERMAS, 2003, p. 42).

O autor destaca ainda que a esfera privada compreende a sociedade civil burguesa em seu sentido mais restrito (como a família com sua esfera íntima). Já a esfera pública política irá intermediar, por meio da opinião pública, o Estado e as necessidades da sociedade. Para Silva (2001), ela remete ao um espaço de visibilidade. É sua função iluminar as questões de ordem pública, de interesse comum, proporcionando um espaço amplo de discussões coletivas. Dessa forma, apresenta-se como condição de construção, consolidação e aperfeiçoamento do espaço democrático, diferente dos regimes autoritários em que é negado o princípio de transparência e publicidade das informações.

No caso do Brasil, esse processo de constituição da esfera pública ocorreu de forma distorcida, carregando as marcas de nossa formação social. Conforme aponta Raichelis (2000), historicamente o estado brasileiro usurpou a representação de classes sociais no seu interior para direcionar, no centro das atividades estatais, os interesses da burguesia nacional e internacional. Diferentemente do que previa Habermas (2003) sobre a intermediação da esfera pública política para a publicização das necessidades da sociedade, no território brasileiro, o que houve foi uma ausência da dimensão pública nas ações do Estado, nos seus diferentes níveis e esferas. O padrão de intervenção estatal concentrou-se no financiamento da acumulação e da expansão do capital, com total distanciamento de ações que visassem à consolidação de instituições democráticas e do acesso público a bens, serviços e direitos básicos da maioria da população brasileira. Raichelis (2000) pontua que:

Os grandes beneficiários ad hoc são as diversas frações do capital que, embora não tenham interesses homogêneos, dispõem de grande poder de articulação política, apoiada em inúmeras associações e estruturas paralelas aos partidos políticos que lhes permitem negociar interesses com o governo dentro do paradigma da regulação truncada (RAICHELIS, 2000, p.68).

Ademais, o fenômeno do coronelismo, expressão cunhada por Leal (1949) para designar um sistema político permeado por uma complexa rede de relações desde o coronel até o presidente da República, contribuiu ainda para alargar esse distanciamento entre os interesses políticos e da sociedade civil. Carvalho (2001) salienta que o coronelismo se estabeleceu basicamente por meio de barganhas. O governo estadual garantia o poder do coronel sobre seus dependentes e os rivais, sobretudo ao ceder-lhe o controle de cargos públicos. Já o coronel consolidava seu apoio ao governo na forma de votos.

Carvalho (2001) ressalta que, diferente do que previu Leal, (1948), o coronelismo como sistema político, iniciado com a Nova República, perdurou somente até 1930. Acreditava-se que a urbanização, a industrialização, a libertação do eleitorado rural e o aperfeiçoamento da justiça eleitoral iriam enterrar a figura dos coronéis e do sistema. No entanto, embora se aceite que o coronelismo como sistema nacional de poder tenha se esgotado em 1930 (quando o centralismo estadonovista destruiu o federalismo de 1891 e reduziu o poder dos governadores e dos coronéis), a figura do coronel não desapareceu. Ainda é perceptível a existência de antigos coronéis metamorfoseados de novos, que vivem da sobrevivência de traços, práticas e valores remanescentes dos velhos tempos. O autor destaca que:

O coronel de hoje não vive num sistema coronelista que envolvia os três níveis do governo, não derruba governadores, não tem seu poder baseado na posse de

terra e no controle da população rural. Mas mantém do antigo coronel a arrogância e prepotência no trato com os adversários, a inadaptação às regras da convivência democrática, a convicção de estar acima da lei, a incapacidade de distinguir o público do privado, o uso do poder para conseguir empregos, contratos, financiamentos, subsídios e outros fatores para o enriquecimento próprio e da parentela. Tempera isso tudo com o molho do paternalismo e do clientelismo, distribuindo as sobras das benesses públicas de que se apropria. [...] Para conseguir tudo isso, conta hoje, como contava ontem, com a conivência dos governos estadual e federal, prontos a comprar seu apoio para manter a base de sustentação, fazer aprovar leis, evitar investigações indesejáveis. Nesse sentido, o novo coronel é parte de um sistema clientelístico nacional (CARVALHO, 2001, p.3).

As ações dos coronéis estariam presentes, por exemplo, nos meios eletrônicos de comunicação.⁶² Os antigos e novos coronéis “metamorfoseados” exercem simultaneamente um mandato eletivo e são proprietários das empresas de comunicação. Raichelis (2000) destaca que ainda que a década de 1980 possa ter sinalizado para um período de alargamento das decisões democráticas marcado por um amplo movimento de conquistas democráticas, os avanços políticos experimentados no país e em toda a América Latina tiveram como contraface o agravamento da questão social, expresso pela deterioração crescente das condições de vida e trabalho de uma ampla parte da população. A autora assinala que:

A crise do Estado Autoritário e a luta pela democratização social e política estimulou o surgimento de novos espaços de representação política e de publicização dos conflitos sociais. Este processo revelou, contudo, a crise de grandes proporções experimentada pelo sistema de representação da democracia formal, mesmo reconhecendo-se a importância das instituições democráticas nas quais se apoia (RAICHELIS, 2000, p.82).

Os avanços democráticos da Constituição de 1988 também não contribuíram para acabar com a figura dos coronéis como proprietários das empresas de comunicação. A TV brasileira é um exemplo disso, já que nasceu sob o domínio das elites dominantes e empresariais. Desde sua origem, a TV passou a exercer, conforme aponta Hossoé (2012), alinhado às ideias de Gramsci, o papel de um aparelho de comunicação privado de hegemonia “ao representar interesses de grupos dominantes na composição do consenso” (HOSSOÉ, 2012, p. 45).

Nessa lógica, o Estado viabiliza sua legitimação pelo constante esforço em busca da manutenção do controle sobre os meios de comunicação de massa. O próprio Código de

⁶² De acordo com Brittos e Bolaño (2005), a prática do clientelismo entre o Estado e os meios de comunicação de massa é uma característica aparente desde a formação da imprensa. Na verdade é práxis da esfera política se inserir na comunicação de massa por conta do seu intrínseco caráter estratégico. Essa relação, pressupondo um cliente e um patrão, não pode ser considerada um benefício recíproco e mútuo. Sua relevância fundamental não está na troca mas “na expectativa dos benefícios futuros derivados de uma rede de relações preexistentes (BRITTOS; BOLAÑO, 2005, p. 81)

Telecomunicações⁶³ brasileiro é um produto desse processo. Todos esses elementos são importantes para que os discursos dos grupos dominantes, revestidos pela técnica de produção jornalística, sejam dinamizados com mais facilidade, exercendo poder persuasivo de forma mais intensa.

Por essa razão, é indesejável, por parte dos grupos dominantes, a quebra dos oligopólios dos meios de comunicação de massa eletrônicos, já que os “discursos” desalinhados poderiam minar a estratégia persuasiva em prol da hegemonia instituída (HOSSOÉ, 2012, p. 46).

Diferente do que se desejava a Constituição de 1988 foi uma boa oportunidade para se consolidar ainda mais o que os poderes locais e regionais haviam ganhado nas décadas anteriores.⁶⁴ Sobre esta questão Brittos e Bolaño (2005) destacam que:

A grande frente conservadora se formou também por concessões no campo da radiodifusão, servindo como moeda de troca para manter na Constituição as benesses conseguidas nos anos anteriores. Das 1.028 concessões distribuídas, 82 se referiam à televisão. Destas 43 foram distribuídas no ano de votação da emenda constitucional, sendo 30 divididas entre parlamentares de partidos aliados ao Governo. Assim, o número de parlamentares proprietários dos veículos de radiodifusão subiu de 55 para 146, totalizando 26% dos 559 constituintes (MOTTER, 1994, pp. 160-180). Além do apoio ao mandato de cinco anos, o Ministro e o Presidente também agiram em benefício próprio autoconcedendo, respectivamente, sete e três concessões geradoras de TV (BRITTOS; BOLAÑO, 2005, p. 88 apud CAPARELLI; SANTOS, 2002).

Ainda de acordo com Brittos e Bolaño (2005), após o período de José Sarney (1985 a 1990) e de Collor (1990 a 1992), as concessões de rádio e televisão foram suspensas. No governo de Fernando Henrique Cardoso (1995 a 2002), foram realizadas reuniões entre sindicatos, sociedade civil, profissionais e universidades para se pensar uma nova política de concessões de serviços de Telecomunicações e das geradoras que resultou na Lei do Cabo. Esta lei introduziu uma série de mudanças, obedecendo a outros critérios que não o coronelismo. No entanto, as práticas clientelistas da TV aberta pouco mudaram:

Exaurido o filão dos canais de televisão, iniciou-se no país, ora a grilagem, ora a prática clientelista na concessão de retransmissores da televisão. Sylvio Costa lembra que o critério de distribuição de 1.848 outorgas de retransmissores de TV, até 1997, privilegiou os “amigos” do presidente candidato à reeleição da seguinte forma: 268 foram entregues a políticos; 342, ao grupo SBT, 319 à Rede

⁶³ De acordo com Jambeiro (2001), os Serviços de Telecomunicações em geral tiveram sua regulação consolidada no país por meio do Código Nacional de Telecomunicações, aprovado pelo Congresso Nacional em 1962. As normas específicas de estruturas e funcionamento da TV foram estabelecidas um ano depois com base no Código de 1962, conhecido como Regulamento dos Serviços de Radiodifusão.

⁶⁴ Segundo Hossoé (2012), durante o mandato do presidente José Sarney, o poder Executivo ainda não necessitava da aprovação do Congresso Nacional para conceder as outorgas. Com base em um levantamento realizado por Motter (1994), Hayleno (2012) mostra que as concessões de rádio e TV (1.028) foram largamente utilizadas como moeda de troca política. Pouco mais da metade (559) outorga foi aprovada no ano da constituinte.

Globo; 310 à Rede Vida; 252 à Bandeirantes, 226 à Manchete; 151 à Rede Record, da Igreja Universal do Reino de Deus e, por último, 125, às TVs educativas (BRITTOS; BOLAÑO, 2005, p. 89).

Na tentativa de compreender os espaços de representação nos meios de comunicação, Habermas (2013) considera que houve uma mudança fundamental do papel da imprensa com a consolidação das empresas privadas de comunicação destinadas a gerar lucros. De acordo com ele:

A história na segunda metade do século XIX demonstra que a própria imprensa se torna manipulável à medida que ela se comercializa. Desde que a venda da parte redacional está em correlação com a venda da parte de anúncios, a imprensa, que até então foi uma instituição de pessoas privadas enquanto público, torna-se instituição de determinados membros do público enquanto pessoas privadas – ou seja, pórtico de entrada de privilegiados interesses privados na esfera pública (HABERMAS, 2003, p. 217-218).

A mídia seria esse locus de mediação entre os grupos de força política, cultural e econômica e os receptores. Habermas ressalta que:

Profissionais da mídia produzem um discurso de elite, alimentado por atores que lutam pelo acesso e influência sobre a mídia. Esses atores entram em cena a partir de três pontos: por serem políticos ou de partidos políticos; por serem os lobistas e participarem de grupos com acessos especiais no interior do próprio sistema; por serem defensores públicos, ou representantes de igrejas, por serem intelectuais e empresários, representantes da sociedade civil. Esses grupos, juntamente com os jornalistas, agrupam-se na construção do que chamamos de "opinião pública", embora esta se refira apenas às opiniões desses grupos existentes (HABERMAS, 2006, p. 417- tradução nossa).⁶⁵

No caso do Brasil, esse processo fica evidente por meio da aglutinação dos interesses de grupos dominantes em torno das concessões de TV, serviço que, apesar de ser tratado como público, protegido e regulado pelo Estado, é destinado, na sua maioria, à iniciativa privada. Esse ambiente leva Hossoé (2012) a concluir que “o mesmo vínculo de funcionalidade do Estado para os grupos dominantes apontado por Gramsci e Habermas se materializa na experiência democrática brasileira” (HOSSOÉ, 2012, p.47).⁶⁶ É o que Santos

⁶⁵ “Media professionals produce an elite discourse, fed by actors who struggle for access to and influence on the media. Those actors enter the stage from three points: Politicians and political parties start from the center of the political system; lobbyists and special interest groups come from the vantage point of the functional systems and status groups they represent; and advocates, public interest groups, churches, intellectuals, and moral entrepreneurs come from backgrounds in civil society”.

⁶⁶ Jambeiro (2001) salienta que a Constituição de 1988 colocou os decretos presidenciais de concessão de canais de radiodifusão sob revisão do Congresso Nacional. No entanto, até agora, não se viu qualquer mudança no processo. Para o autor, não se poderia pensar diferente já que pelo menos um terço dos parlamentares brasileiros recebeu concessões para si ou seus amigos e parentes, sendo beneficiário do modelo em uso. Ademais, a ausência de regras mínimas para a programação também contribui para que os concessionários utilizem os espaços midiáticos para “os gostos e interesses comuns ao maior número possível de

(2006) irá denominar de coronelismo eletrônico: a centralização do controle das empresas de comunicação como moeda do governo na barganha por favores desejados. Uma prática que se configura uma barreira à diversidade representativa que caracteriza uma televisão na qual os interesses coletivos e públicos deveriam ser priorizados em relação aos interesses particulares (partidários ou de familiares).

Com a emergência da sociedade em rede, os veículos de comunicação tiveram que apostar em novas formas de interação e produção de conteúdos. Lemos (2013) destaca que a internet possibilita uma estrutura comunicativa de livre circulação de mensagens, não mais editada por um centro, “mas disseminada de forma transversal e vertical, aleatória e associativa” (LEMOS, 2013, p. 81). Essa transformação também reconfigurou as formas de produzir e pensar o Telejornalismo no Brasil. Silva e Rocha (2010) apontam que, no rádio e na TV, as adaptações aos novos tempos foram perpetradas para manter a audiência, cada vez mais dispersa e fragmentada.

Nesse cenário, as fontes de informação, antes mais restritas aos grupos de hegemonia ligados às redes de comunicação, tornaram-se mais “acessíveis” a um número maior de pessoas, que passaram a colaborar na produção dos telejornais. A internet se tornou, ao mesmo tempo, uma aliada e concorrente, “uma vez que facilita a pesquisa de novas fontes, porém disputa a audiência e por vezes não traz dados confiáveis, o que exige mais atenção na filtragem da informação” (SILVA e ROCHA, 2010, p. 198). Com a criação de sítios eletrônicos e de ferramentas que possibilitam interação como chats, fóruns e enquetes, o telespectador saiu do ambiente da TV para se tornar usuário ativo e participativo da produção dos telejornais.

Ampliaram-se também as formas de registro de imagens (estáticas ou em movimento) com o uso da telefonia móvel e de máquinas fotográficas digitais que podem ser aproveitadas e exibidas nos telejornais. Por extensão, os internautas podem fazer seus comentários e críticas sobre o conteúdo exibido com as ferramentas de interatividade promovidas pelas redes sociais como facebook, twitter, grupos de whatsapp, durante e após a exibição dos noticiários. Outro sinal de influência que a web trouxe para o telejornalismo são os novos componentes estéticos de cenografia dos telejornais, a exemplo dos grandes monitores, que funcionam como interlocutores dos diálogos entre os apresentadores dos estúdio e o mundo

telespectadores para atraí-los e manipulá-los. Pelos cânones deste modelo temas complexos ou que desatendam aqueles gostos e interesses devem ser evitados” (JAMBEIRO, 2001, p.70).

externo. Conforme apontam Silva e Rocha (2010), esse conjunto de elementos pode ser visualizado em Telejornais nacionais como “Bom dia Brasil”, da Rede Globo de Televisão, e no Telejornal “Jornal da Cultura”, exibido pela TV Cultura de São Paulo, com o novo cenário inaugurado em 2010. Por extensão, o uso desses recursos técnicos também podem ser visualizado em Telejornais locais, a exemplo dos Telejornais exibidos pela TV Mirante, filiada da Rede Globo de Televisão, com sede em São Luis do Maranhão. Para os autores, essas ferramentas tecnológicas reproduzem numa instância de representação, a simultaneidade e o ineditismo. Dessa forma:

A marcante presença das grandes telas (monitores) integrando os cenários dos telejornais são fortes indicadores da influência do ciberespaço na linguagem televisiva. As telas, interativas ou não, funcionam como “portais” que dão acesso a informações em espaços e tempos diferenciados, além de trazer ao telejornal um atributo de inovação tecnológica e contemporaneidade (SILVA e ROCHA, 2010. p. 209)

Nesse contexto, pode-se afirmar que, nos últimos anos, a mídia tradicional deixou de ter a hegemonia da informação que passou a ser também domínio do próprio público, que registra fatos e imagens onde jornalistas não têm acesso. Adicionalmente, o uso das telas nos ambientes cenográficos funciona como uma passagem para o mundo virtual, com a possibilidade de mostrar realidades distantes geograficamente, e em tempos diferenciados. Sobre esta questão Lemos (2013) destaca que:

A nova racionalidade dos sistemas informatizados age sobre um homem que não mais recebe informações homogêneas de um centro “editor-coletor-distribuidor”, mas de forma caótica, multidirecional, entrópica, coletiva e, ao mesmo tempo, personalizada. [...] O que está em jogo nesse processo de digitalização do mundo é, segundo Adriano Rodrigues, o desaparecimento da instância legitimadora clássica do discurso: emissor e receptor fundem-se na dança de bits (LEMOS, 2013, p. 81).

No campo das políticas públicas, a maior capacidade de participação, articulação e vigilância de diferentes sujeitos sobre a produção e recepção dos noticiários televisivos pode causar efeitos sobre a disputa em torno da destinação de recursos públicos para as demandas específicas de distintos segmentos da sociedade. Hossoé (2014) afirma que esses novos espaços promovidos e transformados pela participação e interferência das redes digitais contribuem para a formação de inputs, diluindo os espaços até então hegemônicos controlados pela classe dominante. Esta fase de multiplicidade da oferta de serviços comunicacionais pode se constituir até em uma ameaça perene ao espectro de influência dos coronéis da comunicação.

Por outro lado, há que se destacar que, embora possam provocar um redesenho no paradigma do telejornalismo brasileiro, o processo ainda continua sendo mediado pelos jornalistas a quem cabe o complexo papel da produção das notícias. Ademais, as TVs abertas de comunicação ainda estão em sua maioria sob o domínio de grupos políticos e seus aliados pertencentes à classe empresarial. Afinal, de acordo com Hossoé (2012), em pesquisa realizada, em 2008, pelo Projeto “Os donos da Mídia (2011)”⁶⁷, no Brasil, 217 políticos são sócios ou diretores de 324 veículos de comunicação.

4. Conclusão

É inegável a importância do papel da mídia, em especial do Telejornalismo, na propagação e promoção de valores, de ideias, comportamentos e atitudes. Mesmo com a expansão da internet, até hoje, pode-se afirmar que os telejornais ocupam um espaço central na sociedade brasileira como uma das mais baratas e mais cômodas formas de informação às quais a sociedade tem acesso.

No campo das políticas públicas, a mídia também é considerada como um sujeito no processo de construção da agenda governamental por assumir um relevante papel no que se refere à visibilidade dos problemas sociais. Segundo Silva (2013), ela se estabelece em dois momentos: no primeiro, com a identificação da problemática, publicizando-a, expressando a demanda por ação governamental, junto aos grupos de interesse. No segundo, ressaltando os resultados dos programas governamentais para a solução das problemáticas, avaliando os impactos de políticas, ora reproduzindo o discurso oficial, ora propondo até mudanças e reformas.

Na era da internet e redes sociais, os veículos de comunicação ganham mais um aliado, a participação do receptor, agora no papel de coprodutor da notícia, interferindo direta ou indiretamente nos modos de produção e recepção da notícia. Entretanto, nesse contexto de mais interatividade e participação, é importante destacar que, embora se reconheça uma mudança no modelo tradicional do telejornalismo, os espaços de produção e veiculação das notícias de massa ainda são mediados por jornalistas e por gestores das empresas de comunicação, vinculados diretamente ao poder público e à iniciativa privada.

⁶⁷ Conforme aponta Hossoé (2012), o projeto cruzou dados da Agência Nacional de Telecomunicação com a lista de gestores municipais, governadores, deputados e senadores de todo o país. Esse levantamento foi realizado em 2008. Para a produção deste artigo, foram pesquisados dados atuais sobre o projeto na internet, no entanto, o sítio eletrônico não está mais disponível para consulta. Acesso realizado em 03/04/2015.

Nesse sentido, pode-se afirmar que, por mais que haja uma diluição dos discursos até então considerados unidirecionais, a mídia televisiva comercial ainda se mantém como um ambiente privilegiado de quem possui mais acesso, maior capital material e comunicativo e, portanto, ainda se apresenta como um espaço assimétrico. Para Hossoé (2014), os sujeitos vinculados aos grupos de pressão, movimentos sociais e outras organizações da sociedade dispõem de quase nenhuma oportunidade de difusão nos meios de comunicação de massa. Afinal, mesmo com a internet, em que se abre mais espaço para a interação, o processo permanece mediado por outras instâncias, reproduzindo o que Habermas (2003) entendia como espectro de publicização dos discursos entre os grupos de força política, cultural, econômica e os receptores.

Acredita-se, como destaca Hossoé (2014), que há alternativas para a difusão de posicionamentos mais plurais por meio, por exemplo, do sistema público de televisão, ou ainda pelas próprias redes informacionais e nos espaços públicos. No entanto, deve-se observar a relevância que a mídia tradicional ainda preserva no Brasil, por constituir-se ainda como um lugar de referência para a população.

Autores como Vizeu e Siqueira (2010) defendem que, mesmo com o impulso das mídias digitais, o Telejornalismo ainda pode ser considerado um lugar para os brasileiros “muito semelhante ao da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo. Assistimos à televisão e vemos o mundo, ele está e ele nos vê” (VIZEU e SIQUEIRA, 2010, p. 83). Daí a necessidade de investigar mecanismos que possibilitem dentro do sistema de TV brasileira espaços mais democráticos de participação, alinhados aos novos mecanismos informacionais de comunicação para uma maior efetividade no campo da participação social e da consolidação da democracia.

REFERÊNCIAS

- BRITTOS, Valério Cruz; BÓLANO, César Ricardo Teixeira (orgs.). Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulos, 2005.
- CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CARVALHO, José Murilo de. As metamorfoses do coronel. Jornal do Brasil. Rio de

Janeiro.06 mai. 2001. Disponível em:
<http://www.ppphis.ifcs.ufrj.br/media/carvalho_metamorfoses_coronel.pdf
http://www.ivnl.com.br/download/jose_murilo_jornal_do_brasil_2001.pdf >.

_____. Mandonismo, Coronelismo, Clientelismo: uma discussão conceitual. In: Pontos e Bordados: escritos de história e política. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005a. p-130-155. 1 ed.

HABERMAS, Jurgen. Political communication in media society: does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication Theory*, v.16, 2006, pp. 411-426.

_____. Mudança estrutural da Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984

GRAMSCI, Antonio. Maquiavel, a política e o Estado moderno. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

_____. Os intelectuais e a organização da cultura. 8a edição. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1991.

HOSSOÉ, Hayleno Santos. A política de reordenação do sistema público de TV brasileiro e o processo de implementação da TV Brasil. 2012. 173 f. Tese (Doutorado em Políticas Públicas) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2012.

_____. Políticas públicas na sociedade em rede: novos espaços de intermediação na arena midiática. *R. Pol. Públ.*, São Luís, v. 18, n. 1, p. 269-279, jan./jun. 2014

JAMBEIRO, Othon. A TV no Brasil do século XX. Salvador: EDUFBA, 2001. 206 p.

LEAL, Victor Nunes. (1948). Coronelismo, Enxada e Voto. Rio de Janeiro, Forense.

LEMOS, Andre. Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea. Sulina, Porto Alegre, 2013.

Mattos, Sergio. A evolução histórica da televisão Brasileira. N:VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). 60 anos de telejornalismo no Brasil. Florianópolis: Insular, 2010

MOTTER, Paulino. A Batalha Invisível da Constituinte: Interesses privados versus caráter público da radiodifusão no Brasil. Dissertação (Mestrado em Ciência Política e Relações Internacionais) – Departamento de Ciência Política e Relações Internacionais, Universidade de Brasília, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, Brasília, 1994. 333 p.

RAICHELIS, Raquel. Esfera Pública e Conselhos de Assistência Social -caminhos da construção democrática. São Paulo, Cortez Editora. 1998

RUA, Maria das Graças. Análise de políticas públicas: conceitos básicos. In: VALADÃO, Maria Izabel. O estudo da Política: temas selecionados. Brasília, DF: Paralelo 15, 1998. Mimeo.

_____. Políticas públicas. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC; [Brasília] : CAPES : UAB, 2009. 130p. : il.

SANTOS, Suzy dos. E-sucupira: o coronelismo eletrônico como herança do coronelismo nas comunicações brasileiras. Revista da Associação Nacional de Pós-Graduação em Comunicação, dez. 2006. Disponível em: http://www.fndc.org.br/arquivos/ecompos07_dezembro2006_suzydosantos.pdf. Acesso em: 15/05/2015

SILVA, Maria Ozanira da Silva e (org.). Avaliação de políticas e programas sociais: teoria & prática. São Paulo: Veras Editora, 2001.

_____ et al. Pesquisa avaliativa: aspectos teóricos-metodológicos. São Paulo: Veras Editora, 2013.

SILVA, Edna de Mello; ROCHA, Liana Vidigal. Telejornalismo e ciberespaço: convergência de tecnologias e informação. IN: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). 60 anos de telejornalismo no Brasil. Florianópolis: Insular, 2010

VIZEU, Alfredo; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso. O telejornalismo: lugar de referência e revolução das fontes. IN: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). 60 anos de telejornalismo no Brasil. Florianópolis: Insular, 2010

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; NERY, Vanda Cunha Albieri. Para entender as teorias da comunicação. 2 ed. Uberlândia: EDUFU, 2009.