

Telejornal com plateia: uma análise da participação do telespectador no Jornal da Cultura¹

Beatriz CAVENAGHI²
Daniel SCHATTSCHEIDER³
Faculdade Ielusc, Joinville, SC

RESUMO

O artigo apresenta as estratégias utilizadas pelo Jornal da Cultura, exibido pela TV Cultura, para criar um discurso de interação e participação do telespectador. Desde 2017 o programa aposta em uma edição semanal que traz uma plateia para observar e participar do programa. Foram analisadas cinco edições do telejornal, entre os dias 2 e 6 de outubro de 2017 com o objetivo de compreender as estratégias utilizadas pelo Jornal da Cultura para criar um discurso de interação e participação do telespectador. Assim, pretende-se delinear aspectos que contribuam para a compreensão da relação discursiva entre telejornal e telespectadores.

PALAVRAS-CHAVE: telejornalismo; telespectador; TV Cultura; convergência discurso.

INTRODUÇÃO

Há cerca de um ano, o principal telejornal da *TV Cultura* apresentou uma novidade. Além dos elementos que caracterizam o formato tradicional de telejornalismo brasileiro e que marcam programa em seus 30 anos de produção, ele passou a contar com uma plateia: um grupo de telespectadores convidado para observar e participar do programa semanalmente. Além de participar com perguntas e comentários durante o telejornal, a plateia é a principal atração do *JC+*, uma continuação do *Jornal da Cultura* na Internet. Ele ocorre todas as quartas-feiras após o término do telejornal e tem meia hora de duração, com exibição pelo *Youtube* e pelo *Facebook*. O programa também

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora no curso de Jornalismo da Faculdade Bom Jesus/Ielusc. Jornalista, Mestre em Jornalismo (UFSC), Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento (UFSC), na área de Mídia e Conhecimento. Integrante do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele/UFSC/CNPq). Email: cavenaghi.bea@gmail.com

³ Jornalista, formado pela Faculdade Ielusc. E-mail: danschatts@gmail.com

investe na participação da audiência em todas as edições, lendo comentários enviados pelo *Twitter*.

Do ponto de vista da produção televisiva, a novidade promete incrementar o caráter analítico que marca este telejornal, enriquecendo o debate que ocorre na bancada e mostrando parte do que se passa “atrás das câmeras”. A estratégia parece querer atrair o telespectador e fazê-lo se sentir parte do telejornal. Por outro lado, a plateia do *Jornal da Cultura* apresenta, para os estudos em telejornalismo, uma possibilidade de refletir sobre as relações com a audiência e sobre o desenvolvimento de novos formatos (ou a manutenção dos tradicionais) para a prática do jornalismo na televisão.

Desta forma, este trabalho toma como objeto empírico cinco edições do *Jornal da Cultura*, exibidas entre os dias 2 e 6 de outubro de 2017, para uma análise que tem como objetivo compreender as estratégias utilizadas pelo *Jornal da Cultura* para criar um discurso de interação e participação do telespectador. Assim, pretende-se delinear aspectos que contribuam para a compreensão da relação discursiva entre telejornal e telespectadores.

A metodologia de análise tem como base as categorias e os procedimentos sugeridos por Emerim (2010) e que vêm sendo utilizados em diversas pesquisas realizadas no âmbito do Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele/UFSC/CNPq). Observa-se o telejornal como um formato televisivo que tem regras e lógicas de produção específicas e fortemente ligadas ao contexto midiático, à emissora de televisão que o abriga e à grade de programação que envolve este programa. Portanto, entende-se que o telejornal é um texto televisivo, objeto cultural “fruto da produção midiática em geral, cuja natureza é complexa e híbrida” (EMERIM, 2010, p.4). Os procedimentos de análise consistiram na descrição das interações com o telespectador – apresentada parcialmente neste artigo pela limitação de espaço – aparentes na narrativa do *Jornal da Cultura* no período selecionado para uma posterior análise dos dados levantados, que permitiram refletir sobre as estratégias de interação do programa, conforme os objetivos já apontados.

O TELESPECTADOR NO TELEJORNAL

O amadurecimento dos estudos em telejornalismo no Brasil já teve como reflexo a realização de diversas pesquisas que se preocupam em refletir sobre as formas da

incorporação do telespectador no processo de produção do telejornal e os impactos dessa prática para o jornalismo (COUTINHO & MATA, 2010; GUTMANN, 2011; CAVENAGHI, 2013; FRAZÃO, 2013).

Isso porque a televisão está, cada vez mais, disputando espaço com outras fontes de informação que passaram a fazer parte do cotidiano dos brasileiros. O contexto de convergência anunciado por Jenkins (2009) há quase 10 anos, hoje tem como consequência a mudança no perfil do telespectador médio brasileiro. Dados da Pesquisa Brasileira de Mídia⁴ mostram que quase 90% das pessoas procuram saber de notícias através da televisão, mas que mais da metade da população já utiliza também a Internet para obter informações. "O mesmo telespectador que sempre acompanhou de casa, inerte, as edições dos telejornais, agora quer participar da escolha dos temas, quer opinar, debater a notícia" (CORRÊA & TAIRA, 2015, p. 54).

É verdade que a participação da audiência no processo produtivo do telejornal sempre ocorreu, mesmo que de forma rudimentar, com a inserção de telefonemas⁵ ou a leitura de cartas enviadas à produção. Porém, atualmente o telespectador dispõe de formas mais sofisticadas e dinâmicas para a participação e é constantemente incentivado por apresentadores e produtores a fazê-lo.

Diante do contexto de transformações na produção, na circulação e no consumo de conteúdo audiovisual, o telejornal se vê pressionado a produzir alternativas que promovam o telespectador a um novo patamar: ele deixa de ser apenas consumidor para se tornar também um coautor da informação, produtor de conteúdo, seja no envio de pauta, seja na produção de vídeo ou foto, posteriormente transformado em notícia (CROCOMO, CAVENAGHI, FRAZÃO, 2013, p. 13).

Para estar presente na narrativa dos telejornais, o telespectador pode contar com iniciativas que vão desde o envio de fotos e vídeos para exibição em diferentes quadros dos telejornais, até a participação de forma mais efetiva, em quadros específicos comumente ligados à ideia do “cidadão repórter”. Porém, mesmo que um telejornal não demonstre, explicitamente, uma participação dos telespectadores no processo de produção, é inegável que exista um relacionamento discursivo entre o programa e a

⁴ Pesquisa Brasileira de Mídia, 2016.

⁵ Ver, por exemplo, Pinga Fogo com Chico Xavier (1971) ou a experiência registrada no vídeo RBS TV SC (2009).

audiência. Isso fica evidente na narrativa usada nos telejornais que buscam instigar o telespectador a permanecer assistindo: os famosos "não perca no próximo bloco" e "veja a seguir", e a inserção das falas de populares nas reportagens são exemplos dessas estratégias.

Portanto, todo telejornal se utiliza de uma estratégia discursiva para se relacionar com a audiência. O discurso é produto da relação comunicativa entre os sujeitos inseridos neste contexto, ou seja, "o lugar de onde falamos e a imagem que fazemos de si e do outro" (CAVENAGHI, 2013, p. 49). Ao participar de um telejornal, enviando um vídeo ou uma opinião que será lida no programa, o telespectador passa a ocupar um lugar no processo comunicativo, estabelecendo relações de convívio e até mesmo de poder, "pois exerce poder sobre o outro aquele que informa o que este ignora, ou que tem condições de comentar a atualidade" (CHARAUDEAU, 2009, p. 80).

É nos noticiários que o telespectador, como cidadão, busca "celebrar seus encontros com a cidade, o país e o mundo, produzir sentido e sensações de pertença e (auto) reconhecimento a partir das narrativas audiovisuais veiculadas nos telejornais" (COUTINHO, 2014, p. 175-176), além de ver na televisão "um meio onde é possível 'se mostrar', contar suas próprias histórias ou resolver seus problemas" (CAVENAGHI, 2013, P. 55).

Para a TV Cultura, uma emissora de características públicas e educativas, a exigência da representatividade do público na televisão é maior do que numa emissora comercial comum (COUTINHO, 2014). É nessa participação do receptor que a qualidade do jornalismo do canal é avaliada, "entendendo que os telejornais atuam também como forma de ordenamento do mundo social, e de reconhecimento pelos indivíduos na sociedade brasileira", pois uma emissora pública "deveria propiciar espaço para representação de diferentes grupos" (p. 187-188).

JORNAL DA CULTURA

O *Jornal da Cultura* é um telejornal brasileiro que vai ao ar de segunda à sexta, às 21h15. Ele estreou em 1988, na *TV Cultura* – uma emissora educativa, de caráter público-privado⁶, com abrangência nacional, mantida pela Fundação Padre Anchieta

⁶ Considera-se que o canal é público-privado porque tem características tanto de uma emissora de televisão pública, quanto de uma emissora de televisão privada. Guilherme Jorge de Rezende afirma que

(Otondo, 2002). Em seus primeiros anos de atuação, era considerada uma televisão escolar e elitista, voltada para os telespectadores de classes mais bem pagas. Porém, ao longo do tempo, foi ganhando uma ampla variedade de programas, gêneros e formatos, "com os quais procura fidelizar as suas diferentes audiências" (OTONDO, 2002, p. 276).

Atualmente, a TV Cultura é reconhecida pela qualidade de diversas produções⁷, especialmente as voltadas para o público infantil, como *Castelo Ra-Tim-Bum*, *No Mundo da Lua*, *Cocoricó*, entre outros. A emissora já teve, em seus melhores momentos, oito pontos de audiência, conquistando por vezes o terceiro lugar do Ibope paulistano nos anos 90. Hoje, em certos horários, perde até mesmo para infocomerciais da RedeTV⁸, com 0,4 pontos. O setor de jornalismo da emissora, conforme Otondo (2002, p. 276), tem o objetivo de:

[...] aproximar-se das comunidades, identificar lideranças em todo o estrato social e provocar a necessária interatividade - exigência dos tempos modernos - para cumprir a sua missão, espelhando e dando voz aos que em geral não têm acesso aos meios. Essa é a base do jornalismo de televisão pública que, desde agosto de 2000, começou a ser implantado no canal. Não pretende abranger todos os telespectadores de maneira diferenciada - pelo mínimo denominador comum, como é o caso dos canais comerciais - mas sim transmitir programas diferenciados conforme as necessidades e expectativas de seus públicos.

Durante os anos 90, com uma grave crise, o quadro de jornalistas da emissora diminuiu "de 155 para 95, sem que houvesse qualquer queda no volume de produção no departamento de jornalismo" (Rezende, 2000, p. 180). A virada do milênio trouxe outra mudança radical no telejornalismo da TV Cultura. Os apresentadores começaram a ser mais informais e "próximos das pessoas". As matérias e reportagens agora traziam mais reflexões, análises e indagações, além do tempo dessas reportagens ser mais longo, a

"a emissora organizou-se sob a forma de uma instituição de direito privado, sustentada por verbas públicas estaduais" (2000, p. 174). Teresa Montero Otondo já diz que a TV Cultura "é o único canal de televisão com espírito efetivamente público no Brasil" mantida por subvenções do governo do Estado de São Paulo, mas que é, "por lei, uma fundação de direito privado, o que garante sua autonomia administrativa e independência política diante do Estado" (2002, p. 274).

⁷ Uma pesquisa realizada em 2013 apontou a TV Cultura como a segunda emissora de maior qualidade do mundo, perdendo apenas para o canal britânico BBC.

⁸ No dia 18 de fevereiro de 2017, a TV Cultura perdeu para infocomerciais da Redetv. Acessível em: <http://teleguiado.com/televisao/2017/02/tv-cultura-perde-para-infocomerciais-da-redetv-e-da-04-de-ibopecm-sao-paulo.html>

edição das mesmas ser mais elaborada, e a notícia trazer uma característica "mais humana e pessoal" (Otondo, 2002, p. 282).

Em 2010, o *Jornal da Cultura* passou a contar com comentaristas em todas as edições e suas participações, direto da bancada e junto com o apresentador, tornaram-se a principal marca do programa, como destaca o apresentador do programa:

O Jornal da Cultura apresenta um formato único, não há nada parecido nos concorrentes. [...] A bancada do JC é conhecida pelo seu espírito crítico e pela independência. Não há nenhum tipo de censura: qualquer assunto é abordado com profundidade. [...] Como nele há pluralidade de pessoas, o jornalismo também não traz nenhuma tendência de abordagem. A bancada de comentaristas é composta de especialistas, doutores em filosofia, direito, ciências sociais e políticas, medicina, história, entre outras áreas do saber. [...] O inusitado é sempre bem recebido pelos telespectadores, pelo menos é o que mostram a audiências e os elogios pelo Twitter, Facebook e WhatsApp do telejornal (Corrêa, 2015, p. 26-27).

A maior parte do programa se destina aos comentários. Nas cinco edições analisadas foram observadas 37 ocorrências de comentários e 34 matérias exibidas. Nas cinco edições da análise, 10 comentaristas passaram pela bancada do telejornal: o historiador Marco Antônio Villa, o pesquisador em negociações internacionais Alberto Pfeifer, os advogados Airton Soares e Roberto Delmanto Júnior, os filósofos Luiz Felipe Pondé e Mario Sérgio Cortella, o reitor da Faculdade Zumbi dos Palmares José Vicente, o empresário Emerson Kapaz, o professor Paulo Saldiva, e o economista Ricardo Sennes.

O programa é sempre conduzido por um apresentador, responsável por chamar matérias, resumir notícias, mediar e intervir quando preciso no debate entre os comentaristas, selecionar e citar os comentários dos telespectadores nas redes sociais, e de vez em quando também, participar do debate. Quatro edições analisadas foram apresentadas por William Corrêa e uma pela jornalista Andresa Boni.

O programa é dividido em quatro blocos, sendo o primeiro sempre maior que os demais. O primeiro bloco normalmente é composto por uma escalada de notícias, três a quatro VTs de notícias, e quatro seções de comentários, que se intercalam. Os outros blocos podem variar entre giros de notícias, quadros do telejornal e comentários, tanto dos comentaristas da bancada, quanto dos telespectadores de casa.

PARTICIPAÇÃO POR REDES SOCIAIS

A participação dos telespectadores do Jornal da Cultura é enaltecida e incentivada na abertura de todas as edições, no convite feito pelos apresentadores:

“Participe com perguntas e comentários através do Twitter na hashtag Jornal da Cultura”.

Durante a semana analisada, foram inseridos entre quatro e oito comentários de telespectadores no telejornal, dependendo da edição. Eles são lidos geralmente em “blocos” que reúnem a participação de dois ou três telespectadores. Foi o que ocorreu no dia 2 de outubro, por exemplo: após a exibição de dois VTs com o mesmo assunto, sobre um atirador de Las Vegas, William convidou os debatedores presentes na bancada para o debate sobre o tema. Quando terminaram de falar, William passou a ler os tweets dos telespectadores:

William Corrêa: *Vamos registrar a participação de nossos telespectadores, com críticas e fazendo observações em relação ao porte de armas. O Rodney Silva: "e ainda tem gente que defende o porte de arma no Brasil", o Richardson Fernandes: "temos desarmado aqui o cidadão de bem que não pode se defender", a Rita Aparecida Dantas: "sempre choca a imagem de inúmeros mortos e com um insano solto na sociedade", e pra encerrar o César Silva: "cadê a pesquisa mostrando quantos são assassinados com porte de armas legais e quantos foram feitos com armas ilegais?" É um debate que a sociedade precisa passar por ele, né?*

Alberto Pfeifer: *Por causa dos Estados Unidos, o Villa lembrou bem. Isso vem do século 18 [...] (debate continua)*

As opiniões dos telespectadores podem ser rebatidas pelos comentaristas da bancada, como ocorreu no dia 3 de outubro. Esta, porém, foi a única ocorrência que demonstrou discordância entre os convidados e o telespectador:

William Corrêa: *Ó o Aloísio... vamos registrar a participação de nossos telespectadores. O Aloísio Nunes: "Por que essa preocupação toda com o Aécio? A decisão do STF não deve ser cumprida e depois talvez contestada judicialmente?" O Ayrton Soares explicou muito bem aqui, que a preocupação não é bem com o Aécio, não é?*

Airton Soares: *Não, não é.*

William Corrêa: *que a preocupação é com o devido processo legal, com o rito, com o respeito às casas parlamentares, né? As instituições brasileiras. O Felipe Alt: " Se o STF mantivesse o respeito com o ministro, falando dos altos e não decidindo publicamente e etc, não haveria contestação". Também isso têm acontecido, não é?*
Airton Soares: [inaudível] *que passou por aquela casa, deixou um brilho quando passou por lá, ele foi muito sintético na sua exposição [...]* [debate continua]

Houve também uma ocorrência (dia 3 de outubro) de comentário dirigido ao apresentador, sem nenhuma relação com as pautas discutidas no programa. Um dos convidados na bancada começa o assunto:

Airton Soares: *William, o telespectador falou ali, mas tenho um recado pra você. Eu tive lá em Pirajuí, no dia do aniversário do clube, e lá tava o Misael Caetano, que também assiste o Jornal da Cultura e diz lá publicamente: "eu assisto o Jornal da Cultura". E se aproxima de mim uma velha conhecida que, na verdade ela me viu nascer. Dona Nara Garcês, e fala: "olha aqui, eu assisto o Jornal da Cultura, mas eu gosto mais é do diretor de jornalismo lá, o âncora, do Jornal, William Corrêa. Diz pra ele no ar que eu sou a fã dele".*

William Corrêa: *Muito obrigado. Agradece a ela.*

Airton Soares: *Dona Nara, tá dado o seu recado aqui.*

William Corrêa: *Muito obrigado [rindo].*

Em determinados blocos, os comentários aparecem também no telão, acompanhados da foto do telespectador, enquanto são lidos pelo apresentador (figura 1).



Figura 1: Participação do telespectador com mensagens no telão.

Na estrutura do espelho do programa, os comentários dos telespectadores aparecem quase sempre para encerrar um assunto, após a exibição das reportagens correspondentes ao tema e após os comentários mais longos dos convidados da bancada.

Na terça-feira, dia 3 de outubro, o telejornal terminou com um convite do apresentador, também direcionado aos telespectadores:

William Corrêa: *Amanhã tem Jornal da Cultura com plateia. Pra ir aqui no estúdio e acompanhar a edição ao vivo basta enviar um pedido para plateiajc@tvcultura.com.br,*

e a nossa produção entrará em contato. E você também já pode votar no tema que será debatido amanhã. Entre na nossa página no Facebook e escolha entre os seguintes assuntos: desarmamento, movimento separatista ou perdão para furtos. O Superior Tribunal de Justiça vai julgar nesta semana uma ação que decidirá se o cliente flagrado furtando energia, gás, telefone ou internet, deixará de ser considerado criminoso ao quitar o débito. A platéia vai participar de discussões com especialistas de amanhã que serão o filósofo Mário Sérgio Cortella, e o reitor da faculdade Zumbi dos Palmares José Vicente. No último bloco do jornal, já estaremos ao vivo com a platéia, e depois das dez e quinze continuaremos por mais meia hora no YouTube e no Facebook. Quarta-feira é dia de Jornal da Cultura com platéia.

Tratava-se de um destaque para a participação da plateia que ocorreria no programa do dia seguinte, como será descrito no tópico a seguir.

PARTICIPAÇÃO DA PLATEIA

A edição da quarta-feira, 4 de outubro de 2017, começou com o anúncio da nova atração:

William Corrêa: *E hoje, quarta-feira, é dia de Jornal da Cultura com plateia. Vamos mostrar um grupo aqui no estúdio formado por alunos de economia e administração do INSPER, que é uma instituição de ensino superior, alunos de jornalismo da PUC São Paulo, e telespectadores. Eles enviaram um email para plateiajc@tvcultura.com.br. No último bloco do jornal, nós já vamos conversar com a plateia, e depois das dez e quinze, ficaremos mais meia hora nos canais digitais da TV Cultura, no YouTube e Facebook. E você também pode mandar perguntas aos nossos comentaristas, na hashtag Jornal da Cultura.*

Durante os três primeiros blocos, a estrutura do telejornal segue o modelo utilizado nos outros dias da semana, com a exibição de reportagens, seguidas por comentários dos convidados da bancada e, por fim, a leitura de comentários dos telespectadores. Nesta edição, os telespectadores participaram com nove comentários lidos em cinco momentos do telejornal.

No quarto e último bloco o apresentador levanta da bancada e caminha pelo cenário em direção à plateia com o objetivo de mostrá-la.

William Corrêa: *A partir de agora, o Jornal da Cultura terá a participação dos telespectadores que acompanham esta edição aqui no estúdio. Eles vão interagir com os nossos comentaristas sobre as reportagens neste bloco, e depois das dez e quinze, o jornal continua por mais meia hora com transmissão pelo YouTube e Facebook. Aí, vamos debater o tema da semana votado pelos internautas pelo Facebook, que é o desarmamento. [William levanta]*

*E vamos agora até o local da plateia. Hoje temos a presença de alunos de jornalismo da PUC em São Paulo, alunos de economia e administração do Insper, e de telespectadores. Eles enviaram mensagens para vir ao estúdio pelo email plateiajc@tvcultura.com.br. [William se dirige à plateia]
Muito obrigado por terem vindo aqui e participado do Jornal da Cultura. Já vamos participar então desse bloco com perguntas.*

Após a apresentação, William chama uma matéria sobre movimentos separatistas, e depois passa a palavra para um dos espectadores presentes na plateia:

William Corrêa: *E agora os nossos comentaristas terão perguntas da plateia. Vamos lá para a primeira.*

Espectador 1: *Boa noite, meu nome é Yuri, sou estudante de economia no Insper, e a pergunta que eu queria fazer aos senhores é se, talvez, uma das principais causas desse aumento no número de movimentos separatistas no Brasil, não seja causado justamente por uma falta de um pacto federativo mais real no nosso país.*

William Corrêa: *Cortella.*

Mario Sergio Cortella: *Essa é uma possibilidade, mas nós temos de lembrar que havia um movimento mais forte no mundo [...] [debate continua na bancada]*

Após as respostas dos dois comentaristas, William dá a chance de outro espectador fazer mais uma pergunta, seguindo o ritual da pergunta anterior. O telejornal termina, na televisão. No *Youtube* e no *Facebook*, começa o *JC+*.

William Corrêa: *E agora você que nos assiste pelo YouTube e pelo Facebook terá mais meia hora de debate do Jornal da Cultura com plateia. Uma iniciativa inédita no telejornalismo brasileiro, e que acontece todas as quartas-feiras. Quem nos acompanha pelo Twitter pela hashtag Jornal da Cultura, também pode interagir com os nossos comentaristas e fazer perguntas. Continuam na nossa bancada o reitor da Faculdade Zumbi dos Palmares, José Vicente, e o filósofo Mário Sergio Cortella. O tema desta quarta-feira, votado pelos internautas no Facebook, é o desarmamento.*

O âncora William Corrêa tem, neste momento, as mesmas funções do telejornal, de comandar e mediar o debate, além de ler os comentários do telespectador que assistia pela Internet. Os comentaristas também mantiveram suas funções, comentando sobre o tema e respondendo perguntas da plateia. O debate teve duração de 29 minutos e 50 segundos, sem interrupções, e começou com a apresentação de uma reportagem que introduziu o tema do dia – desarmamento.

O apresentador intercalava perguntas dos espectadores presentes na plateia com perguntas e comentários enviados pelos telespectadores pelo *Twitter*, como demonstra o

trecho descrito a seguir. Ao todo, mais quatro espectadores tiveram a oportunidade de fazer perguntas e onze comentários enviados pelo *Twitter* foram lidos nesta edição.

[...]

William Corrêa: *Muito bem. Vou registrar aqui a participação dos nossos telespectadores. Você pode mandar mensagens através da hashtag Jornal da Cultura pelo Twitter. O Renato Balestra: "A facilidade de se adquirir armas, sejam de quaisquer calibres, é peniciosa, mas a índole assassina é a pior parte." A Marta: "Normalmente quem tem uma arma na mão se torna valente, se torna poderoso. O que fazer com isso?" E o Jota Moraes dizendo: "Paddock", que é o americano, "queria matar e mataria de qualquer maneira. Usaria um caminhão, carro, bombas caseiras, etc.". Vamos lá, mais uma pergunta.*

Espectador 4: *Boa noite, meu nome é Bruno, eu sou neutro em relação ao uso de armas, né, de fogo, e o que seja. Sou a favor da paz, né. Mas eu gostaria de saber da bancada, visto que o Brasil, em relação a cultura, é um país muito violento, eu sou a favor da paz, né. Na opinião de vocês, pra acabar com essa violência, qual seria o caminho?*

Mario Sergio Cortella: *Há várias possibilidades. O José Vicente falava uma delas antes.*

[...] [debate continua]



Figura 2: integrante da plateia faz a pergunta para os comentaristas.

Após o debate, William se despede agradecendo a plateia, os comentaristas e o público que assistiu e faz uma chamada para que todos assistam o telejornal – na televisão – no dia seguinte.

CONSIDERAÇÕES SOBRE AS ESTRATÉGIAS

As estratégias de participação dos telespectadores utilizadas pelo Jornal da Cultura e observadas neste trabalho apresentam algumas características que merecem

destaque. Em primeiro lugar, observa-se que as estratégias podem ser consideradas, ainda, uma iniciativa tímida do ponto de vista do impacto do telespectador na narrativa do telejornal, visto que durante a maior parte do programa não há participação alguma do telespectador. A audiência esteve presente em três blocos na edição do dia 4 (além do JC+), em dois blocos nas edições dos dias 2 e 3 e em apenas um bloco nos dias 5 e 6.

Os comentários enviados pelo *Twitter* parecem ser uma forma dinâmica e prática para inserção no telejornal. Nesta rede social (*Twitter*) as postagens têm um número limitado de caracteres e, portanto, permitem comentários breves e sucintos. Na maior parte das edições analisadas, eles foram usados após a rodada de comentários dos convidados da bancada – estes sim, mais longos e com argumentos elaborados. Por isso, em certos momentos os comentários parecem apenas preencher os segundos “de sobra” no esqueleto do telejornal. Na edição do dia 2, por exemplo, o apresentador encerrou o programa lendo três comentários sobre assuntos diversos e, logo após, disse: "pena que não temos mais tempo para comentar". Isso aconteceu outras quatro vezes durante a semana. Por outro lado, a estrutura de apresentação escolhida no telejornal (reportagem – comentários da bancada – comentários do telespectador, nesta ordem) deixa sempre para a audiência a “última palavra” sobre os diversos assuntos abordados e discutidos no programa.

Já a participação da plateia se caracteriza essencialmente pela elaboração de perguntas aos convidados da bancada. Alguns dos participantes, ao elaborar a pergunta, conseguiram expor sua opinião sobre o assunto discutido, porém, não da mesma maneira que os especialistas da bancada. Aqui entende-se que o papel máximo da plateia presente era mesmo de fazer perguntas, “levantando a bola” para os convidados, como diz o jargão sobre entrevistas jornalísticas.

A análise da composição visual do cenário também indica que não ocorreu, com a inserção da plateia, uma mudança na postura ou na dinâmica do telejornal. Isso porque é possível observar que os telespectadores ficam distantes da bancada e dos comentaristas, para quem fazem as perguntas, separados do “palco principal” da encenação do telejornal por uma divisória (ver imagens na figura 2). Os comentaristas nunca saem de trás da bancada para interagir com os telespectadores. Também há uma diferença perceptível, na semana destacada para a análise⁹, no perfil dos convidados à

⁹ Já que em outras edições é possível ver a participação de mulheres como convidadas na bancada.

bancada (todos homens com aparência de meia idade) e o perfil dos integrantes da plateia, jovens universitários.

A análise demonstra que o *Jornal da Cultura*, alinhado ao contexto da chamada cultura de convergência (Jenkins, 2009), incorporou o telespectador à sua narrativa, criando para ele alternativas de relacionamento que extrapolam os limites da grade de programação televisiva. Porém, na prática, a participação do telespectador é muito mais discursiva do que efetiva, na medida em que traz mais benefícios para o programa do que para a audiência. Deve-se considerar que a postura adotada pelo programa aposta nas ferramentas da Internet para ganhar novos telespectadores ao mesmo tempo em que engaja a audiência e torna-se relevante no meio virtual, sendo constantemente citado neste ambiente¹⁰.

Destaca-se, de toda forma, a relevância da análise desta experiência de formato não apenas para o desenvolvimento dos estudos em telejornalismo, mas também para registro de uma experiência que pode ser considerada ousada dentro do panorama do telejornalismo de horário nobre brasileiro, mas que, por estar amparada por uma emissora de caráter educativo, pode ser colocada em prática.

REFERÊNCIAS

CAVENAGHI, Beatriz. **Telejornalismo Local: Estratégias discursivas e a configuração do telespectador**. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Estado de Santa Catarina. Florianópolis. 2013.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Tradução de Ângela S. M. Corrêa. Editora Contexto. São Paulo. 2006.

CORRÊA, William. TAIRA, Ricardo. **Jornalismo Ainda é Cultura**. Limiar. São Paulo. 2015.

COUTINHO, Iluska. **Lógicas de Produção do Real no Telejornal: a incorporação do público como legitimador do conhecimento oferecido nos telenoticiários**. In: Telejornalismo em Questão. Alfredo Vizeu, Edna Mello, Flávio Porcello e Iluska Coutinho (...). Coleção Jornalismo Audiovisual. V.3. Editora Insular. Florianópolis. 2014.

COUTINHO, Iluska. MATA, Jhonatan. **Dos Personagens à Incorporação do Público: uma análise sobre o lugar do cidadão no telejornalismo**. In VIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Universidade Federal do Maranhão. São Luís. 2010.

COUTINHO, Iluska. **Telejornalismo e Público: sobre a natureza do serviço e das parcerias**. In: Telejornalismo em questão. Editora Insular. Florianópolis. 2013.

¹⁰ Pelo uso da Hashtag #jornaldacultura que reúne as interações dos participantes.

CROCOMO, Fernando Antônio; CAVENAGHI, Beatriz; FRAZÃO, Samira Moratti.
Estratégias de interatividade na produção telejornalística: o caso do Correspondente JA.
In 11 Encontro Nacional de Pesquisadores em Telejornalismo. Universidade de Brasília, 2013.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Reflexões Sobre o Texto Televisivo.** Unisinos. Disponível em:
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/e620ba1dec511fb14baece7c9214c07d.pdf>

EMERIM, Cárilda. **Análise em Telejornalismo: uma proposta metodológica.** Trabalho apresentado ao SBPJor - Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo – VIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Luís. 2010.

GUTMANN, Juliana Freire. **Formas do telejornal: um estudo das articulações entre valores jornalísticos e linguagem televisiva.** Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Tradução de Susana Alexandria. São Paulo. Aleph. 2009.

MATA, Jhonatan. **Telejornalismo e participação popular: modos de inserção da população na narrativa audiovisual.** In: Telejornalismo em Questão. Alfredo Vizeu, Edna Mello, Flávio Porcello e Iluska Coutinho (...). Coleção Jornalismo Audiovisual. V.3. Editora Insular. Florianópolis. 2014.

MUYLAERT, Eduardo. **O único jornal que dá para ver.** In: CORRÊA, William. TAIRA, Ricardo. Jornalismo Ainda é Cultura. Limiar. São Paulo. 2015.

OTONDO, Teresa Montero. **Experiência - TV Cultura: a diferença que importa.** In: RINCÓN, Omar (Org.). Televisão Pública: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002, p. 267 - 200.

REZENDE, G. J. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial.** São Paulo: Summus Editorial, 2000.

SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. VIZEU, Alfredo. **Jornalismo em transformação: as escolhas dos formatos das notícias na TV.** In: Telejornalismo em Questão. Alfredo Vizeu, Edna Mello, Flávio Porcello e Iluska Coutinho (...). Coleção Jornalismo Audiovisual. V.3. Editora Insular. Florianópolis. 2014.

SOUZA, Florentina das Neves. **Fernando Barbosa Lima: Bons Tempos do Telejornalismo Brasileiro.** Trabalho apresentado ao GT – História da Mídia Audiovisual. VII Encontro Nacional de História da Mídia. 2009.

TEMER, Ana C. R. Pêsoa. **Desconstruindo o telejornal: um método para ver além da mélangue informativa.** In: Telejornalismo em Questão. Alfredo Vizeu, Edna Mello, Flávio Porcello e Iluska Coutinho (...). Coleção Jornalismo Audiovisual. V.3. Editora Insular. Florianópolis. 2014.