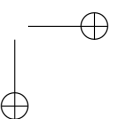
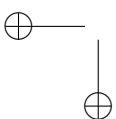


ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO
COMMUNICATION STUDIES
ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN
ÉTUDES EN COMMUNICATION

REVISTA . REVIEW . REVISTA . MAGAZINE

Nº22 . MAI'2016







EDITORS [EDITORES]

João Carlos Correia (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Anabela Gradim (Universidade da Beira Interior, Portugal)

INTERNATIONAL SCIENTIFIC BOARD [PAINEL CIENTÍFICO INTERNACIONAL]

António Fidalgo (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Afonso Albuquerque (Universidade Federal Fluminense, Brasil)

Alfredo Vizeu (Universidade Federal de Pernambuco, Brasil)

António Bento (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Ana Serrano Telleria (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Ana Catarina Pereira (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Barbie Zelizer (University of Pennsylvania, USA)

Catarina Rodrigues (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Catarina Moura (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Cláudia Alvares (Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias Escola de Comunica-

ção. Artes e Tecnologias da Informação, Portugal)

Colin Sparks (University of Westminster, United Kingdom)

Eduardo Camilo (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Eduardo Meditsch (Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil)

François Heinderyckx (Université Libre de Bruxelles, Belgique)

Elias Machado (Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil)

Francisco Costa Pereira (Escola Superior de Comunicação Social, Portugal)

Gil Ferreira (Universidade Católica Portuguesa)

Hélder Prior (Universidade de Brasília, Brazil)

Helena Sousa (Universidade do Minho, Portugal)

Ivone Ferreira (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Javier Díaz Noci (Universidad del País Vasco, Espanã)

Jean Marc-Ferry (Université Libre de Bruxelles, Institut d'Études Européennes, Belgique)

João Pissarra Esteves (Universidade Nova de Lisboa, Portugal)

João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Joaquim Paulo Serra (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Jorge Pedro Sousa (Universidade Fernando Pessoa, Portugal)

José Bragança de Miranda (Universidade Lusófona ; Universidade Nova de Lisboa, Portugal)

Liesbet van Zoonen (University of Amsterdam, Holanda)

Luís Costa Nogueira (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Manuel Pinto (Universidade do Minho, Portugal)

Mark Deuze (Indiana University, USA)

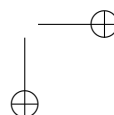
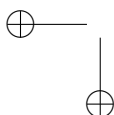
Maria João Silveirinha (Universidade de Coimbra, Portugal)

Marisa Torres Silva (FCSH, CIMJ, Portugal)

Mário Mesquita (Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa, Portugal)

Marcos Palácios (Universidade Federal da Bahia, Brasil)

Martin Jay (University of California, Berkeley, USA)





Miguel Rodrigo Alsina (Universitat Pompeu Fabra, Espanha)
Michael Gurevitch (University of Maryland, USA)
Nelson Traquina (Universidade Nova de Lisboa, Portugal)
Nico Carpentier (Vrije Universiteit Brussel -VUB- , Katholieke Universiteit Brussel - KUB)
Nathalie Zaccai-Reyners (Université Libre de Bruxelles, Belgique)
Paula Espírito Santo (Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa, Portugal)
Peter Dahlgren (Lunds Universitet, Sweden)
Pedro Coelho (SIC, Jornalista ; Investigador)
Ramón Salaverría (Universidad de Navarra, España)
Stephen K. White (University of Virgínia, EUA)
Rosental Calmon Alves (University of Texas, USA)
Steve Reese (University of Texas, USA)
Susan Buck-Morss (Cornell University)
Tito Cardoso e Cunha (Universidade da Beira Interior, Portugal)
Todd Gitlin (Columbia University, USA)
Xosé Lópes García (Universidad Santiago de Compostela, España)

GRAPHICAL DIRECTOR [DIREÇÃO GRÁFICA]

Catarina Moura

COLLABORATORS [COLABORADORES]

Marco Oliveira, Filomena Matos, Cristina Lopes, António Tomé e Manuela Penafria

CREDITS [FICHA TÉCNICA]

© Estudos em Comunicação [Communication Studies] – <http://www.ec.ubi.pt>
LabCom.IFP – Comunicação, Filosofia e Humanidades <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/>
UBI – Universidade da Beira Interior – <http://www.ubi.pt>

Universidade da Beira Interior – FAL/LabCom.IFP
Rua Marquês D'Ávila e Bolama
6201-001 Covilhã, Portugal

ISSN : 1646-4923

ISSN (suporte electrónico) : 1646-4974

Semestral periodicity [Periodicidade semestral]

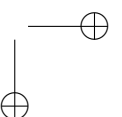
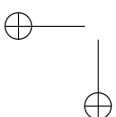
Contacts [Contatos] : joao.correia@labcom.ubi.pt, anabela.gradim@labcom.ubi.pt

Call for papers opened on : April 7th, 2016

Manuscript Submission : May 10th, 2016

Acceptance Notification : May 30th, 2016

Publication : May 31th, 2016





Index [Índice]

Os primórdios do estudo da imprensa e da teoria do jornalismo no Japão <i>por Francisco Rüdiger</i>	1
From ‘Trial by media’ to ‘Media/trial’. The interaction between news media and justice: the production of news about the genocide trial against Frans van Anraat <i>por Rob Leurs</i>	23
O erro anotado: um estudo dos comentários de leitores no Facebook sobre falhas jornalísticas <i>por Thiago Caminada & Rogério Christofolletti</i>	51
Journalism and Politics in Bourdieuan Context: Newspaper Journalists’ Metamorphosis <i>por Nigar Degirmenci & Ismet Parlak</i>	67
A Reportagem em contexto de Jornalismo de Proximidade <i>por Tatiana Melo & Telmo Silva</i>	83
Convergence of technologies and journalists: Translation of journalistic practices through ANT perspective <i>por Anoop Kumar & M. Shuaib Mohamed Haneef</i>	105
Quando o repórter aparece na TV: o corpo e a voz da notícia no telejornalismo <i>por Filipe Peixoto & Flávio Porcello</i>	123
The interaction with the news: an analysis of the public behavior on Radio Cidade AM of Brusque’s website and fanpage <i>por André Schlindwein & Valquiria Michela John</i>	165





DOI: 10.20287/ec.n22.a01

Os primórdios do estudo da imprensa e da teoria do jornalismo no Japão

Francisco Rüdiger

Pontifícia Universidade Católica e Universidade Federal do Rio Grande do Sul

E-mail: frudiger33@gmail.br

Resumo

No entre-Guerras, o Japão se tornou palco para a elaboração de importantes estudos sobre a imprensa e para a teorização do jornalismo. A transformação do jornalismo em objeto de grande empresa provocou rica discussão e exame a seu respeito nos meios acadêmicos e profissionais. O artigo apresenta a primeira análise em português sobre este fenômeno, pouco tratado inclusive em centros mais

avanzados. O período estudado no artigo é o que se estende de 1920 até 1937. A seção inicial aponta as origens e contexto histórico do fenômeno. As três seções seguintes, relatam as tendências filosóficas e acadêmicas que pautaram seu desenvolvimento. A conclusão esclarece as circunstâncias de sua ruptura, ocorrida em meio ao avanço da ditadura militar e à escalada da guerra contra a China.

Palavras-chave: Estudos de imprensa e teoria do jornalismo: Japão; Japão: teoria do jornalismo no entre-Guerras; História do pensamento jornalístico: Japão.

Abstract

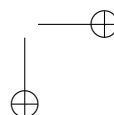
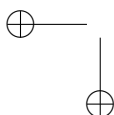
Between 20th Century World Wars, Japan became intellectual scenario for the development of important studies on the press and the theory of journalism. The transformation of journalism in big business provoked a rich discussion about it in academic and professional circles. The article presents the first analysis in Portuguese about this phenomenon, frequently unnoticed even in more advanced scholarly centers. The period stu-

died in the article extends from 1920 to 1937. The initial section analyses the origins and historical context of the phenomenon. The three following sections report the scientific and philosophical trends that guided its development. The conclusion points to the circumstances of their break, occurred amid the advancement of military dictatorship and the escalation of war against China.

Data de submissão: 2016-05-02. Data de aprovação: 2016-05-13.

Estudos em Comunicação nº 22, 1-21

Maio de 2016



Keywords: Press studies and journalism theory: Japan; Japan: journalism theory until the II World War; History of journalistic thought: Japan.

RAYMOND NIXON relata em texto com pretensão paradigmática que, conforme a região e ênfase, foram três os fundadores dos estudos acadêmicos de jornalismo em nível universitário: 1º) Walter Williams, criador do primeiro curso de graduação em jornalismo, na Universidade Estadual do Missouri, Estados Unidos, em 1908; 2º) Karl d'Ester, primeiro especialista em pesquisa em jornalismo a ser habilitado academicamente e ocupar cátedra na Europa (Universidade de Munique, Alemanha, 1924) ; e 3º) Ono Hideo, responsável pela elaboração de uma síntese entre estas duas tendências e, por essa via, pela introdução dos estudos de imprensa e jornalismo no Japão do entre-Guerras. Para Nixon, “o trabalho destes três homens ilustra a continuidade e progresso da educação em jornalismo como o principal fator de integração da pesquisa em comunicação de massas” (Nixon, 1968: 24).

Nos países de língua portuguesa, a escola norte-americana, embora ainda não tenha sido objeto de um estudo histórico-sistemático, é razoavelmente conhecida em suas linhas mais gerais por quem quer que se interesse por teoria e pesquisa do jornalismo. A escola europeia ainda não está nesta situação, mas passos em tal direção têm sido dados, e não faltam referências à disposição para que o trabalho de compilação das informações se traduza em bons relatos. A escola japonesa, em contraste, é raras vezes discutida fora de seu país e, entre nós, é totalmente desconhecida.

Em nosso ver, o fato é causador de estranheza, vista a pujança multinacional dos negócios e a influência cultural que, através de sua rica e variada indústria criativa, os japoneses lograram conquistar em todo o mundo após a II Guerra Mundial (Allan, Sakamoto, 2014; Tsutuset, 2011; Nakamura, 2003). Que, entre nós, ainda não se tenha levantado a pergunta sobre as origens, trajetória, tendências e marcos dos estudos de jornalismo feitos no Japão provoca espanto. Deste país, fica a impressão de que, embora tenha um negócio de mídia de impacto e tenha dado origem a fenômenos de cultura popular de amplo interesse, nada há de relevante em termos acadêmicos. O presente ensaio se propõe a dar uma primeira notícia a respeito do assunto, começar a corrigir esta lacuna em nosso conhecimento.

Hidehiko Hirose observa que “a história das discussões sobre o jornalismo no Japão pode ser dividida em dois períodos: antes e depois da II Guerra Mun-



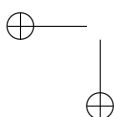
dial”. Na primeira fase, os estudos se caracterizavam por um acento filosófico e evoluíam no sentido de responder à pergunta “o que é jornalismo?” Na segunda, “os estudos de jornalismo se tornaram mais empíricos e começaram a lidar com problemas mais variados e específicos” (1990: 456). Ambas as fases se desenvolveram em diálogo com as correntes de pensamento internacionais, mas enorme hiato epistemológico as separa no tocante às referências intelectuais e métodos de estudo. Por questão de espaço, nosso texto foca na primeira etapa, que, de fato, se estende de mais ou menos 1920 a 1937.

O autor deste texto, observe-se, não domina a língua japonesa para, tivesse como acessá-las conforme seu desejo, manejar as fontes primárias a respeito do assunto. A estratégia para elaborar o assunto foi, por isso e em essência, recorrer aos trabalhos japoneses traduzidos ou material disponível em língua inglesa, visto também não ser o caso de encontrá-los em número significativo em outras ocidentais de seu alcance. O repertório bibliográfico que se logrou levantar não é extenso mas, cremos, permite montar um quadro rico e nuançado do que se pretende abordar nesta empreitada, isto é: aprender sobre as origens e primeiros desenvolvimentos dos estudos de imprensa e reflexões teóricas sobre o jornalismo no Japão.

Antecedentes

Através dos contatos com a Coreia, os japoneses vieram a conhecer a imprensa com tipos móveis de metal e madeira entre o final do século XVI e o início do XVII. As peculiaridades da escrita local e seu uso, no entanto, fizeram com que o sistema não fosse adotado. Seguiu norma, até o final do XIX, o emprego de peças de argila e, depois, madeira esculpidas individualmente, para a impressão de blocos textuais (uma só frente do papel). Conhecidos como “kawaraban”, estas publicações relatavam sem obrigação de periodicidade e, em geral, à margem da lei e contra a vontade do shogunato fatos de interesse e curiosidade pública, fornecendo a seus leitores conhecimento, entretenimento e, por vezes, até alguma crítica sobre os atos dos governantes (Jansen 2002: 163-166).

Deflagrada a Revolução Meiji em 1868, começou no país um processo de modernização em várias áreas, baseado no estudo e assimilação de instituições ocidentais. A liderança nacional passou, em sua maior parte, a se comprometer com uma série de reformas, para fazer frente à ameaça de o país



se converter em colônia de alguma potência ocidental. O aparecimento da imprensa moderna entre os japoneses e, assim, de uma nova dinâmica intelectual em sua sociedade datam desta época, em que foi se tornando consenso que o diálogo com o estrangeiro, o progresso industrial e a adoção do sistema parlamentar eram necessários para projetar um novo Japão.

Em 1871, aparece o primeiro jornal diário, de conteúdo oficioso e informativo, chamado *Yokohama Mainichi*. Seguem-se vários outros nas maiores cidades e, de imediato, a política lhes toma as páginas. O liberalismo se difunde entre as camadas médias e, com isso, avança a leitura de impressos. Em 1874, o jurista Tsuda Mamichi (†1903) declara a imprensa farol do progresso, força educadora da sociedade, mas há muitos que lhe temem a luz. O conservadorismo também se manifesta e prega o respeito às tradições nacionais japonesas (cf. Jansen, 2002: 472). Em 1875, o governo edita a primeira de uma série de leis regrido as manifestações pela imprensa. Fukuzawa Yuki-chi (†1901), filósofo e jornalista, sustenta em 1879 que sua presença, além de nos orientar politicamente, é um fator de desenvolvimento econômico e intelectual (cf. Huffman, 1997; Akerer, 2012). Os setores conservadores reagem, fazendo publicar jornais com o objetivo tentar de frear as mudanças mais radicais, dando origem a um cenário marcado pela disputa político-partidária, nos anos 1880.

Durante o penúltimo decênio do século XIX, os jornais foram, com outras, força promotora e animadora de campanhas como a do Movimento pelos Direitos e a Liberdade. Depois do nascimento dos primeiros partidos, mas sobretudo em seguida à promulgação da Constituição Meiji, muitos deles, seguindo a vocação que lhes originara, primaram por se filiar direta ou idealmente às várias agremiações políticas. Esta forma engajada de jornalismo, que se dirigia sobretudo à elite cultural de origem samurai, convivía com outra, de assimilação mais ligeira, destinada à massa da população (Del Bene, 2008: 193-194).

Desta conjuntura, marcada pelo surgimento da imprensa popular de baixo custo tanto quanto pela entrada do país na política imperialista (guerras contra a China, 1895, e a Rússia, 1905) (cf. Séguy, 1993), provêm os primeiros tratados japoneses de “shinbun gaku” (estudos de jornalismo). Matsumoto Kunpei (1877-1944), doutorado em literatura norte-americana, fez publicar o

primeiro, inclusive portando aquele título, em 1899. Escrito por um ativista político que também militava na imprensa, a obra tinha o cunho de manual sobre o negócio jornalístico, o sistema de trabalho e as tarefas de seus profissionais. Apresentando informações sobre a trajetória, situação e perspectivas da imprensa estrangeira, abriu caminho para outros textos do gênero (Youichi, 1987: 50), cuja publicação acompanhou o rápido e extraordinário desenvolvimento da imprensa japonesa e teve especial florescimento durante a I Guerra Mundial.

Matsumoto argumentou que os jornais deveriam publicar todas as formas de notícias, empregar repórteres para sair pelo mundo cobrindo todo tipo de história e que eles deveriam ser administrados como negócio por homens capazes de ver o jornalismo como profissão [em vez de uma atividade doutrinária ou literária] (Weston, 2006: 9).

Dentre os marcos desta fase de contato com e assimilação dos conceitos práticos e doutrinários da imprensa ocidental por parte da liderança intelectual do jornalismo japonês está a publicação, em 1919, de uma série de três livros contendo artigos sobre a história, legislação, associações, gerência, arte gráfica, política editorial e prática de edição do noticiário da imprensa intitulado *Manual de estudos do jornalismo* (cf. Sugimura, 1922). Um ano depois, Nagashiro Shizuo criará o Instituto de Pesquisa do Jornal, com que passa a oferecer cursos de formação profissional e inicia a publicação do *Almanaque da Imprensa Japonesa*. Conforme nota um analista, “já existia uma comunidade de eruditos e jornalistas atuando extra-universitariamente e com interesse em criar um discurso acadêmico sobre o jornalismo [que inclusive influía no cenário chinês] em Tóquio no final dos anos 1910 e início dos anos 1920” (Weston, 2006: 10).

Para Yoshimi Shunya (2002), a transformação dos jornais em empresas de porte nacional, as sintonias da vida intelectual com as tendências internacionais, o surgimento de revistas ilustradas de circulação massiva, e a percepção do significado e importância dos serviços de informação durante episódios como o terremoto de 1923 (cf. Weisenfled, 2012: 35-82) estão entre as razões para a imprensa se tornar objeto de estudo mais aprofundado e de interesse filosófico e científico para suas lideranças intelectuais e alguns acadêmicos no início dos anos 1920. Em 1924, havia já jornais cujas tiragens ultrapassavam

a casa de um milhão de exemplares. Seis anos depois, 90 por cento da população adulta estava alfabetizada. As revistas haviam conquistado vasto mercado leitor, graças à expansão do negócio publicitário e à exploração da ilustração artística e fotografia. Os cinejornais davam às notícias um novo aspecto que a radiodifusão pública, iniciada em 1925/26, só viria complementar em escala mais significativa depois de 1937.

Nada disso teria sido, contudo, decisivo em relação ao assunto que estamos abordando, segundo Fabian Schäfer (2012). Para o autor, estes fatores todos, ainda que necessários, são secundários em comparação com o impacto dos acontecimentos políticos na esfera pública e vida intelectual. O principal foi a repressão que se abateu sobre alguns grandes jornais e os setores intelectuais mais à esquerda a partir do final da Guerra. O recrudescimento da censura aos noticiários (cf. Jensen, 2002: 504-507), a pressão oficial sobre as empresas independentes e o apoio aos jornais oficialistas, em meio a uma conjuntura cheia de agitação trabalhista e política influída pelo avanço da participação civil e a presença de uma esquerda revolucionária, estimularam o debate sobre os limites e a efetividade da liberdade de imprensa, o conformismo ideológico do negócio jornalístico, e o papel dos impressos na formação da opinião pública e sua função na condução dos destinos da sociedade.

As seções seguintes relatam resumidamente a elaboração reflexiva a que este debate deu lugar entre os intelectuais e acadêmicos japoneses até o início da II Guerra Mundial.

A perspectiva histórico-publicística

Considerado o fundador da especialidade no Japão, Ono Hideo (1885-1977) se voltou para o estudo acadêmico em parte pela decepção com os rumos mercantilista e demagógico adotado pela grande imprensa de seu país após a I Guerra. Jornalista profissional formado em língua e literatura germânicas, ele viajou pela América e Europa, antes de publicar seu primeiro livro, tido como clássico, *O desenvolvimento histórico dos jornais no Japão* (1922). As várias viagens de estudo, as relações institucionais bem sólidas e o prestígio que lhe granjeou a profundidade e detalhamento da obra citada, em que relacionava o jornalismo com o desenvolvimento da cultura popular, os conflitos de ideias e a vida das massas, habilitou-o a oferecer cursos livres (1926) e a



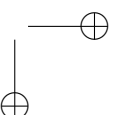
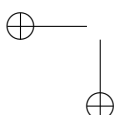
postular a criação de um Instituto de Pesquisa em Jornalismo na Universidade de Tóquio, obtida sob a forma de Escritório em 1929 (cf. Ono, 1960).

Ono Hideo não foi além disso na síntese sobre estudos de jornalismo que publicou logo após a Guerra. Para ele, o jornalismo tem de ser estudado de acordo com o modo como julgamos que ele deva ser (Youichi, 1987: 52). O estudo dos jornais, de embasamento necessariamente histórico, deve ser distinguindo da teorização acerca do jornalismo, de cunho normativo. Desejo do autor, desde o início, era fundar a autonomia dos estudos de jornalismo (*shinbun gaku*) em relação às demais disciplinas, identificando-lhes um objeto de análise distinto do de todos os demais saberes. Para ele, “os *shinbun gaku* deveriam se desenvolver como uma forma de estudo cultural capaz de dar conta das peculiaridades [dos jornais] dentro de diferentes sociedades” (Shunya, 2002: 204).

As premissas deste estudo são genéricas; seu sistema conceitual, o mesmo; mas o objetivo seria marcar diferenças e especificidades – muito mais que fazer correlações ou proceder à crítica do jornalismo tomando em consideração questões de outras disciplinas. A teoria se ocupa idealmente da forma como se faz a notícia e da maneira como seu negócio se estrutura para fazer a primeira chegar até o público. O resto não diz respeito aos estudos de jornalismo.

O jornalismo consiste em uma atividade vocacional, cujas bases são normativas, ainda que não totalitárias. O cunho industrial e rotineiro da atividade se relacionam dialeticamente com o fato de sua primeira função ser informar a sociedade. A existência de pluralismo na oferta é, por isso, um pré-requisito para seu correto exercício desde o ponto de vista ético, político e institucional. Apesar de se basear em doutrinadores que, em alguns casos, serviram a Alemanha nazista, ressalva ele que isso não significa endosso de suas opções epistemológicas nem, muito menos, políticas. O poder que os jornais têm de evocar estados de consciência similares entre leitores separados no espaço, de estabelecer uma mediação entre eles, consiste em uma função da qual não apenas não estão excluídos os interesses daqueles últimos, mas é, em si mesma, pontual ou passageira e, por fim, pode, em tese, ser contestada.

Em suma, Ono se esforçou para compor em um sistema teórico os princípios técnicos e profissionais do jornalismo noticioso de procedência norte-americana com os princípios doutrinários liberais da geração anterior, para a qual “o jornalismo era mais do que uma ocupação, era expressão de um en-



gajamento pessoal na promoção do bem-estar geral da nação” (Pierson, 1980: 4). A condição de “veículo de intercâmbio espiritual possuidor de significado para a sociedade” que via nos jornais prevenia-lhe o endosso de seu completo controle por parte de apenas um de seus segmentos, muito mais o controle monopolista por parte do estado, salvo em tempo de guerra. Os problemas com os quais o jornalista se defronta no exercício de sua tarefa, o esclarecimento político e intelectual da sociedade por meio da notícia e do editorial, só tem como ser bem enfrentados mediante a formação acadêmica e profissional, baseada em uma ética do bem comum (Schefer, 2012: 45).

Assistente de estudos no Escritório de Pesquisa dos Jornais da Universidade de Tóquio e cientista social e político de formação, Koyama Eizo (1899-1983) rejeitava esta perspectiva, relativizado ainda mais a abordagem baseada na compilação e ordenamento de informações históricas e estatísticas defendida por Ono que se iniciara com Muneo. Para o autor, a fundamentação e desenvolvimento dos estudos de jornalismo devem ser aprofundadas com o apoio dos conceitos da psicologia de massas, em vez da teoria da educação. O problema central do estudo do jornalismo não consiste apenas em saber como ele se desenvolveu e se organiza mas, também, em saber como ele agencia ou intervém na formação da consciência coletiva e da opinião pública (Shunya, 2002).

Adotando o esquema tornado clássico por Ferdinand Tönnies e explorado por Edward Bernays, ele nota que a opinião pública se encontra em vários estratos ou estados. O primeiro e mais fundamental é o estrato sólido ou nacional, vinculado às tradições que definem um povo. O segundo e mais influente do ponto de vista da mobilização política é o estrato líquido ou classista. O terceiro e mais imediato, em diversos graus explosivo, enfim, é o estrato gasoso ou opiniático, que se agencia diariamente através das páginas dos jornais e revistas (Morris-Suzuki, 2006: 511).

Koyama descreveu a opinião pública como uma forma de expressão das atitudes e interesses comuns que, como cristais em uma solução, se formam em meio ao turbilhão de ideias de cada indivíduo. Por isso, observa que a opinião pública só pode ser criada quando o indivíduo dispõe de meios para comparar e relacionar suas próprias visões com aquelas provenientes da sociedade abrangente. O papel dos meios de comunicação intervém neste



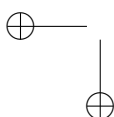
ponto, na medida em que os jornais criam uma espécie de fórum para a coordenação das ideias [identificadas como a opinião pública] (Morris-Suzuki, 2006: 510).

Do ponto de vista dos estudos de jornalismo, título de seu tratado de 1935, o principal a levar em conta é o fato de que, assim, a imprensa assume importante função política em meio a uma comunidade todavia submetida à progressiva de fragmentação como era, em seu ver, a sociedade japonesa numa era de modernização. A exemplo de Tosaka Jun, o autor asseverava que a opinião pública não pode ser compreendida nem como um entidade real, nem como “a opinião da maioria sobre certa questão pública”, mas como “um construto de cunho nacional” que existe abstratamente através do noticiário jornalístico e da atividade publicística (cf. Schäfer, 2012)

Assim, os jornais importam na medida em que tendem a se tornar a única forma de definir e memorizar os fatos de cunho político e relevância pública na vida social. Os fatos jornalísticos podem ser objeto de desconfiança e mesmo serem julgados com mentirosos pelo público, mas à falta de alternativas, acabam deixando um impacto ou impressão indelével em nossa mente.

Os fatos sociais se fixam em nossa consciência devido ao fato de serem reportados pelos jornais e, por isso, o mundo, tal como retratado pelos jornais, se torna a verdade para nós. A existência real não mencionada por eles se torna falsa (Koyama [1935] apud Shunya, 2002: 205).

Absolutizando o viés publicístico, postula o autor que os jornais definem o que é a realidade, independentemente de nós julgarmos falsa ou verdadeira sua representação, de modo que neles predomina a ficção: eles, em última análise, são criadores de ficções. O juízo de que eles apenas refletem os fatos sociais e os relatam é ingênua, visto que, fora deles, nada mais há para conhecer de muito significativo e, portanto, reside neles o poder de, em sendo o caso, estabelecer sua veracidade para o público. Os jornais, desejem ou não, são armas para assimilação e conquista da opinião pública, “meios de ‘objetivação da subjetividade’, de concretizar um corpo de conhecimentos ou a vontade poder a serviço de um certo objetivo” (cf. Schäfer, 2012).





A teoria crítica marxista

Após 1917, o marxismo se tornou influência cada vez mais relevante entre a intelectualidade japonesa, apesar das perseguições políticas e medidas policiais adotadas contra seus partidários. De fato, o movimento só foi contido com o estabelecimento do regime militar, a partir de 1937. Seguindo a cartilha da III Internacional, as artes e a imprensa eram vistas por seus teóricos e militantes como meios de agitação e propaganda (cf., por exemplo, Iwamoto, 1987: 132-135). Houve, no entanto, divergência sobre a condução destes meios entre as facções nas quais o partido se dividiu, em meados dos anos 1920.

Yamakawa Itoshi († 1958) defendia com seu grupo uma frente revolucionária entre operários e camponeses. Fukumoto Kazuo († 1983) pregava uma aliança com setores burgueses para acabar com os resíduos feudais, antes de o partido se voltar contra a burguesia. O consenso a respeito da propriedade em se desenvolver um jornalismo proletário, comprometido com a revolução, diante do jornalismo burguês, amarrado aos interesses da classe dominante, convivia com a disputa sobre o modo isso deveria ser feito.

Para os seguidores do primeiro, a imprensa deveria ser variada e elevar a consciência das massas; para os adeptos do segundo, o partido comunista deveria manter o controle e organizar o proletariado (Schäfer, 2013: 158-161). A facção yamakawista advogava que a consciência de classe dos trabalhadores deveria ser elevada através de uma imprensa massiva, capaz de integrar as camadas populares, em especial o campesinato, via seu engajamento na lutas cotidianas. A facção fukumotista, ao contrário, defendia a criação de uma imprensa engajada na formação e organização de quadros partidários, apoiada nos intelectuais e dirigida pelo comando da agremiação (Youichi, 1987: 52).

Apesar disso, havia espaço para um marxismo cultural bem sofisticado, que logrou atrair simpatizantes entre outros segmentos críticos da intelectualidade, conforme fica patente, no que diz respeito ao jornalismo, nas contribuições dadas a uma obra de fôlego: o *Curso Unificado de Jornalismo* (1930/1931). Característica dos 12 volumes, 400 páginas cada, era o relato histórico e descrição minuciosa da indústria e atividades da imprensa. Colaboraram na obra, que teria ajudado a difundir o termo “janarizumu” entre os intelectuais japoneses, mais de 100 especialistas (Hidetoshi, 1963). O eixo forte era a crítica ao caráter de classe da imprensa dominante, à natureza ide-





ológica do jornalismo, à exploração do sensacionalismo como forma de alienação, à mercantilização da atividade editorial, aos vínculos econômicos das empresas com o grande capital japonês, etc.

Entre os colaboradores havia acadêmicos e jornalistas de distintos matizes ideológicos e formações universitárias, como o sociólogo marxista Sugiyama Sakae (1892- 1970). Tarefa sua foi sublinhar o papel dialético das ideias e, portanto, da imprensa no processo social, contra os que a viam como simples instrumento de educação ou propaganda, tanto quanto os que a reduziam a reflexo da consciência de classe de seus controladores (cf. Knight, 1996: 124-128). “A imprensa não apenas conduz a opinião pública, mas é também por ela conduzida” (Sugiyama, apud Schäfer, 2012: 130): interfere na conjuntura assim como se deixa influenciar pelo momento. A forma como ela se comporta não depende, em última análise, nem da influência das massas, nem da vontade das elites intelectuais. O jogo dialético entre estas instâncias, cada vez diferente, é o que decide seu rumo, asseverava.

Para o autor, precisamos “considerar a formação da opinião pública como um processo e entender o relacionamento entre os criadores de novos modelos e as massas que os adotam, imitam e disseminam como uma interação recíproca” (Sugiyama, apud Schäfer, 2012: 132). Os fatores classistas sobre os quais tanto insistem os intelectuais marxistas servem como filtros e elementos de distorção do processo, de acordo com relações de força existentes na conjuntura, gerando duas formas de opinião distintas, ainda que, via de regra, encobertas, quando as relações de produção são imaturas ou o momento econômico é de prosperidade (Schäfer, 2012: 133).

Ex-editor do Osaka Asahi, Hasegawa Nyozeikan (1875-1969) conta-se entre as fileiras do reformismo liberal japonês que, durante algum tempo, fez uso do marxismo para analisar os problemas de sua época e sociedade. Advogado de formação, foi ele um dos fundadores do Grupo de Estudos do Materialismo formado por diversos intelectuais contestadores em 1932. Situa-se nesse contexto seu muito crítico e matizado texto sobre o jornalismo burguês. Para Hasegawa, o jornalismo burguês é uma arena em que a consciência pública dialoga conflituosamente, se digladiam os emissores e receptores, aqueles que têm experiência direta e os que têm experiência indireta, de acordo com linhas de classe, da realidade. Os jornais sempre contêm viés, ainda que de maneira pluralista e, por isso, não têm como serem objetivos, nem impor um consenso, salvo se a sociedade estiver sujeita a uma ditadura.



Apesar do revés sofrido durante a revolta do arroz em 1918, seguiu crendo o autor por muitos anos que “os jornais estavam em posição de ‘mediar’ a relação entre estado e sociedade, de agir como advogados da sociedade perante o estado”. Na sociedade capitalista, preconizava, “aos jornais não toca apenas expor ao público as políticas de estado, mas também expressar (e cooptar) as insatisfações populares, oferecendo-lhes um órgão de fácil acesso” (Barshay, 2004: 147). Explorando um viés historicista, Hasegawa nota que o jornalismo japonês surgiu como expressão de uma intelectualidade que era subalterna no shogunato; não se explica apenas pelo avanço do capitalismo e o desenvolvimento das técnicas de impressão (Yoshimi, 2002: 207).

O jornal não é um reflexo da realidade ou veículo de tradições, nem mero registro dos fatos mais importantes para uma comunidade. O jornal é função do jornalismo, uma forma literária de reportá-los que depende dos conflitos e lutas de classes presentes no contexto em que está inserido. O problema do jornalismo burguês, isto é, sujeito à crescente comercialização, é o mascaramento desta origem e condição. O jornalismo japonês teria sido aberto ao conflito social e disputa de ideias em sua origem. A conversão em grande empresa importou, porém, na assimilação das doutrinas norte-americanas da imparcialidade e objetividade, com base nas quais os jornais passaram a explorar suas matérias de modo que faz surgir formas consciência pública cada vez mais fictícias e dentro das quais a maior parte dos leitores se subsume.

Contemporâneo seu, Kimura Ki (1894-1979), crítico cultural e editor literário, abriu por esta época luta de duas frentes: uma contra os que pregavam o banimento do que chamavam de elitismo literário da imprensa; outra contra os que preconizavam o distanciamento em relação à imprensa por parte dos literatos. Para ele, “a tendência em ver o jornalismo em oposição à literatura pura e excluí-lo da pura e simples literatura [bugaku] é enganadora tanto para os jornais quanto para a literatura” (apud Mack, 2010: 103). As fronteiras são fluídas e devem se manter abertas. Hasegawa não estava longe deste entendimento, ao argumentar que, em sendo uma forma de literatura que interfere nos assuntos públicos, “os jornais, em essência, são formas de perceber o processo histórico em andamento por parte das pessoas que os estão vivendo” (Hasegawa apud Shunya, 2002: 208).

Cofundador do Grupo de estudos do materialismo, cujas atividades lhe valeram a expulsão da Universidade de Kyoto, Tosaka Jun (1900-1945) praticou exemplarmente e desde um viés marxista a noção de filosofia pública

que a imprensa de seu país não obstante acolhera e da qual ele mesmo se tornou, talvez, o principal pensador. Espécie de Gramsci japonês, o filósofo explorou prática e teoricamente o espaço que, apesar do crescente populismo na imprensa, a intelectualidade nela ocupou a partir da segunda década do século até 1937, mormente em obras como *Lógica da Ideologia* (1930) e *Os fundamentos da ideologia* (1932) (Youichi, 1998: 53; cf. Kawashima et al., 2013).

Para ele também, o jornalismo é uma atividade que existe em tensão com o capitalismo da indústria editorial, é uma forma de expressão popular “que desde sua criação operou e tem operado com forças divergentes em seu interior”, já que, enquanto o propósito daquela indústria “é a acumulação de capital conversível em dinheiro, o propósito do jornalismo é desenvolver um certo tipo de produção, distribuição e consumo de ação ideológica” (Tosaka [1931] 2013: 46). Os jornais não se limitam a elaborar notícias, possuindo um significado político, pelo fato de, apesar de também serem empresas, possuírem raízes e sentido na práxis cotidiana. A circunstância de, na sociedade capitalista, serem expressão das classes e suas lutas, eventualmente se dividirem em blocos, não deveria nos fechar os olhos para o fato de que, em virtude das conexões com o cotidiano, “basicamente todo ser humano, em sua capacidade humana, é necessariamente um jornalista” (Tosaka apud Schefer, 2013: 160).

A consciência jornalística, apesar de depender da empresa capitalista, é originariamente imediata, cotidiana, efêmera, fluida e fragmentada. A consciência científica tende a ser abstrata, extraordinária, sistemática e burocratizada, até pela influência do capital. À práxis interessada em sua transformação caberia procurar transcender esta oposição. Os intelectuais, sim, deveriam passar a influir de modo mais orgânico no jornalismo, para corrigir-lhe os prejuízos decorrentes do imediatismo. Os jornalistas, no entanto, também têm uma contribuição a dar em seu desenvolvimento, esforçando-se por impedir-lhe a caída no teorismo, tão presente nos acadêmicos, seus intelectuais antípodas na presente situação (cf. Tosaka [1931] 2013).

Os críticos tanto quando os entusiastas da influência massificadora que os jornais exerceriam sobre a consciência social se equivocam ao confundir tal influência com a vulgarização do conhecimento. A verdadeira massificação transcende a popularização do conhecimento, seja qual for o sentido que se dê a este último, precisando incluir necessariamente a organização política de um



número cada vez maior de leitores e cidadãos com vistas à sua emancipação relativamente ao poder do capital e à criação de uma sociedade socialista.

Em termos programáticos, seria este o papel da imprensa revolucionária, a partir do momento em que os jornais caem sob crescente e poderosa influência do capitalismo. Atualmente, observava, “os jornais se tornaram um mercadoria moderna possuidora de valor de uso ideológico” (Tosaka apud Schäfer, 2013: 170). Os intelectuais revolucionários têm cada vez mais dificuldade em fazer da imprensa burguesa um meio de exercício da práxis política esclarecida e transformadora.

As relações econômicas capitalistas passaram a influir em todas as suas manifestações. As notícias são meras mercadorias, cujo aspecto é encoberto pelos princípios da imparcialidade e do não engajamento, que ajudam-nas a ter mais aceitação no mercado. O valor notícia se encontra separado do seu valor de uso, conforme se pode ver no sensacionalismo e na paulatina eliminação do criticismo. Os jornais tendem a ser meros órgãos de acompanhamento do que acontece na realidade social, passando a se acomodar e promover uma consciência resignada ou conformista, que não mais critica ou questiona, embora conservem latente a relação com a práxis cotidiana e seu potencial revolucionário (cf. Schäfer, 2013: 163).

A contribuição da sociologia

Dentre as abordagens que marcaram o período inicial dos estudos de imprensa e teorizações sobre o jornalismo no Japão, cabe, por fim, considerar a sociológica, conforme a apanhamos em autores pioneiros como Fujiwara Kanji (1895-1972). Jornalista de profissão, ele doutorou-se em sociologia, defendendo que a imprensa constitui uma forma de elaborar intelectualmente nossa visão do mundo: é ela o visor com que nós vemos a sociedade. Por volta de 1920, havia duas tendências no entendimento do assunto entre os intelectuais japoneses. Inspirado na recepção de Spencer, Takebe Tongo (1871-1945) advogava uma visão organicista da sociedade, considerando a imprensa uma influência educativa. Yoneda Shōtarō (1873-1945), ao contrário, via nela uma força influenciada pelas dinâmicas da multidão e do público, conforme analisadas por Gabriel Tarde (cf. Shunia, 2002).

Fujiwara propôs uma unificação destes dois enfoques, desenvolvendo abordagem afinada com a sociologia do conhecimento em *Os jornais e a constru-*





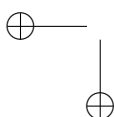
ção da cultura social (1923). Takebe acreditava que a função da imprensa é expressar e guiar a opinião pública. Por isso, os jornais precisam ser éticos, se conservar livres e puros. Para Yoneda, a referida função é influenciada negativamente pela psicologia de massas, não tem como se sustentar apenas na atitude ética e profissional. A única forma de assegurar sua missão é submetendo-a ao controle formal por parte do estado (censura e licenças profissionais).

Arguindo que a cobertura noticiosa da imprensa é tão influenciada pela opinião pública quanto a formação desta última é necessariamente condicionada por aquela primeira, Fujiwara argumentou que as duas funções eram interrelacionadas e recíprocas e que apenas por meio de uma abordagem interdisciplinar que reconciliasse a abordagem da sociologia com a dos estudos de jornalismo seria possível superar o entendimento estático e vertical da comunicação advogado pelos acadêmicos da geração mais velha, representada por Tekebe ou Yoneda (Schäfer, 2012: 77).

A relação entre a imprensa, “órgão de cobertura das notícias”, e seus leitores é um processo recíproco de troca social, devendo ser analisada pelo lado da estrutura e organização da primeira e pelo lado da função que desempenha na sociedade. A estrutura é econômica (empresarial), mas as funções são moral (educativa) e política (controle). A primeira tem a ver com o incentivo ao progresso intelectual que ela representa. A segunda tem a ver com sua suposta capacidade de manter a consciência pública mais ou menos organizada, controlada, em meio a uma época de separação espacial, de massificação (Schäfer, 2012: 86)

Shimizu Ikutaro (1907-1988) se tornou conhecido como um dos principais críticos da mídia e grande intelectual público de seu país após a II Guerra. Sociólogo universitário, ele trocou a cátedra pelo jornalismo ao se deixar influenciar pelo marxismo, no início dos anos 1930. Quando os militares assumiram o comando do país em 1937, passou a se interessar pelo pragmatismo e a psicologia social norte-americana (cf. Kawamura, 1989/1990). Deste período provém sua leitura das obras de Dewey e Mead, de certa forma anunciada em seu importante trabalho sobre as relações da imprensa com a vida cotidiana proposto em *Rumores Infundados* (1937).

Estudo de caso da falta de informação gerada em meio à tentativa de golpe militar contra o governo verificada em 1936, o relato contido na obra argu-





menta que os inúmeros rumores acerca do que estava ocorrendo podem ser entendidos como uma forma de as pessoas, irracionalmente, preencherem satisfatoriamente as lacunas em seu conhecimento a respeito de um evento ao mesmo tempo curioso ou preocupantes, mas mal informado.

Destarte, a pesquisa mostraria que, entre as principais funções da imprensa está a de conter ou regular a circulação dos rumores. Os rumores são um processo social inalienável, paralelo ao dos meios e agências de comunicação. Quando falta a imprensa, os rumores têm rédea solta; se ela se descola da vida cotidiana, eles adquirem força. O papel da imprensa não é substituí-los, mas mantê-los no âmbito do que se convencionou chamar de opinião pública. Amparado na leitura de Tönnies, o autor concluiu que a opinião pública não é nem a vontade coletiva, nem uma figura da ideologia burguesa, mas um conjunto fluído e latente de crenças, valores, sentimentos e ideias, isto é: de rumores, que, dependendo da capacidade dos jornais, pode ou não se manifestar institucionalmente através das páginas dos periódicos (Schäfer, 2012).

Conclusão

Ishikawa Sakae afirma que: “O estudo científico da comunicação no Japão começou com a criação da Sociedade Japonesa para o Estudo do Jornalismo e da Comunicação de Massas, em 1951. [...] A pesquisa, nos primeiros tempos, se preocupou em interpretar e reexaminar as teorias e hipóteses desenvolvidas durante os anos 1940 e 1950 nos Estados Unidos e Europa. A aplicação à cultura local daquelas teorias e hipóteses foi testada várias vezes e, com isso, os resultados empíricos foram se acumulando” (Ishikawa, 1991: 60).

Para nós, a afirmação é, no mínimo, uma meia-verdade, valendo apenas se entendermos que o estudo científico da comunicação é algo distinto do estudo do jornalismo e, especificamente como tal, de fato só surgiu após a Guerra. Observa Cooper (1997: 285) que: “Não existe um termo nativo para ‘comunicação’ na língua japonesa, de modo que [ainda hoje talvez] ele não é entendido ou usado entre os não especialistas”. Antes de 1945, os japoneses, contudo, estudaram cientificamente a imprensa e se propuseram a teorizar sobre o jornalismo desde diferentes pontos de vista. A comunicação mesma, e não apenas o seu estudo, como é certo, só chegou ao país com a ocupação pelo exército norte-americano e seus especialistas recém-formados no assunto (cf. Simpson, 1995).





Depois de os militares assumirem o controle do governo em 1937, o panorama, no tocante ao assunto, sem dúvida, se alterou e tudo indica que seja o impacto que os anos de chumbo provocou na memória das gerações posteriores que explica o relativo esquecimento em que o período anterior caiu, mesmo entre os estudiosos japoneses dos meios e práticas de comunicação. A Guerra contra a China serviu de pretexto para uma caça às bruxas, e a discussão a respeito da cultura japonesa e do papel da imprensa em seus desenvolvimento sucumbiu no conformismo. Após 1937, a conversa sobre o comando da política pelos militares e o questionamento de sua política expansionista se tornaram tabus. As relações públicas governamentais passaram a pautar a atuação das redações, cada vez mais influenciadas pelo espírito nacionalista que tomava conta da nação.

Os produtores de jornais, transmissões de rádio, revistas, livros, canções, histórias em quadrinhos, filmes e fotografias foram todos sujeitos a rígidas normas ou, por pragmatismo, se sujeitaram à autocensura. As organizações políticas esquerdistas foram reprimidas, e a linguagem contrária ao esforço de guerra e à unificação da cidadania por seu intermédio passou a ser ríspidamente monitorada. Algumas expressões foram silenciadas, outras prolapadas (Harootunian, 2009: 13).

Os intelectuais que ainda resistiam à censura e perseguição foram forçados a silenciar, dentro e fora do meio acadêmico. As prisões não vitimaram poucos, e foram muitos os que, abandonando velhas fileiras, passaram a colaborar com o regime. As preocupações daqueles que aderiram ao regime se deslocaram do campo do jornalismo para o da propaganda, tema de crescente interesse por parte dos comandos militares (cf. Rüdiger, 2016).

Tosaka Jun foi processado como subversivo e condenado à pena de vários anos de prisão, onde morreu, poucos dias antes de a guerra acabar, em 1945. Hasegawa foi forçado a se ajustar após período de cativo em 1937, entregando-se em seguida a um conservadorismo apolítico e discreto, quase introspectivo. Shimizu retratou-se de seu passado marxista, para aproximar-se dos círculos governamentais, tendo atuado como analista político e doutrinador antiocidental durante o conflito, apesar da reviravolta ideológica que imprimiria em sua vida após 1945 (cf. Kersten, 2006).





Ono foi convidado a trabalhar em comitês de pesquisa das forças armadas e prestar assessoria ao governo, após ser nomeado catedrático na Universidade de Tóquio (1936). Muneo se tornou conselheiro de órgãos oficiais e passou a doutrinar a respeito do que os teóricos do imperialismo japonês chamavam de guerra do pensamento. Designado catedrático em Rikkyo (1938), Koyama converteu-se em pouco tempo num dos mais proeminentes daqueles teóricos, ao passar a escrever sobre propaganda e doutrina racial (cf. Morris-Suzuki, 2000).

Até 1937, os acadêmicos e intelectuais japoneses se apoiaram na sociologia ocidental, no marxismo e nos estudiosos alemães da ciência do jornal para pensar a imprensa, desenvolver seu estudo e especular sobre sua transformação. Durante a época da Guerra, o aporte intelectual alemão serviu de referência longínqua para o desenvolvimento de uma concepção bastante nova e original de propaganda (cf. Kushner, 2006). Após o conflito, o marxismo ressurgiu com relativa força entre os setores intelectualizados e muitos acadêmicos japoneses, voltando a dar contribuição sobre a matéria que nos ocupa. A principal influência no desenvolvimento da área de estudo e ensino em foco se tornou, porém, a dos conceitos e métodos da pesquisa em comunicação ("communication research") que, mais ou menos ao mesmo tempo, estava sendo lançada nos Estados Unidos.

Referências

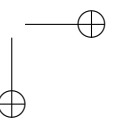
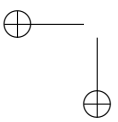
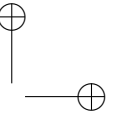
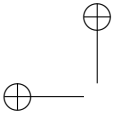
- Akerer, F. (2012). Rôle et pouvoir des éditorialistes dans la presse du milieu de l'ère Meiji (1884-1894). *Cipango*, 19: 261-267.
- Allen, M. & Sakamoto, R. (2014). *Japan popular culture*. Londres: Routledge.
- Altman, A. (1981). The press and social cohesion during a period of change. *Modern Asian Studies*, 15(4): 865-876.
- Altman, A. (1975). Shinbunshi. In W. Beasley (org.) *Modern Japan*. Berkeley: University of California Press.
- Barshay, A. (2004). *The social sciences in moden Japan*. Berkeley: UCLA.
- Bernays, E. (1923). *Crystallizing Public Opinion*. New York: Liveright.
- Cooper, R. (1997). Japanese communcation research. *Journal of Broadcasting and electronic media* 41(2): 284-289.



- Del Bene, M. (2008). *Mass media e consenso nel Giappone prebellico*. Milão: Mimesis.
- De Lange, W. (1997). *A history of japanese journalism*. Londres: Routledge.
- Groth, O. (2011). *O poder cultural desconhecido*. Petrópolis: Vozes.
- Hanazono, K. (1924). *The development of japanese journalism*. Osaka: Osaka Mainichi.
- Hanneman, M. (2007). *Hasegawa Nyozeikan and liberalism in modern Japan*. Folkestone: Global Oriental.
- Harootunian, H. (2009). Constitutive ambiguities. In A. Tansman (org.) *The Culture of Japanese Fascism*. Durham: Duke University Press.
- Harootunian, H. (2002). *Overcoming by modernity*. Princeton: Princeton University Press.
- Hayasaka, J. (1938). *An outline of the japanese press*. Tokyo: Foreign Affairs.
- Hideo, O. (1960). Thirty years study of journalism in Japan. *Gazette*, 6: 11-21.
- Hidetoshi, K. (1963). Trends in communication research in Japan. *International Social Science Journal*, 14(2): 257-268.
- Hirose, H. (1990). The development of discussions on journalism in postwar Japan. *Media, Culture & Society*, 12(4): 465-476.
- Huffman, J. (1997). *Creating a public: people and press in Meiji Japan*. Honolulu: Hawai Press.
- Huffman, J. (2004). *Modern Japan*. Oxford: Oxford University Press.
- Ishikawa, S. (1991). Mass communication research in Japan. *Jvanust*, 5(1): 59-69.
- Iwamoto, K. (1987). Film criticism and the study of cinema in Japan. *Iconics*, 1: 129-146.
- Jansen, M. (2002). *The making of modern Japan*. Cambridge: Harvard University Press.
- Kanesada, H. (1924). *The development of japanese journalism*. Osaka: Osaka Mainichi.
- Kawabe, K. (1921). *The press and politics in Japan*. Chicago: Chicago University Press.

- Kawamura, N. (1989-1990). On the Sociology of Ikutaro Shimizu. *Japanese Sociological Review*, 40(4): 431-445.
- Kawashima, K. *et al.* (orgs.) (2013). *Tosaka Jun, a critical reader*. Ithaca: Cornell University Press.
- Kersten, R. (2006). The social imperative of pacifism in postwar Japan. *Critical Asia Studies*, 3: 303-328.
- Knight, N. (1996). *Li Dao and marxist philosophy in China*. Boulder: Westview.
- Kornicki, P. (1998). *The Book in Japan*. Leiden: Brill.
- Kreiner, J. *et al.* (2004). *Modern Japanese society*. Leiden: Brill.
- Kushner, B. (2006). *The thought war*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Lippmann, W. (2008). *Opinião Pública*. Petrópolis: Vozes.
- Mack, E. (2010). *Manufacturing Modern Japanese Literature*. Durham: Duke University Press.
- Martin, F. (1918). *The journalism of Japan*. Jefferson: University of Missouri Bulletin 19/10.
- Matsuno, R. (2015). Shimbun Gakuin and the aspirations of Shinjiro Yamane. *Chuo online*. Tokio: Chuo University, 23/07/2015.
- Nakamura, I. (2003). *Japanese pop industry*. Kyoto: Stanford Japan Center.
- Morris-Suzuki, T. (2000). Ethnic Engineering. *Positions*, 8(2): 499-529.
- Nixon, R. (1968). *Investigaciones sobre Comunicación Colectiva*. Quito: Ciespal.
- Ortiz, R. (2000). *O próximo e o distante*. São Paulo: Brasiliense.
- Pierson, J. (1980). *Tokutomi Soho, 1863-1957*. Princeton: Princeton University Press.
- Rüdiger, F. (2016). *O pensamento propagandístico japonês, das origens até 1945* (a sair).
- Schäfer, F. (2012). *Public opinion, propaganda, ideology*. Leiden: Brill.
- Schaffer, F. (2013). The actuality of journalism and possibility of everyday critique. In K. Kawashima, *et al.* (orgs.) *Tosaka Jun*. Cornell University Press.

- Séguy, C. (1993). *Histoire de la press japonaise*. Paris: BOF.
- Simpson, C. (1995). *Sciences of coercion*. Nova York: Oxford University Press.
- Spencer, H. (1898). *The principles of sociology*. 3 vols. Nova York: Appleton.
- Sugimura, K. (1922). Logical basis of news value. In W. Williams (org.) *The Press Congress of the World in Hawaii*. Columbia: Stephens Publishing Company.
- Tarde, G. (1992). *A opinião e as massas*. São Paulo: Martins Fontes.
- Tönnies, F. (2012). *Critique de l'opinion publique*. Paris: Gallimard.
- Tosaka, J. (2013). The academy and journalism. In K. Kawashima *et al.* *Tosaka Jun, a critical reader*. Ithaca: Cornell University Press.
- TsuTsui, W. (2011). Soft power and the globalization of Japanese popular culture. In C. Holroyd & K. Coates (orgs.) *Japan in the Age of Globalization*. Londres: Routledge.
- Valaskivi, K. (2007). *Mapping Media and Communication Research: Japan*. Helsinki: Communication Research Center, University of Helsinki, Research Reports 4.
- Weisenfeld, G. (2012). *Imaging disaster*. Berkeley: UCLA.
- Weston, T. (2006). Newspapers, journalism and China's entry into the world in the era of the first World War. *Newspapers as Subject and Source in Republican China, 1911-1949*. Taipé: ICA.
- Wildes, H. (1927). *Social currents in Japan*. Chicago: Chicago University Press.
- Yoshimi, S. (2002). The development of newspapers studies as an academic discipline in the discursive space of 1930. *Japan social science journal*, 5(2): 199-214.
- Youichi, I. (1987). Mass communication research in Japan. *Communication yearbook*, 10. Nova York: Routledge.



From 'Trial by media' to 'Media/trial'. The interaction between news media and justice: the production of news about the genocide trial against Frans van Anraat

Rob Leurs

Utrecht University

E-mail: R.H.Leurs@uu.nl

Abstract

In 2005, Dutch businessman Frans van Anraat was brought to court on charges of illegally supplying chemicals to Saddam Hussein; these chemicals were processed into poison gases with which thousands of Kurdish civilians were killed in 1988. In order to answer the question how truth and morality were encoded in news about this genocide trial, I've held semi-structured interviews with stakeholders in the production of journalistic reports. A discourse analysis, based on Laclau and Mouffe (1985), of the interview results shows a binary position in dealing with journalistic media between on the one hand victims, lawyers, and journalists and on the other persons from the Public Prosecution Service and members of the House of Representatives (= Dutch Lower House). The first group has founded its involvement in producing news reports on the assumptions that media is able to show the truth, and that this generates justice. In other words, victims, lawyers, and journalists see media as guardians of a deeper (moral) truth.

Contrary, even before the trial the second group, consisting of the Public Prosecution Service and members of the House of Representatives, has actively developed media strategies designed to define what the trial should include (in both a legal and a moral sense), what the events underlying the trial are, what the construction of criminality is and those who belong to it, etc. These media strategies have, as was explicitly intended, influenced the legal process.

These findings have implications for our ideas of the relation between media and justice: the conventional idea of 'trial by media' must be supplemented by the concept of 'media/trial'. 'Trial by media' implies that media and justice function parallel to but independently of each other: media negatively impact an individual's reputation by creating the notion of guilt prior to and/or independently of the court's verdict. The concept of 'media/trial' goes beyond that: it assumes that media can be used strategically to influence the outcome of a trial. The case

Data de submissão: 2016-03-31. Data de aprovação: 2016-05-17.



of Frans van Anraat does not stand alone: expert interviews have shown that also in other European and American trials media are actively employed by e.g. Public Prosecution Services to steer judicial processes.

Keywords: crime news; discourse theory; expert interviews; journalism; litigation PR; media production; media theory; media/trial; participation culture; trial by media.

Nothing about evil is without contradiction. Nothing about evil is certain. Roger Silverstone¹

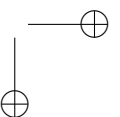
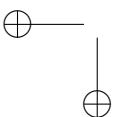
Context

MEDIA and justice have a complex relationship: trials are expected to be held without unnecessary external interference and (journalistic) media must aim to report unhindered and motivated by the principle of ‘objectivity’. This often poses a mutual tension that sometimes results in ‘trial by media’. This concept indicates that media and justice are simultaneously present but operate relatively autonomously of each other: media influence reputations of suspects or other participants in a trial in anticipation of and/or independently of the verdict by judges. The trial against the murder suspect O.J. Simpson is a classic example: despite the acquittal a large part of the American people believes that he was guilty of a double murder.²

However, the relationship between media and justice can be even more complex. The case of genocide suspect Frans van Anraat shows that participants in a trial also employ media strategically in order to influence legal processes. This also occurs in other legal cases, for example with engaging media to recruit potential (criminal) witnesses: this requires the coordination of ideas about which witness statements are legally desirable, whom may make such statements and how media are employed to persuade individuals to actually act as witnesses. In cases like these, media and justice no longer operate relatively independently. Parallel to ‘trial by media’, this mutual influence can be understood in terms of ‘media/trial’.

1. Silverstone, R. (2007). *Media and morality. On the rise of the mediapolis*. Cambridge: Polity: p. 57.

2. Kellner, D. (2003). *Media spectacle*. London: Routledge.





I will discuss this form of interaction between media and justice by using Laclau and Mouffe's discourse theory.³ Building upon the work of Foucault, Laclau and Mouffe radicalize the notion of discourse. Whereas the former differentiates discursive from non-discursive social constructions, Laclau and Mouffe argue that social practices are always and completely discursively constructed, as articulation is confined to discourses:

The fact that every object is constituted as an object of discourse has nothing to do with whether there is a world external to thought, or with the realism/idealism opposition. An earthquake or the falling of a brick is an event that certainly exists in the sense that it occurs here and now, independently of my will. But whether their specificity as objects is constructed in terms of 'natural phenomena' or 'expressions of the wrath of God', depends upon the structuring of a discursive field. What is denied is not that such objects externally to thought, but the rather different assertion that they could constitute themselves as objects outside of any discursive conditions of emergence.⁴

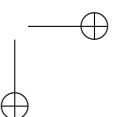
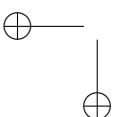
Thus, discourses are ever-present in the social field: they form a relational system of meaningful practices, or as Derrida would put it: 'everything becomes discourse'.⁵ As a result Laclau and Mouffe reject the notion of determinism: subject positions shift with changes in context. This opens up the possibility of seeing discursive constructions in terms of constant struggles for hegemony as absolute fixation of meanings will never be achieved. To understand the absence of both absolute fixation and absolute non-fixation (as the latter would indicate psychosis instead of discourse) they introduce the concept of 'nodal point':

[...] order – or structure – no longer takes the form of an underlying essence of the social; rather, it is an attempt – by definition unstable and precarious – to act over that 'social', to *hegemonize*

3. Laclau, E. (2004). Ethics, normativity, and the heteronomy of the law. In S. Cheng (ed.), *Law, justice, and power: Between reason and will*. Stanford: Stanford University Press.

4. Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and socialist strategy. Towards a radical democratic politics* (p. 108). London: Verso.

5. Derrida, J. (1978). *Writing and difference*. London: Routledge.





it. [...] the social always exceeds the limits of the attempts to constitute a society. At the same time, however, that ‘totality’ does not disappear. If the suture it attempts is ultimately impossible, it is nevertheless possible to proceed to a relative fixation of the social through the institution of nodal points.⁶

In this sense, nodal points are identifiable points of reference that lend temporary stability and coherence to a discourse. A discourse finds its limits by excluding ‘radical otherness’: that which has nothing in common with the differential system that induces exclusion. It works through what Laclau and Mouffe call the ‘logic of equivalence’, which is an equalization of discourses ($A=B=C$) by opposing it to the negative discourse of an ‘outside’ (D): $A=B=C \neq D$. As a result the differences between the ‘chain of equivalence’ (the differences between A, B, and C) are weakened with respect to D. The ‘outside’ (D) is both constitutive of discourses and identities and a threat (as it prevents discursive construction from completion). Thus, Laclau and Mouffe’s emphasis on discursive struggles for hegemony and completion is what makes their discourse theory particularly appropriate to research conflict and identity (politics),⁷ as is the case with the trial against Van Anraat.

Dutch businessman Frans van Anraat is amongst other things charged with complicity in the genocide of Iraqi Kurds by Saddam Hussein’s regime. After the fall of the Iraqi dictator, Frans van Anraat was tried in The Netherlands and sentenced to 17 years imprisonment. Prior to and during the trial the media played a crucial role in its classical function of channeling information as well as in (co-)directing the legal process. The strategic employment of media to influence the Van Anraat trial makes this case appropriate for analysing the functioning of ‘media/trial’, the interaction between media and justice. Before I discuss the strategic employment of media, I shall firstly discuss the genocide of the Kurds and the trial against Frans van Anraat in this introductory section. In the following paragraphs I shall demonstrate the functioning of ‘media/trial’.

6. Laclau, E. & Mouffe, C. (1990). Post-Marxism without apologies. In E. Laclau (ed.) *New reflections on the revolution of our time* (p. 90-91). London: Verso.

7. Carpentier, N. & Spinoy, E. (eds) (2008). *Discourse theory and cultural analysis. Media, arts and literature*. Creskill: Hampton Press.





The Kurdish genocide

Businessman Frans van Anraat is suspected of supplying large quantities of raw materials required for the production of poison gas by the Iraqi regime in the 1980's. From 1980 to 1988, Iraq and Iran were at war with each other. The Iraqi leader Saddam Hussein believes that its Kurdish population (who live in oil-rich northern Iraq) are sympathetic to Iranian soldiers and Peshmerga (Iraqi insurgent). To discourage the Kurdish civilian population, an extensive operation is set in motion; Al-Anfal (known in English as Anfal campaign) is the term with which the Iraqi regime denotes the plan to terrorize the Kurdish population. The infamous leader of the Anfal campaign is Ali Hassan al-Majid, known in the West as 'Chemical Ali'; this cousin of Saddam Hussein received his nickname after the poison gas attacks that he had carried out on Kurdish citizens and Peshmerga, and on Iranian soldiers. Human rights activists denounced the poison gas attacks as genocide at an early stage,⁸ but only until the trial of Van Anraat (in December 2005) it was legally established that a genocide had actually taken place. The outcome of the trial against Frans van Anraat is important because, since it had now been legally established that the genocide had occurred, accusations of 'genocide' could also be made in the trials against Saddam Hussein and Ali Hassan al-Majid.

Legal prosecution of Frans van Anraat

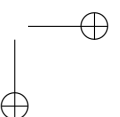
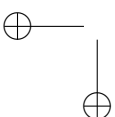
The journalist Arnold Karskens, who has done much research on businessman Frans van Anraat, states: 'Frans van Anraat ... is the biggest war criminal The Netherlands has ever known'.⁹ He has for example been held responsible for delivering more than 60% of Iraq's POC13 imports, a raw material used in the poison gas Tabun.

In 2003 Frans van Anraat, yet a free man, holds interviews with amongst others Alexander Münnighoff, an undercover secret service informer operating as a journalist.¹⁰ Münnighoff states that he, at the request of the Dutch

8. Human Rights Watch (July 1993). *Genocide in Iraq: The Anfal Campaign Against the Kurds*. Available at: <http://www.hrw.org/legacy/reports/1993/Irakanfal/>

9. Karskens, A. (2006). *Geen cent spijt. De jacht op oorlogsmisdadiger Frans van Anraat*. Amsterdam: Meulenhoff: p. 186.

10. Münnighoff, A. (2003). Vluchten in wroeging. *Haagse Courant*, 10 May.



secret service (AIVD: General Intelligence and Security Service), has a major newspaper interview with Van Anraat.¹¹ The interview leads to further talks with other magazines and television shows. These catch the attention of the Dutch Public Prosecution Service and the former businessman is arrested on December 6th 2004.

Van Anraat is arrested in his home in Amsterdam, which on December 17th of that same year, becomes known as a ‘safe house’ of the secret service: Van Anraat was an informer of this service. This raises the peculiar situation that a citizen whilst working for a powerful state department, namely the secret service (that had brought Van Anraat into publicity by requesting the journalist and informer Alexander Münnighoff to generate media attention) is facing prosecution from another state department, namely the Public Prosecution Service. The secret service had also enabled Van Anraat’s possession of travel documents six weeks prior to his arrest. However, the risk of him escaping led to his immediate arrest and later to a trial.

In court the public prosecutors state: ‘[...] the activities of the accused in 1988 and 1989 leave no doubt that the accused without hesitation functioned as main purveyor for a genocidal regime’.¹² On May 9th 2007 the verdict of the appeals process is announced: Frans van Anraat receives an extra two years and is sentenced to 17 years imprisonment. The genocide-charges remain unchanged: the attacks on the Kurds is legally recognized as genocide, but Van Anraat is not complicit in genocide. The increased sentence is related to the charges for war crimes: he is found guilty of complicity in multiple war crimes, which explains the additional two years on top of his previous imprisonment charges.

Expert interviews

Many people were involved in the prelude to and the legal settlement of the lawsuit against Frans van Anraat: the journalists that interviewed him, the politicians who did or did not impose obstacles to prosecute him, the victims who with the aid of a lawyer testified of their suffering, lawyers who stood by Van Anraat during the indictment process, and the public prosecutors who prosecuted him. All these people used the media to advocate their interests.

11. Alexander Münnighoff. Interview with author, 22 October 2009.

12. Public Prosecution Service (2005). *Closing argument*. N° 09/751003-04.

They have all done so in different ways. To analyse how the stakeholders in the process against Frans van Anraat used news media, I have held semi-structured interviews with the following persons:

Name and Function

Amir Khadir: Chairman Halabja Committee (Kurdish genocide victims organization).¹³

Liesbeth Zegveld: Lawyer of the Halabja Committee.

Alexander Münnighoff: Journalist and Dutch secret service (AIVD: General Intelligence and Security Service) informer. He published a newspaper interview in which Frans van Anraat could tell his story unhindered.

Ronald Sijstermans: Television journalist who broadcast a critical interview with Van Anraat.

Arnold Karskens: Investigative journalist who since Van Anraat's recidency in Iraq has publicized and criticized him.

Jan Peter van Schaik: Lawyer of Frans van Anraat.

Ruud Gijsen: Lawyer of Frans van Anraat.

Harry van Bommel: Member of the Dutch House of Representatives (Socialist Party); a politician who has advocated for charges against Van Anraat.

Krista van Velzen: Member of the Dutch House of Representatives (Socialist Party); a politician who has advocated for charges against Van Anraat.

Anonymous: High ranking employee of the Dutch Public Prosecution Service; directly involved in the case against Van Anraat.

The extensive stakeholder interviews were held either once or several times: on average the interviews lasted approximately one hour. Most interviews were held face-to-face, a few were held by telephone. The interviews were recorded and later transcribed in order to analyse them according to Laclau and Mouffe's discourse theory.¹⁴ In the next section the interviews and analysis shall be discussed.

13. The Halabja Comité has e.g. supported the interests of victims in het trial, supplied the Public Prosecution Service with Iraqi documents and translated Iraqi language videos.

14. Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and socialist strategy. Towards a radical democratic politics*. London: Verso.



Media use

Two groups involved

Based on their use of media ('articulation' in discursive terms) the respondents can be divided into two groups that function as 'social antagonists'. The first group consists of the victim's spokesman, lawyers (of both the victims and the accused) and journalists (both the secret service informer as well as the other journalists). This mixed group views media as an information channel; dealing with the media is based on the premise that media are the guardian of truth and justice.

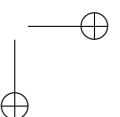
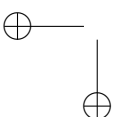
The second group consists of the people from the Public Prosecution Service and members of the Dutch House of Representatives (= Lower House). This group understands media to be a tool that can be applied to shape trials: during the trial this group applied media strategies to give direction to the process in the case against Van Anraat (in both moral and legal sense), how the events underlying the lawsuit must be seen, what the construction of criminality in this case is, where responsible lie etc. These media strategies have, as was intended, helped to shape the legal process.

In the following paragraaf I shall discuss the two groups, their views on and their use of the media. I shall start with the second group as news reports were most actively shaped by the individuals from this group; they employed media strategically to steer lawsuits.

Media as designer of a legal process

The second group consists of individuals who consider media as a means to shape lawsuits. Of those interviewed this concerns members of the House of Representatives Harry van Bommel and Krista van Velzen and above all the anonymous high-level employee (hereafter called Anonymous) of the Public Prosecution Service. The Prosecution has a professional relationship with media: media strategies are employed in large (criminal) cases. Anonymous characterizes the case against Van Anraat as atypical by firstly describing the use of regular media strategies. In normal cases, the use of media is for instance effective when little evidence is at hand, so as to increase the pressure:

[Author: Sometimes lawyers go to the television show Nova because they know that the judges are watching] *Yes, but I go [to*



the newspaper] 'De Telegraaf' because I know that police officials and criminals read 'De Telegraaf' on Saturday. So I go to 'De Telegraaf'... With [an unnamed lawsuit] for example, we had a difficult task ... with criminals testifying as witnesses... - there was no jurisprudence on that aspect, there was nothing. That means you pressure the ... This was a lawsuit actually only dealing with hashish. Organized crime with hashish, it was not a multiple murder trial... [i.e. a relatively 'light' case]. This means that you as a prosecutor, besides making heavy charges, you need to frame the case to the most influential parties. The pressure on the court is increased by the presence by cameras and journalists. If there is a live report from Twan Huys from NOVA on the Parnassusweg [the location of the court] every day... So if you have a difficulty with the evidence you must increase the pressure on the case as it also puts pressure on the judge. And if there is a lot of pressure, a judge will be more inclined to give the public prosecutor the benefit of the doubt.¹⁵

Increasing pressure on judges to reach a high sentence is a continuation of creating sentiments in the media. But well developed attention may also have additional consequences: it could, for example, aid in recruiting (criminal) witnesses:

Criminal witnesses come on board when: there are people in organized crime that will only talk if they think the person they're talking about is interesting enough. Because if the person they're talking about is interesting, they also become interesting with their own story – it is self-interest. Thus in major criminal cases with problematic evidence, you create evidence by framing them in the media, by positioning them.¹⁶

Potential criminal witnesses are not thus not asked to serve a higher purpose (e.g. serving the public with a testimony), but with the more realistic idea of serving their own interests; there is 'no place for naïvety' when recruiting (criminal) witnesses. But a defendant can usually also be thwarted in other

15. Anonymous. Interview with author, 29 May 2009.

16. Anonymous. Interview with author, 29 May 2009.



ways. Logically criminals do not wish their activities to see the daylight; doing business with a person with much media attention is therefore undesirable. The result is that a person that is at the centre of much media attention is isolated from his criminal network. It could therefore be beneficial to represent a person as the master criminal:

... I [have] experienced that it is highly effective to make a major criminal out of someone in the media. You isolate someone from his group: once the media follow him other criminals can hardly do business quietly with this person. Because they and their criminal network would in turn get exposed as well. The person does get an aura of indefeasibility but that just makes him more vulnerable and easier to get .¹⁷

In discursive terms this can be understood as A (criminal) = B (criminal network), until a 'constitutive outside' (C = media) is brought in, which changes the equation into $A = C \neq B$.

According to Anonymous the strategic employment of media aimed at thwarting a persons criminal activity works with professional criminals. This is in contrast to suspects of isolated crimes, like a crime of passion. In the words of Anonymous:

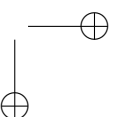
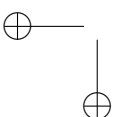
Well, with homicide it's a different story. But organised crime, arms trafficking, smuggling, threats: in general, the fact is committed and as a prosecutor you need to provide evidence. This is not a debate about: 'did this really happen?' It is not the Putten murder case [an example of an isolated crime]: then you don't do this, as it wouldn't work properly, it would back fire on you. Thus prosecutors who have done that in other cases ... with isolated murder cases, for example, it didn't work. But in homicide cases, execution cases ...

[Author: so it works with crimes that continue?]

In a continuing process. You also have to discontinue that process. Thereby you're stopping the acts of a person or group. You're also making it difficult [for him/them].¹⁸

17. Anonymous. Interview with author, 29 May 2009.

18. Anonymous. Interview with author, 29 May 2009.



This strategic use of media, as stated, can be applied to regular major criminal cases. The lawsuit against Van Anraat is in that respect atypical: it differs because it does not involve continuing criminal activities (the case that was brought against him dated from the 1980's) and because no witnesses from the criminal network were recruited: the witnesses are victims from Iraq and Iran who report the chemical weapons attack on their family, friends, livestock, crops, drinking water, etc. These are not people who only speak to be considered interesting to others ('Witness QUMARZ (G64) was out of town when the bombs fell. When he went back into the town to go to his family he was confronted with terrible images ... Witness found 21 of his relatives dead. Many bodies were covered with blisters.'¹⁹). Yet media were important in forming the case: "What ... could happen is that a journalist starts digging, bumps into a witness and that you then get the witness. Do you understand a bit how that process works? An indirect process."²⁰

Besides recruiting witnesses media attention also led to the fact that priority was given to the case against Van Anraat. Before Frans van Anraat became an official suspect he appeared in the current affairs program 'Netwerk'.

If you appear on the Internet [as a criminal] it is not so bad, newspapers are a bit worse – and then it also depends on which newspaper it is: [quality newspaper] NRC is less of a problem [to criminals] than [popular newspaper] Telegraaf.

[Author: because De Telegraaf is more sensational?]

Yes, and it has a higher circulation, that is also a problem. And there is a medium that has much more impact and that is what he [Van Anraat] has done, and that's TV. He has done [TV program] Netwerk and that is TV that reaches a lot of viewers.

[Author: so it's more about the number of viewers?]

Yes, and [which channel] broadcasts it and the chance that people such as the police chief at the time, Martijn van der Beek, and myself watch it.²¹

19. Public Prosecution Service (2005) *Closing argument*. N° 09/751003-04. Name of witness in capitals: in original.

20. Anonymous. Interview with author, 29 May 2009.

21. Anonymous. Interview with author, 3 July 2009.

After seeing the show about and with Van Anraat it was decided that a legal investigation would be started [the question of why Frans van Anraat ‘voluntarily’ held a television interview will be discussed later].

But not only Anonymous has actively employed media strategies: members of the House of Representatives also do this. Harry van Bommel (Socialist Party) states that representatives in general need media to justify questions for ministers:

*[W]hen you have knowledge of a fact that has not been in the news, it is very difficult to request a minister on his point of view. Because then the minister retaliates with, and this is actually an unwritten rule in the House of Representatives: what is your question based on?*²²

Therefore it is necessary, if you wish to address something in the political arena, to support this with news media. But the reverse is also possible: asking political questions with the goal to generate news items that can be used by others. In the words of Van Bommel: “... you address it politically, this in turn leads to new publications with which one can make a case...”.²³

As such Krista van Velzen (Socialist Party) knew that her questions addressed to the minister could possibly be of importance for the case against Van Anraat:

[Author: during the legal investigation you questioned the minister, for example about the laissez-passer for Syria for Van Anraat. Did you at that time know how important that information would be?]

*Yes, yes. Certainly. But that is a sort of gut feeling. You never know what will cause problems for someone [i.e. Van Anraat], but at the time I really thought: what we are doing here has nothing to do with answers from the minister, but is what the judges will see.*²⁴

The disclosure of such information is in the case of Van Anraat even more crucial: Frans van Anraat was in contact with the secret service, because of

22. Harry van Bommel. Interview with author, 21 April 2009.

23. Harry van Bommel. Interview with author, 21 April 2009.

24. Krista van Velzen. Interview with author, 22 December 2009.

which the case had political dimensions. The secret service does not disclose information without coercion; making the information public by demanding answers to questions of members of the House of Representatives is thus of great value. Here, the logic of equivalence comes into play again: A (Public Prosecution Service) = B (members of the House of Representatives) \neq Van Anraat, even though the legal and political principle of separation of powers would assign different roles to A and B. Moral principles in this case function as a nodal point, tying A and B to the same discourse, as Van Anraat serves the role of a constitutive outside.

Van Velzen has great awareness of the potential impact of publications of her questions and the answers to them. But utilization of media means not only that as much as possible must be made public, but rather that at times something is not made public:

I would have welcomed further research by the Public Prosecution Service on other companies [suspected of illegal trading with Saddam Hussein] to estimate if prosecution was possible. And I have not voiced myself in the trial period of Van Anraat because I thought that it could strengthen the defense in saying: look, it's not fair [that only Van Anraat is put on trial]. It was their [the defense's] main point: that they were victimized and that it was not fair because they were the only ones. That's why I never added fuel to the fire because before you know that man is acquitted or gets reduced sentences or whatever.

[Author: because they could then use your statements in the media in their defense]

*Yes, and especially if there is a response from the Cabinet with which they can do something.*²⁵

In the case of Frans van Anraat we see that high-level employees of the Public Prosecution Service and members of the House of representatives have strategically employed media with the aim of achieving a legal conviction. (That could be indirectly, such as when seeking potential witnesses.) Also, media have (in the form of the television show 'Netwerk') given the legal investigation a startup moment, information has been disclosed by a minister after parliamentary questions and possible arguments for the defense were

25. Krista van Velzen. Interview with author, 22 December 2009.



kept outside the media by introducing a 'period of silence'. More media strategies exist but are inappropriate to discuss here – For more media strategies in lawsuits, see e.g. Leurs (2011).

Media as an information channel

In contrast to the above persons, there is also a group of stakeholders who have based their actions on the belief that media are not tools in legal struggles, but 'only' guardians of truth and justice. Remarkably, this latter group consists of persons with conflicting interests: the victim-spokesman and his lawyer, Van Anraat's lawyers, and journalists, including the secret service informer. As far as their interests are concerned they are positioned as A (spokesman and lawyer) $\neq B$ (Van Anraat's lawyers) $\neq C$ (journalists), but when their beliefs about the relation between media and justice become a major factor the chain of equivalence changes into $A=B=C$. I will therefore now discuss their beliefs.

During the trial the victims had an opportunity to speak; they were represented by Amir Khadir (chairman Halabja Committee) and Liesbeth Zegveld (lawyer Halabja Committee). Khadir indicates that initially Zegveld was also their spokesperson in the media, but that he then took over as the media 'were very much looking for real victims, for real people who had experienced the use of chemical weapons'.²⁶ According to him the media in The Netherlands function well: they are more fair and professional, and less politicized than what he has experienced in other countries (including Iraq). Their coverage is accurate throughout all media forms and titles. However, he points out a difference in interest in the trial between Dutch media: 'For instance, if you look at De Telegraaf [a popular newspaper]: I think they only took two trips to The Hague [the city where the trial was held]. And they've also had contact over the phone just a few times. So they have not properly reported the case'.²⁷ This is contrary to newspapers like de Volkskrant that have paid much more attention to the case. In short, in contrast to foreign media Dutch media according to Khadir report accurately about the trial, although they differ in the degree to which they turn their attention to it.

26. Amir Khadir. Interview with author, 25 March 2009.

27. Amir Khadir. Interview with author, 25 March 2009.





The victim's lawyer, Liesbeth Zegveld, is partly of the same opinion, but she comes to more complex conclusions about the functioning of media. She states that media representations were accurately: 'I can say that in this case it went pretty well. The attention Nova [a highbrow current affairs program] has had for the background [of the trial] was okay; in that sense they have done their best'²⁸, just like NRC [a quality newspaper] also meets her criteria.²⁹

Yet, media in general don't provide a good view on legal issues: the media are 'not so well at home in legal developments'; they are, for instance, more interested in suspects than in victims [Zegveld predominantly acts as a lawyer for victims].³⁰ If she herself acts in the media she has to adapt: 'As an expert you try to tell a simplified version.'³¹ Her use of media is limited to expressing the views of her clients, it does not serve a direct legal purpose. Yet media attention can have a preventive effect:

These are cases [trials] that affect society. ... [For] a preventive effect of such a trial, it must be known. If nobody knows that it is being conducted then the preventive effect is not so great. Media appearance can help. If there are other cases arising from it the seeds are sown. [You can then] make other clients aware of the opportunities that exist. Following those interviews a lot of victims report [for other trials].³²

In short, according to lawyer Zegveld media have been accurately in this case, although it may be different in other cases. The only way media can function as an instrument is in prevention and as a stepping stone to other cases.

The beliefs of the lawyers of Frans van Anraat, Jan Peter van Schaik and Ruud Gijsen, are in line with those of Zegveld. According to Van Schaik media in general are not always precise when it comes to legal developments.³³

Lawyers, at least as far as the interviewed persons are concerned, share the belief that media don't report enough from the perspective of legal discourses,

28. Liesbeth Zegveld. Interview with author, 6 May 2009.

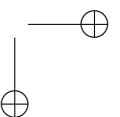
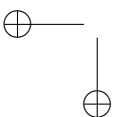
29. Liesbeth Zegveld. Interview with author, 6 May 2009.

30. Liesbeth Zegveld. Interview with author, 6 May 2009.

31. Liesbeth Zegveld. Interview with author, 6 May 2009.

32. Liesbeth Zegveld. Interview with author, 6 May 2009.

33. Jan Peter van Schaik. Interview with author, 14 August 2009.



although there is some praise for NRC. But media attention is also considered not to be of great importance:

*In The Netherlands a trial takes place inside a courtroom. We may assume that judges also read newspapers, but judges are professionals so they will be able to filter. A case takes place inside a courtroom.*³⁴

Attention in the media is not in the interests of the trial and not in the interest of clients, although it can make good advertising for lawyers. But this exceeds an ethical boundary, according to (Van Anraat's lawyer) Gijsen.³⁵ The lawyers of Van Anraat see no instrumental or ethical value in the use of media for their cause. However, the functioning of media in this particular case has surprised them: there seemed to have been something going on in the background. For instance, there was a moment when they would get clarity on the relationship of journalist Alexander Münnighoff with the secret service. Van Schaik states:

*And then we said: now we want to question that AIVD [the secret service]. And ... what surprised me: Teeven [the public prosecutor in this case] jumped up, the doors were closed immediately. And there were journalists in the courtroom and except for a very small piece in the NRC nothing was reported about it. ... I had expected the newspapers to be full of it, [but] it all stayed incredibly quiet. ... I can only guess. Is this self-censorship, or did someone from the Public Prosecution Service ask to keep this quiet? I don't know.*³⁶

There are more media-related situations that have puzzled Van Anraat's lawyers. E.g. there is the role of the interview with Network in the legal dossier. In this television interview Frans van Anraat makes self-incriminating statements, after which a judicial inquiry into his doings is started (and which leads to the trial against him). The reason for this interview has always been a source of speculation.

34. Ruud Gijsen. Interview with author, 3 September 2009.

35. Ruud Gijsen. Interview with author, 3 September 2009.

36. Jan Peter van Schaik. Interview with author, 14 August 2009.

*[W]hat is central to this case is, of course, the interview the client has held [with Network] and which was used in the dossier as a starting point for suspecting him. ... [W]e have always said: 'Yes, Van Anraat was led into this. The interview has been designed to give Justice that starting point.'*³⁷

Besides the silence in the media about the role of the secret service and speculation about the reason for the Network interview, there is a third media-related issue that has puzzled Van Anraat's lawyers. This is an interview with Ichiro 'Charlie' Tanaka, a former Japanese business associate of Van Anraat who acts in this trial as witness for the Prosecution.

*... Tanaka, that was a very important witness. And that's again very remarkable that, I think it was [current affairs program] Nova, already had some sort of interview with him shortly before he was about to testify. You know that there are hidden agendas. But you also know that a journalist just might have an interview with someone who may act as a witness. What can you do about it?*³⁸

We have now have a situation where Van Anraat's lawyers on the one hand believe that media play no role in legal processes and on the other hand are confronted with what are held to be remarkable media-related events. And then media indeed appear to have been of interest. According to Gijsen the 'normal' situation would be A (justice) \neq B (media), but he now sees himself confronted with an A=B situation. For example, they found that it was difficult to find witnesses for the defense:

*People are cautious, as they do not like to get involved in such a case. The North American experts were also cautious. Because Van Anraat was also on CNN, so they have heard of him. ... We have spoken with people who say, "You do have a point there, but I cannot state anything officially about it". Then, as a lawyer, you should put that to rest and say nothing about it.*³⁹

37. Jan Peter van Schaik. Interview with author, 14 august 2009. Van Schaik nuances this by acknowledges that ultimately he has not been able to find out the reason(s) for Van Anraat's appearance in Netwerk.

38. Jan Peter van Schaik. Interview with author, 14 August 2009.

39. Ruud Gijsen. Interview with author, 3 September 2009.

Thus, the experience of Van Anraat's lawyers contradicts their assumption: where media are supposed to play no role, this case has shown them differently. This discrepancy cannot simply be nullified by adopting another attitude towards the role of media: interference in media affairs require manpower, which is almost impossible for lawyers who are provided (and paid) by the state (as with Van Anraat).

Van Anraat's television interview with Network was the starting point for the legal investigation. Network builds on an earlier interview in the newspaper *Haagse Courant* by journalist and secret service informer Alexander Munninghoff. Munninghoff also facilitated the Network interview by organising it, and by providing his private house as an interview location.

Munninghoff has been a journalist for a long time, among others in the former Soviet Union, and provided the secret service additional information occasionally. He was not part of the secret service's staff, he was an informer.⁴⁰ Shortly before his retirement as a journalist, Van Anraat would be his last case, he obtains 'useful' information again - this time in the form of a telephone number that turned out to belong to Frans van Anraat. In an anonymous phone call, which Munninghoff considered to have come from the secret service, he was asked if he was interested in an interview with Van Anraat. 'I got that [phone] number, which I then called. We [Munninghoff and Van Anraat] made an appointment at the Kurhaus hotel. We've had a talk for three hours, I think.'⁴¹ Munninghoff's reason for conducting an interview with Van Anraat is a continuation of his conception of media as a channel of information:

I gave him guarantees that ... he was also allowed to read it first, which I always do with important interviews – I'm not biased, my whole life I've tried, although that is impossible, to remain objective. And to give someone the right exposure. If you're going to add all kinds of insinuations, than that is not the correct profile. So I let him present his story in a detailed way, at least for a page and a half.⁴²

Ultimately, this newspaper interview, as we saw before, lead to the television interview for Network, which in turn is the starting point for the legal

40. Alexander Munninghoff. Interview with author, 22 October 2009.

41. Alexander Munninghoff. Interview with author, 22 October 2009.

42. Alexander Munninghoff. Interview with author, 22 October 2009.

process. Münnighoff's work was based on the idea that media are able to give a correct representation of a certain situation. But to him it's not clear what the reason is for the secret service to encourage Van Anraat to appear in the media. There are four possibilities: the secret service wanted to end all speculations about Van Anraat, Van Anraat had to serve as an argument for the (political) position that Iraq possessed weapons of mass destruction, making Van Anraat visible to the outside world could have been a first step to request a larger budget for secret service field workers, or the fall of Van Anraat was a gesture towards Kurds living in The Netherlands or (other) Muslims or to the foreign political and/or legal world. In any case, the secret service put Van Anraat in the spotlight:

[I]n that TV interview [with Network] at my house. He responds to the question ... the interviewer asks: 'Aren't you afraid of action from the side of the government?' 'No, no.' He asks this twice. Then he [Van Anraat] talks his way out of it. He has his reasons for doing so. So in hindsight: the secret service has given him the assurance 'There is nothing wrong with you, nothing will be a threat to you'.⁴³

The intrigues of the secret service and the course of the legal process are reasons for Alexander Münnighoff to characterise the trial against Van Anraat as 'an obvious show trial'.⁴⁴

The television interview for Network has been held by journalist Ronald Siermans. He knew Alexander Münnighoff from the time he did a report on the 'Russia club' for a different current affairs program: the 'Russia club' is a group of trained secret service informers.⁴⁵ The Network interview with Van Anraat was conducted in Münnighoff's home.⁴⁶

In the Network interview Van Anraat's 'thumbscrews' were tightened: after a few exploratory questions the interview became very sharp, verging on becoming aggressive. Thereby 'instantly it became clear that this was someone who might have blood on his hands'.⁴⁷ Siermans chose this approach

43. Alexander Münnighoff. Interview with author, 22 October 2009.

44. Alexander Münnighoff in an email to auteur, 4 September 2009.

45. Ronald Siermans. Interview with author, 2 February 2010.

46. Ronald Siermans. Interview with author, 2 February 2010.

47. Ronald Siermans. Interview with author, 2 February 2010.

because he was under the impression that Van Anraat did not tell the truth before: he must have been involved in some shady business. In short, Sisterman's interview for Network had a very different tone than the previous interview by Munninghoff for the newspaper Haagse Courant. But Frans van Anraat took no offense to the much more critical television interview:

[I] think he was under the impression ... that he was in a fairly unassailable position, for he had the idea - this is a bit of thinking out loud, though - I think Van Anraat was at that time under the impression that he was protected by the Dutch government. He was also in a 'safe house', so from this I can imagine that he thought: 'well, I have Munninghoff's trust and, yes, there's a reporter here [Sistermans] that is critical of me but it won't hurt if I say "I knew really nothing about it"'.⁴⁸

The interview with Van Anraat was an extraordinary opportunity for Sistermans: there is a very suspicious person who still wishes to speak openly. Sistermans has held the interview with the intention of 'just getting out the truth ... It is more like: it is remarkable that we're able to interview this man, it would be even more special if we can, well, get him to say something newsworthy.'⁴⁹ The idea that Sistermans might thus have acted in the interest of the secret service played no role for him. In reflections on the case afterwards, the interests of the secret service have been of concern to him: 'well, I have of course wondered about it several times. Actually, as a journalist I've been used by the secret service'⁵⁰. In discursive turns this plays out as A (journalist) = B (secret service) because C (Van Anraat) serves as antagonist (A=B≠C).

The prominent role of the interviews by Alexander Munninghoff and Ronald Sistermans seems to overshadow the work of Arnold Karskens. But Karskens, with his form of investigative journalism, has spent much more time and attention to Van Anraat: several years prior to the trial, Karskens wrote about him, resulting in the book 'Geen cent spijt. De jacht op oorlogsmisdadiger Frans van Anraat' ['Not a penny of regret. The hunt for war criminal Frans van Anraat'] (Karskens, 2006). Karskens claims to have two motives to spend years of journalistic research in general and on Van Anraat in par-

48. Ronald Sistermans. Interview with author, 2 February 2010.

49. Ronald Sistermans. Interview with author, 2 February 2010.

50. Ronald Sistermans. Interview with author, 2 February 2010.

ticular: 'a good journalistic story' and 'moral indignation'⁵¹. As a journalist he views the conviction of Van Anraat therefore as 'a good result'⁵². Yet he distances himself from certain aspects of investigative journalism: 'too much obstinacy decreases your own joy of life'⁵³. But besides the journalistic and moral motives that he acknowledges he pays some attention to the wider implications of making cases public. Thus in hindsight he suspects Van Anraat was victimized by the secret service in order to make a case for the possible presence of weapons of mass destruction in Iraq.⁵⁴

But this last reflection of Karskens is an exception: all persons from this group (besides Arnold Karskens: Amir Khadir, Liesbeth Zegveld, Jan Peter van Schaik, Ruud Gijzen, Alexander Münnhoff, and Ronald Sistermans) have only seen Frans van Anraat as a former trader in chemicals who may have conducted illegal businesses. They have not addressed possible wider interests of exposing Van Anraat in the media: the media are primarily considered to be channels of information. Thus, A (media) \neq B (justice). The opposite view (A=B) is held by the previously discussed group: the anonymous high ranking employee of the Public Prosecution Service and the two members of the House of Representatives, Harry van Bommel and Krista van Velzen, see media as a tool that can be applied to shape legal processes in general and trials in particular.

The interference of media with law can be positive – in the Conclusion I will expand on its ethical desirability vs. undesirability. In the case of Van Anraat there remains a twofold judgment: on the one hand, the use of media helped in condemning a man who outside the legal circles was already suspected to have been involved in illegal businesses (for instance in Karskens journalistic reports). On the other hand the focus has been on Van Anraat, while the illegal businesses were also committed or facilitated by numerous companies and governments. As such, the then Dutch Secretary of State for Foreign Trade Frits Bolkestein and USA special envoy Donald Rumsfeld had encouraged trade with Iraq earlier, even when within the Dutch Ministry of Foreign Affairs there were doubts about the Saddam regime. The encouragement of trade was picked up by companies from Singapore, Japan, the United

51. Arnold Karskens. Interview with author, 7 August 2009.

52. Arnold Karskens. Interview with author, 7 August 2009.

53. Arnold Karskens. Interview with author, 7 August 2009.

54. Arnold Karskens. Interview with author, 7 August 2009.

States and The Netherlands (and possibly from other countries as well).⁵⁵ And this was not only about illegal chemicals: also parts of plants for the processing of these chemicals are supposed to have been sold to Iraq.⁵⁶ The disadvantage of abundant media attention for a certain person is that attention for others (people/companies/issues) seems to disappear. Media coverage in the event of litigation can thus be a double-edged sword.

Media/trial

There are two prominent and antagonistic views on the relationship between news media and justice. The most traditional is that of media as an information channel, as a 'sliding hatch' for truth. This is obvious in the largest group of respondents. In addition, we know from literature on other cases the 'trial by media' mechanism: media condemn suspects, without holding a direct relationship with law and justice.⁵⁷ In other words, media and justice operate parallel to but independently of each other: $A \text{ (media)} \neq B \text{ (justice)}$. This vision complements the use of 'litigation PR': the attempt to control the image of participants of lawsuits.⁵⁸ The concept of 'trial by media' has been discussed and researched extensively elsewhere, e.g. by Santos & Machado (2009), McLaughlin & Greer (2011), and Simons (2009). But another view on the relationship of media and law exists: the relationship with the media by a group of respondents consisting of a high ranking member of the Public Prosecution Service and members of the House of Representatives can be seen as 'media/trial', i.e. the active employment of media strategies with the attempt to influence lawsuits. Where in 'trial by media' the media play a more or less independent role and where in 'litigation PR' the image is especially important, it is the legal shaping of a lawsuit by the use of media that is central to the concept of 'media/trial': $A \text{ (media)} = B \text{ (justice)}$.

As the trial against Frans van Anraat has shown 'media/trial' can be effective. The question is whether this calls for a return to the media effects

55. Arnold Karskens. Interview with author, 7 August 2009. And: Karskens, A. (2006). *Geen cent spijt. De jacht op oorlogsmisdadiger Frans van Anraat*. Amsterdam: Meulenhoff.

56. Amir Khadir. Interview with author, 25 March 2009.

57. Chiasson, L.L. (ed). (1997). *The press on trial. Crimes and trials as media events*. Westport: Greenwood Press.

58. For instance: Levick, R. & Smith, L. (2007). *Stop the presses. The crisis and litigation PR desk reference*. Washington: Watershed Press.



model: do theories about 'the effect/influence of media' become relevant again through this and other cases? My answer would be a clear 'no'. Media effect theories exist in different types,⁵⁹ but all to some extent come down to the following reasoning: media (messages) are separated from a social context and viewed as 'cause', after which in 'society' a 'consequence' occurs. 'Media/trial' is not a return to these context free or context poor theories: 'media/trial' indicates active interaction with media by institutions and individuals who are faced with two issues: a competing system within justice and media, and a participatory media culture. Within justice and media there are many types of competitions: to have a person convicted or acquitted, a degradation or enhancing of reputations, viewer ratings, the hunt for scoops etc. These competitions are analogue to a capitalist system but do not merge together: where in capitalism the free market and profit are paramount, the struggles within justice and the (partly public) media are battles on their own grounds. Intensification of the competition on these battlefields is an explanatory context for the emergence of 'media/trial' principles and practices.

Another factor, as mentioned, is the major role of the growth of a participatory culture. Where in earlier times institutions occupied a role in the social field that was limited to their core expertise, there are now opportunities to not only be the object of reporting but to also help shape the message itself. This also extends to other fields: NGO's are nowadays not only the subject of news but cooperate in developing the most favorable coverage of their work or institution. In short 'media/trial' is not a return to the effects tradition or the idea of being activated through interests or a will to power, but can best be understood in the context of increased internal competition and a growing participatory culture. The legal and the media spheres are only two parts of our society where this mechanism occurs. 'Media/trial' is thus part of a relational discursive system.

The employment of media strategies to influence legal trials against suspects is not limited to The Netherlands: It occurs in countries such as the

59. Well known examples include: Althusser, L. (1998). Ideology and ideological state apparatuses. In J. Storey (ed.) *Cultural theory and popular culture. A reader*. 2nd edition. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf. Klapper, J. (1960) *The effects of mass communication*. Glencoe: Free Press. McCombs, M. & Shaw, D. (April 1972) The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36: 176-187. McLuhan, M. & Fiore, Q. *The medium is the message. An inventory of effects*. New York: Bantam Books.



United States and EU countries such as Italy.⁶⁰ It is therefore appropriate to speak of a wide occurrence of a specific relationship between media and justice that can be termed ‘media/trial’. As we have seen ‘media/trial’ differs from ‘trial by media’: where ‘trial by media’ refers to parallel but relatively independent discourses of media and justice, ‘media/trial’ indicates a more active employment of media strategies with the aim of influencing legal processes (usually in the form of trials).

Many conclusions can be drawn from the occurrence of ‘media/trial’. Thus, the concept of ‘justice’ can be redefined, or the role of politics (or: politicians) in legal matters could be further considered. But I will limit myself here. ‘Media/trial’ operates, as mentioned before, in the context of both a competitive system of media (and justice) and an increased participation culture. This is exemplary of ‘our time’ and for countries where media and justice were previously seen as separate fields (mainly modern democracies). A new relationship must be found with this interaction between media and justice – the reversal of this development, e.g. with legislation, is in my opinion not an option given the wide cultural and social contexts within which ‘media/trial’ functions. In particularity it concerns journalists, lawyers of defendants of both individuals and companies. To begin with journalists: the negation (by journalists) that journalistic media are employed for the interest of others, in this case legal professionals and politicians, reveals a shocking naivety. This has its roots in the importance attached to ‘objective reporting’: by taking ‘objectivity’ as a starting point (‘we only bring the news’) there is no consideration of the broader context in which journalistic reporting works. While large parts of society (e.g. philosophy, media studies, law, etc.) have already put in question the idea of ‘objectivity’, it is time journalists also reconsider basic assumptions underlying their profession.

Finding new approaches to the changing relationship between media and justice is also important for lawyers and suspects. The concept of ‘equality of arms’ is of great value and means that in the various stages of the legal process, including any investigation that precedes the actual trial, the parties stand in an equal position.⁶¹ The lawyers of Van Anraat argue that there was

60. Anonymous. Interview with author, 29 May 2009.

61. Knoops, G.J. (2003). *An introduction to the law of international criminal tribunals. A comparative study* (p. 126). Ardsley, New York: Transnational Publishers.



insufficient 'equality of arms' in this particular case. In the words of lawyer Van Schaik:

I don't think you want to know how much money this investigation has cost. The Public Prosecution Service that uses Wolterbeek, a former weapons expert [Cees Wolterbeek was a former UNSCOM inspector], as a consultant, while he also prepared an expert witness report. Then as a lawyer for someone who does not have the money, who does not have budgets ... then you are always a step behind. You do as much as possible to defend [the suspect] in every way and to employ own witnesses and experts. But there is no 'equality of arms'.⁶²

If 'equality of arms' is of great value and turning back the occurrence of 'media/trial' is not an option, it follows that all participants in a legal process need access to media strategies that can improve their legal position. (In this regard Laclau and Mouffe note that an alternative for a dominant discourse – like any other alternative – is never non-discursive.) I will argue this point further by explaining why the use of media in court may even be desirable. I do this by discussing the differences between the concepts of the ethical and the normative order.

According to Ernesto Laclau (2004) the normative consists of rules of behavior (we usually call this 'morality') whilst the ethical is 'empty': unlike the normative the ethical does not consist of a set of concrete directions, but of abstract concepts for everyone to fill in, e.g. 'duty', 'justice', etc. The 'empty' ethical concepts are heterogeneous: they can be interpreted in multiple ways (in his discursive words: they can be fixated in multiple ways). It is exactly because of this 'emptiness' that the relation between the ethical and normative is contingent. If the ethical and normative orders would fully coincide, there is totalitarianism: instead of a continuing debate about the interpretation of ethical concepts such as 'justice' or 'duty' there would be timeless and comprehensive ethics/norms. The absence of a concrete basis for ethics is part of a democracy where multiple viewpoints have a place. In other words, the heterogeneity of ethics is why we do not live in a totalitarian society. From this it follows that defining ethical concepts and the choices for specific norms should never be left to a singular entity (i.e. a single institution

62. Jan Peter van Schaik. Interview with author, 14 August 2009.



or person): forms of debate are essential to keep democratic values alive as, as we have seen in the above, alternatives to dominant discourses can never be non-discursive. In that sense, there can hardly be enough debate, also not in the media (provided that ‘media/trial’ functions in the context of a state of law; in nations where politics, media, and justice are ruled by one entity, there is of course little heterogeneity).⁶³ In short, it is imperative that all those involved in legal disputes, including lawyers and defendants, are able to use media to strengthen their legal position: this contributes directly to an equality of arms and indirectly to a greater heterogeneity of social life. Of course there are many conditions attached, e.g. that media not only function in a homogeneous way and that all parties have equal access to media. But the principle stands: it is impossible to imagine ‘our’ current society without ‘media/trial’, making it important for journalists, lawyers and defendants to become familiar with this concept and possibly adopt media strategies themselves. The battleground of truth claims needs to be equally accessible by everyone.

Bibliography

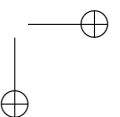
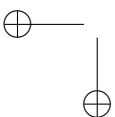
- Althusser, L. (1998). Ideology and ideological state apparatuses. In J. Storey (ed.) *Cultural theory and popular culture. A reader*. 2nd edition. Hemel Hempstead: harvester Wheatsheaf.
- Carpentier, N. & Spinoy, E. (eds) (2008). *Discourse theory and cultural analysis. Media, arts and literature*. Creskill: Hampton Press.
- Chiasson, L.L. (ed.) (1997). *The press on trial. Crimes and trials as media events*. Westport: Greenwood Press.
- Derrida, J. (1978). *Writing and difference*. London: Routledge.
- Hardi, C.H. (2011). *Gendered experiences of genocide: Anfal survivors in Kurdistan-Iraq*. Farnham: Ashgate Publishing.
- Human Rights Watch (July 1993). *Genocide in Iraq: The Anfal Campaign Against the Kurds*. Available at: <http://www.hrw.org/legacy/reports/1993/Iraqanfal/>

63. This does not produce complete arbitrariness: our thinking is limited by the prevailing social practices. Laclau, E. (2004). Ethics, normativity, and the heteronomy of the law. In S. Cheng (ed.) *Law, justice, and power. Between reason and will* (p. 183). Stanford: Stanford University Press.

- Human Rights Watch (11 March 1991). *Whatever happened to the Iraqi Kurds?* Available at: <http://www.hrw.org/reports/1991/IRAQ913.htm#4>
- International Center for Transitional Justice. *Halabja Monument to Kurdish victims of gas massacre*. Available at: <http://memoryandjustice.org/site/halabja-monument-to-kurdish-victims-of-gas-massacre/>
- Jørgensen, M. & Phillips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. London: Sage.
- Karskens, A. (2006). *Geen cent spijt. De jacht op oorlogsmisdadiger Frans van Anraat [Not a penny of regret. The hunt for war criminal Frans van Anraat]*. Amsterdam: Meulenhoff.
- Kellner, D. (2003). *Media spectacle*. London: Routledge.
- Klapper, J. (1960). *The effects of mass communication*. Glencoe: Free Press.
- Knoops, G.J. (2003). *An introduction to the law of international criminal tribunals. A comparative study*. Ardsley, New York: Transnational Publishers.
- Laclau, E. (2004). Ethics, normativity, and the heteronomy of the law. In S. Cheng (ed.) *Law, justice, and power. Between reason and will*. Stanford: Stanford University Press.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and socialist strategy. Towards a radical democratic politics*. London: Verso.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1990). Post-Marxism without apologies. In E. Laclau (ed.) *New reflections on the revolution of our time*. London: Verso.
- Levick, R. & Smith, L. (2007). *Stop the presses. The crisis and litigation PR desk Reference*. Washington: Watershed Press.
- Leurs, R. (2011). *Juridische PR [Litigation PR]*. Den Haag: Boom.
- McCombs, M. & Shaw, D. (April 1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36: 176-187.
- McLaughlin, E. & Greer, C. (February 2011). 'Trial by media'. Policing, the 24-7 news mediasphere and the 'politics of outrage'. *Theoretical criminology*, 15-1: 23-46.
- McLuhan, M. & Fiore, Q. (1967). *The medium is the message. An inventory of effects*. New York: Bantam Books.



- Münninghoff, A. (2003). Vluchten in wroeging. *Haagse Courant*, 10 May.
- Public Prosecution Service (2005). *Closing argument*. No 09/751003-04.
- Santos, F. & Machado, H. (August 2009). The disappearance of Madeleine McCann. Public drama and trial by media in the Portuguese press. *Crime media culture*, 5-2: 146-167.
- Silverstone, R. (2007). *Media and morality. On the rise of the mediapolis*. Cambridge: Polity.
- Simons, M. (March 2009). International crime tribunals and the media. *Journal of international criminal justice*, 7-1: 83-88.





DOI: 10.20287/ec.n22.a03

O erro anotado: um estudo dos comentários de leitores no Facebook sobre falhas jornalísticas

Thiago Caminada & Rogério Christofolletti

Univali e objETHOS / UFSC e objETHOS

E-mail: thiagoleroh@hotmail.com/

rogerio.christofolletti@uol.com.br

Resumo

A presença da mídia nas redes sociais não permite apenas que se amplifique a distribuição dos conteúdos noticiosos. As redes também aproximam os públicos, que contam hoje com grandes possibilidades de intervenção no processo de produção jornalística. Este artigo objetiva observar como se dá a interação de leitores e quatro jornais de referência em Santa Cata-

rina, quando esses leitores apontam erros e falhas nesses meios. A coleta de dados aconteceu em 2014 e permitiu a composição de um corpus de 233 interações ligadas a 4892 notícias publicadas nas fanpages de Diário Catarinense, A Notícia, Notícias do Dia e Jornal de Santa Catarina.

Palavras-chave: erro jornalístico; interação em redes sociais; jornais; Facebook.

Abstract

The media's role in social networks not only allows you to amplify the distribution of news content. The networks also approach the public, now they have large possibilities of intervention in the news production process. This article aims to observe the interaction between readers and four leading newspapers in Santa Ca-

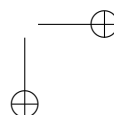
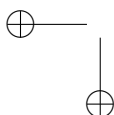
tarina, when these readers point out mistakes and failures in the media. Data collection took place in 2014. The corpus is 233 interactions linked to 4892 news published in fanpages of Diário Catarinense, A Notícia, Notícias do Dia and Jornal de Santa Catarina.

Keywords: journalistic error; interaction in social networks; newspapers; Facebook.

Data de submissão: 2016-05-03. Data de aprovação: 2016-05-17.

Estudos em Comunicação nº 22, 51-66

Maio de 2016



A entrada dos meios jornalísticos nas redes sociais da internet se deu efetivamente em 2009 (cf. Raimondo Anselmino & Bartone, 2013). Os veículos incorporaram funcionalidades e aplicações utilizadas pelas mídias sociais nos sites noticiosos e criaram diversos canais de presença no mundo virtual e distribuição de seus conteúdos. Na segunda década do século XXI, os grandes veículos não restringem sua visibilidade nas redes em um único perfil ou página. Cada programa, editoria e jornalista têm seus perfis em vários sites. Isso permite que o conteúdo esteja organizado e disponibilizado pelo interesse de quem procura determinados assuntos e aumente potencialmente a abrangência dos veículos.

Contudo, em meio às crises financeira e institucional dos últimos anos e que afetam mais violentamente os meios impressos, profissionais e empresas jornalísticas ainda não encontraram o melhor caminho para a sobrevivência dos meios e da função social do jornalismo. Essas resistências e dificuldades se mostram evidentes na maneira com que lidam com a participação do público, especialmente com as críticas, como é o caso dos apontamentos de erros jornalísticos.

Observando este contexto, perseguimos respostas para o seguinte problema: Como se dá a interação de leitores e veículos jornalísticos nos apontamentos de erros nas páginas oficiais do Facebook dos jornais A Notícia¹, Notícias do Dia Joinville², Diário Catarinense³ e Jornal de Santa Catarina⁴? O objetivo é mapear as interações dos leitores nos apontamentos de erros na rede social, contribuindo para a compreensão das novas relações entre jornalismo e públicos. Os veículos foram escolhidos por terem as quatro maiores páginas em números de fãs no Facebook entre os demais periódicos do estado na época da coleta de dados, segundo semestre de 2014.

A investigação apresenta resultados parciais de dissertação de Mestrado apresentada no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil. O excerto discutido neste artigo trata exclusivamente da participação do público em virtude dos erros encontrados. No entanto, o trabalho original ainda se ocupou de investigar a postura

1. Fanpage no endereço: <https://www.facebook.com/anoticia/?ref=ts&fref=ts>

2. Fanpage no endereço: <https://www.facebook.com/NDJoinville/?ref=ts&fref=ts>

3. Fanpage no endereço: <https://www.facebook.com/diariocatarinense/?ref=ts&fref=ts>

4. Fanpage no endereço: <https://www.facebook.com/JornaldeSantaCatarina/?ref=ts&fref=ts>



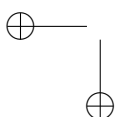
dos veículos diante do comportamento dos leitores, através de respostas aos comentários no próprio Facebook e entrevista com os editores dos jornais.

São, portanto, compreendidas como objeto empírico desta pesquisa as 233 interações dos leitores nos comentários de apontamento de erro em A Notícia, Notícias do Dia Joinville, Diário Catarinense e Jornal de Santa Catarina nas 4892 notícias publicadas em suas páginas oficiais no Facebook. É preciso frisar o foco sobre os apontamentos de erros dos leitores nos comentários, ou seja, nas manifestações do público e não nos números totais de erros ou na comprovação dessas ocorrências.

O período de análise se deu entre 1º de outubro e 29 de novembro de 2014, compreendendo 60 dias de análise. Os dados foram coletados manualmente porque algumas das formas utilizadas pelos leitores para reportar os erros jornalísticos não poderiam ser captadas por nenhum software à época. Observamos que a grande maioria dos comentários não utiliza as palavras “erro” ou outras variações do termo. Existem casos em que o leitor simplesmente copia a sentença incorreta nos comentários, sem nenhuma outra menção ao ocorrido. A leitura e avaliação dos autores foi essencial para detectar essas ocorrências.

Para estudarmos de maneira sistemática, compreendendo a relação entre leitores e jornais nas redes sociais, empreendemos uma análise de conteúdo (Krippendorff, 1990) para descrever os comentários publicados pelos leitores de apontamentos dos erros jornalísticos nas páginas do Facebook dos periódicos escolhidos e categorizá-los quanto aos erros apontados e quanto à maneira escolhida pelos leitores para reportá-los. A tipologia dos erros compreende quatro categorias: Informação Errada/Incompleta, Gramática, Link e Informação Confusa. Os apontamentos dos erros se dividem em seis categorias: Perguntando, Afirmando, Repetindo, Ironizando, Atacando e Sugerindo. Erros e comentários foram classificados em uma única categoria, priorizando a predominância da característica. Os dados são organizados em tabelas e comparam as ações dos leitores em cada veículo, observando as peculiaridades desse fenômeno.

Destacamos que a escolha do site de redes sociais Facebook se deu pela intensa participação dos leitores no espaço destinado aos comentários, o site reúne 1,65 bilhão de perfis ativos. Em contrapartida, a participação através de comentários nos sites noticiosos é muito menos frequente, como comprovado na realidade portuguesa por Ferreira (2012). Mesmo sabendo que ambientes



como Facebook podem cair em obsolescência, compreendemos que os sites de redes sociais são propícios para o diálogo e a interação, portanto, considerados ideais para a compreensão fenomenológica dos apontamentos de erros por parte dos leitores.

A pesquisa observa a participação dos públicos jornalísticos através da perspectiva dos comentários no Facebook em virtude dos erros jornalísticos. Compreendemos a necessidade de se observar essas manifestações e julgamos a necessidade das discussões de novas práticas, rotinas e parâmetros éticos no jornalismo diante dessas novas questões que se apresentam.

Erro e ética jornalística nas redes sociais

O erro faz parte do cotidiano das redações, seja causado por “precipitação, parcialidade, desatenção, desinformação, incultura, ignorância, inexperiência ou ingenuidade” (Gomes, 2009, p. 12). Nos periódicos atuais em versão impressa, a seção de erratas, ou correções de erros evidencia, mesmo que de forma marginal, um *mea culpa* por parte dos veículos, mas que geralmente é insuficiente frente à dimensão e à quantidade de erros.

Mesmo com tantas ocorrências, por parte dos veículos, das fontes e dos públicos, Karam (2004) chama a atenção para uma particularidade da profissão jornalística em oposição a outros profissionais e seus equívocos: sua visibilidade. São da própria natureza e da função do jornalismo que se evidencia o produto de suas práticas e, conseqüentemente, seus erros. No entanto, nos ambientes de redes sociais na internet, os apontamentos de erros jornalísticos e sua disseminação têm sido disseminados através das interações dos públicos.

Para esta investigação, julgamos adequado o conceito de Vieira (2013, p. 62), especialmente pela atualidade de levar em consideração o erro no ciberjornalismo. “De natureza técnica e ética, o erro jornalístico é a incorreção, falsificação ou imprecisão na publicação de uma notícia, causado por negligência, imprudência ou imperícia”. Note-se que o conceito é objetivo e coloca o erro jornalístico, de acordo com a classificação de Abbagnano (2007, p. 341), em seu dicionário de filosofia, como erro de segunda espécie. Para o autor, ocorrem “quando se quer decidir das verdades ou falsidades dos postulados ou proposições iniciais das ciências ou de enunciados não significativos”. Em contrapartida, os erros de primeira espécie são fundamentados em critérios de base moral (decidem sobre o que não pode, não deve). Em um contexto jorna-



lístico, podemos observar que os erros de primeira espécie são, em sua grande maioria, dilemas éticos, questões interpretativas de angulação nas notícias ou, ainda, de questões externas que afetam o exercício profissional, como o caso da concentração midiática.

O surgimento da internet como uma mídia consolidada traz consigo a necessidade de se discutir alterações de parâmetros e práticas, como é o caso da velocidade informativa. Contudo, é preciso atentar que essas alterações não podem perder de vista práticas fundamentais de sua especificidade como a correção e a precisão informativa, porque o jornalismo “não pode deixar de reforçar sua função social nem se desprender da responsabilidade social que lhe é própria, nem se esquecer da qualidade técnica, ser exercido sem ética ou distanciar-se do interesse público” (Christofoletti, 2008, p. 102). Para isso, propomos a busca de parâmetros, por meio do estabelecimento de “uma política de qualidade que contempla conceber padrões, normatizar ações, estabelecer metas, acompanhar desenvolvimento e processos e avaliar resultados” (Christofoletti, 2010, p. 30) nos ambientes digitais pertencentes aos veículos (como sites, aplicativos e portal) ou não (como o caso dos sites de redes sociais). Quandt e Singer (2009) entendem que para além da confiança do público de que o relato jornalístico deve ser completo, veraz e imparcial, é necessária uma atenção maior à prestação de contas – utilizando melhor os recursos tecnológicos à disposição.

Nossa discussão se configura como um olhar de relance por dois motivos: tanto pela brevidade do trabalho aqui exposto, quanto pelo foco, concentrado na participação dos públicos frente aos erros. Mesmo assim, não nos fazemos negligentes às necessidades éticas da atualidade, porém julgamos refletir ainda sobre o contexto social e tecnológico que culminou nessas latentes participações dos leitores em apontarem os erros jornalísticos nos sites de redes sociais.

Redes: habitat dos leitores, desbravado pelos veículos

As novas possibilidades de usos e apropriações da tecnologia provocaram um desequilíbrio irreversível na relação do jornalismo com seus públicos. Anderson, Bell e Shirky (2013) apresentam um panorama sobre o novo ecossistema informacional e como essas transformações desestabilizam o modelo de produção massiva de conteúdos levando a considerarmos o surgimento



de um jornalismo pós-industrial. Esse novo modelo de produção de notícias parte de um contexto em que as instituições vêm perdendo espaço e ganhos publicitários, questão alarmante para o exercício profissional e manutenção dos serviços oferecidos pelas empresas jornalísticas. Os autores defendem as instituições jornalísticas e acreditam que é necessário encontrar meios de sustentabilidade para o bem da democracia.

Em meio a essas transformações, os profissionais da notícia parecem em vão abrir atalhos para a prática de sua função social. Observando a incapacidade do jornalismo atual de dar conta da sociedade complexa em que vivemos, Fontcuberta (2006) afirma que o papel de interpretar, analisar e compreender a realidade perdeu importância para os jornalistas e que agora estão preocupados com a velocidade na publicação de conteúdos. Dessa forma, os fatos se tornam cada vez mais complexos e as coberturas mais instantâneas, simplificadoras e empobrecidas. Estas lacunas deixadas pelas coberturas ineficientes, ou pela não cobertura, em alguns casos, se contrapõem à abundância informativa disponível.

A prática jornalística intenta sustentar-se em premissas não mais existentes, ou nunca comprovadas. Como argumenta Ramonet (2012, p. 21), ao afirmar que os profissionais da notícia “se viam como uma elite, pensando deter o poder exclusivo de impor e controlar os debates” e este pecado do orgulho, como ele mesmo evidencia, foram sustentados pela crença de uma audiência passiva e subserviente. Falsa confiança sustentada por um ambiente informacional que dificultava a comunicação entre os públicos e, principalmente, disseminação em grande escala e em tempo real de suas opiniões quanto ao jornalismo.

As redes sociais na internet simbolizam um dos campos onde essas mudanças se dão. Verdadeiros habitats dessa cultura de participação, sites como Facebook foram criados a partir dessa nova lógica informativa para serem o ambiente daqueles que não detêm os meios massivos. Não há como negar que esses sites reúnem diversos aspectos da vida cotidiana e se tornam um campo ideal e indispensável para o jornalismo. Zago e Silva (2013, p. 115) observam que essas novas práticas jornalísticas e “evidenciam a emergência de práticas que relativizam e trazem novos contornos para a relação entre profissionais e amadores, jornalistas e audiência”. Esses sites influenciaram a prática jornalística profissional na web de tal maneira que, atualmente, as habilidades em gerenciamento de redes sociais são obrigatórias para repórteres (Tixier, 2014).

Para além dos sites de redes sociais, a participação dos públicos através dos comentários em notícias preocupa repórteres e editores. Pesquisas realizadas sobre comentários de notícias encaram o espaço disponibilizado pelos jornais como um possível debate democrático. Todavia, os resultados são pouco positivos. Encontramos na participação dos leitores uma grande quantidade de incivilidade através de insultos, desqualificação, ataques pessoais e mentiras; além de uma forte tendência à negatividade e pessimismo; apesar dos debates estudados em sua maioria seguirem o tema das notícias, o que preocupa é a predominância de um discurso hegemônico e geralmente alinhado às opiniões dos veículos (Díaz Noci; et al., 2010; Silva, 2013; Cunha, 2013).

Em abril de 2016, o britânico *The Guardian* divulgou resultados de uma ampla pesquisa que analisou 70 milhões de comentários escritos no site do jornal desde 2006. O alto número inclui postagens bloqueadas pela moderação por se desviarem do assunto principal da matéria, comentários considerados abusivos, entre outras manifestações. Cerca de 2% dos comentários analisados (1,4 milhão) foram bloqueados pelos moderadores por violação de regras. Alguns temas parecem atrair maior número de comentários bloqueados, como discussões sobre o conflito Israel-Palestina, debates sobre questões feministas e casos de estupro e violência sexual. O estudo apresentado é raro pela dimensão de seu corpus de análise e pela transparência com que trata as relações entre o jornal e seus públicos⁵.

Pela parte dos veículos, os estudos apontam como vantajosa a abertura para os comentários dos leitores em seus sites, tanto na perspectiva jornalística quanto na econômica (Díaz Noci; et al., 2010). A abertura causa lealdade, aumento de acessos e a possibilidade de conhecer melhor seu público (Palácios, 2012). Contudo, avaliam como um risco a ser enfrentado em virtude de problemas legais com comentários abusivos (Díaz Noci; et al., 2010). Apontam, ainda, a dificuldade no gerenciamento do conteúdo, pois faltam profissionais, além do desgaste de tempo e energia, afetando a autoestima e credibilidade profissional (Singer; Ashman, 2009).

As redações padecem pela falta de uma cultura, de parâmetros técnicos e valores éticos para indicarem novas maneiras de lidar com a avalanche de participações. Em meio a tantas manifestações, os veículos se acanham e ignoram a participação dos públicos e se tornam presas fáceis diante do voraz

5. Disponível em <https://www.theguardian.com/technology/series/the-web-we-want>

comportamento de seus concorrentes pela sobrevivência no novo ecossistema informacional.

Os leitores diante dos erros

O período de 60 dias de análise - de 1º de outubro a 29 de novembro de 2014 - contou com três temas midiáticos muito recorrentes: o primeiro turno das eleições estaduais e federais, a onda de atentados em Santa Catarina e o segundo turno das eleições presidenciais. Os assuntos proporcionaram maior fluxo de interações nos jornais, mas não devem ser considerados determinantes nos números apresentados, porque a ocorrência de apontamentos de erros em notícias desses temas foi irrelevante.

Tabela 1. Notícias X Notícia com erros X Erros apontados X Quantidade de apontamentos

Veículos	Notícias	Notícias com erros	Erros apontados	Apontamentos
AN	1.489	43 (2,88%)	46	81
DC	896	25 (2,79%)	30	54
ND-J	1.076	17 (1,57%)	21	46
Santa	1.431	31 (2,16%)	34	52
TOTAL	4.892	116 (2,37%)	132	233

Fonte: dados da pesquisa sistematizados pelos autores

Na Tabela 1, diferenciamos os números de matérias com erros encontrados, o número total de erros e a quantidade de apontamentos dos leitores. A diferença entre notícias com erros e erros apontados é justificada na ocorrência de mais de um tipo de erro deflagrado em uma notícia. O jornal A Notícia apresentou três notícias com dois erros diferentes; o mesmo aconteceu com o ND, só que em quatro ocorrências. Já o Jornal de Santa Catarina foi diferente, apresentando uma notícia com dois erros e outra com três deslizes. O Diário Catarinense apresentou duas notícias com três erros encontrados e outra com dois.

Outra diferença nos números da tabela é entre erros apontados e a quantidade de apontamentos e se demonstra à medida que os comentários são postados pelos leitores, pois outros interagentes apontam o mesmo erro. Em alguns casos, percebemos que houve certa interação e sincronia nos comentários, em que há referências claras ao apontamento anterior. Já em outros casos, não

há como saber se o leitor tinha conhecimento dos apontamentos anteriores ou não.

Analisando a proporção de erros nas notícias, o percentual é baixo. O que podemos constatar é que o número de apontamentos de erros, ou seja, de erros encontrados pelos leitores, está diretamente ligado à participação dos curtidores das páginas no Facebook. Sendo assim, quanto maior o número de interagentes atingidos pelas publicações do periódico em sua linha do tempo, quanto mais pessoas curtirem e compartilharem, quanto mais pessoas comentarem e, claro, quanto mais leituras aquela notícia tiver, maior será a chance de que se encontrem erros em seu conteúdo.

O mais importante nessa equação é a participação efetiva dos interagentes. Mesmo sendo a maior página estudada, o Diário Catarinense, único veículo de abrangência estadual, não obteve o maior número de erros encontrados, ficando atrás da página com menor número de curtidas, do Jornal de Santa Catarina. O que diferencia as páginas de A Notícia, de Joinville, e Jornal de Santa Catarina, de Blumenau, é que ambas reúnem em torno de suas fanpages verdadeiras comunidades. Assim, fica mais fácil de identificar inconsistências nas notícias.

Tabela 2: Tipos de erros encontrados pelos leitores

Veículos	Informação errada/incompleta	Gramática	Link	Informação Confusa
AN	23	17	3	3
DC	18	11	1	0
ND-J	11	7	2	1
Santa	13	15	2	4
TOTAL	65	50	8	8

Fonte: dados da pesquisa sistematizados pelos autores

A Tabela 2 apresenta erros com duas categorias de grande ocorrência e outras duas marginais. Com 65 casos, a categoria campeã em apontamentos de erros abrange os comentários que deflagram qualquer tipo de falha informativa seja central, complementar ou contextual para a narrativa. Ou, ainda, quando no comentário reclama da falta de informações ou incompletude da notícia. A informação errada e a informação incompleta têm uma relação muito imbricada, especialmente nos meios online, devido ao imediatismo tecnológico e à possibilidade de infinitas alterações na notícia após sua publicação. Além



disso, como a recirculação do conteúdo na rede social pode fazer publicações antigas voltarem ao mural de notícias dos interagentes, é comum que ao longo do dia as informações prestadas na primeira versão dos acontecimentos fiquem incompletas. Destacamos a recorrência de erros de localização, no nome de ruas, bairros ou cruzamentos, especialmente nos jornais com abrangência mais local e proximidade com a comunidade dos casos já enunciados do Jornal de Santa Catarina e A Notícia.

Os erros gramaticais são a segunda maior causa de apontamentos por parte dos leitores. Com 50 erros encontrados, trata-se da segunda maior falha em três veículos e a mais apontada no Jornal de Santa Catarina. Além de todo e qualquer erro gramatical, serão considerados aqui nesta categoria os erros de digitação, pois mesmo não sendo da mesma natureza no ato do cometimento do deslize (enquanto um é fruto de um agravo nas regras da Língua Portuguesa, o outro é fruto de distração ou imprecisão), no produto final, a notícia, são de toda forma erros gramaticais. Além disso, em muitos casos fica difícil diferenciar se foi digitação ou outra falha.

Com apenas oito apontamentos, o link pode ser considerado uma falha tecnológica e não um erro jornalístico. Entretanto, quando o leitor reclama que não consegue abrir o link, estabelecido entre o compartilhamento na rede social e o site do veículo, compreendemos que ocorreu um erro na fase de circulação do processo noticioso e que nas redes sociais na internet esta responsabilidade não é de uma empresa de entrega (como na edição impressa) e sim da equipe jornalística.

Os também oito apontamentos de erro ocorridos quando o leitor assume não compreender a notícia são classificados como informação confusa. Ao entender que o texto jornalístico deve ser um texto claro, conciso, de fácil compreensão, assumimos o não entendimento da notícia por parte do leitor como um erro jornalístico de composição ou estruturação do texto noticioso. Notícia confusa foi o único tipo de erro encontrado no período de análise que não demonstrou ocorrência em um dos jornais pesquisados, especificamente o Diário Catarinense.

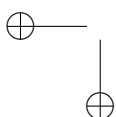


Tabela 3: As formas de apontar os erros por jornal

Veículos	Perguntando	Afirmando	Repetindo	Ironizando	Atacando	Sugerindo
AN	11	33	11	12	10	4
DC	11	17	4	14	2	6
ND-J	10	15	5	12	1	3
Santa	8	21	4	11	6	2
TOTAL	40	86	24	49	19	15

Fonte: dados da pesquisa sistematizados pelos autores

A Tabela 3 apresenta a classificação dos comentários em relação à forma (estilo, tonalidade, maneira) escolhida pelos leitores para apontar os erros cometidos pelos jornais. Levamos em consideração os 233 apontamentos de erro jornalístico dos leitores nos comentários das notícias compartilhadas pelas páginas dos quatro maiores jornais de Santa Catarina no Facebook.

Começamos a descrever os dados pela característica mais encontrada nos comentários com 86 ocorrências: a afirmação. A postura dos leitores classificada como afirmando vai além da pontuação gramatical. Caso levássemos somente em conta sinais de pontuação, teríamos que acrescentar exclamação, reticente etc. A classificação tem a ver com sua postura diante do erro deflagrado. A ocorrência mais comum entre os comentários afirmativos é quando o leitor aponta o erro de forma assertiva, afirmando sua existência. Outra postura considerada nessa mesma categoria de afirmação é quando o apontamento se dá não como uma deflagração do erro jornalístico, mas como a publicação afirmativa de sua correção.

Uma característica muito presente não somente nos comentários de notícias analisados, mas nas redes sociais e na internet como um todo, é o humor. A prática de utilizar recursos humorísticos, ridicularizar, satirizar a mídia é a segunda forma mais escolhida pelos leitores para apontar os erros dos jornais e não somente para ridicularizar o periódico ou o assunto tratado pela notícia. No total, foram classificados 49 comentários como ironizando.

A última grande categoria de maneiras utilizadas pelos leitores para apontar os erros jornalísticos é perguntando com 40 comentários. Como já evidenciado anteriormente na categoria afirmando, a postura de perguntar não é somente caracterizada pela utilização do sinal de interrogação, mas pela postura do interagente diante do erro. Os comentários dessa categoria apresentavam duas grandes variações: uma postura questionadora, que colocava em cheque



as notícias, e outra postura mais interrogativa, de dúvida quanto a ocorrência ou não do erro.

Outra forma utilizada pelos leitores para apontar os erros jornalísticos é a repetição dos erros no espaço dos comentários. São 24 comentários que apresentam apenas a repetição do erro, transcrito como uma maneira de deflagração. Foram considerados como pertencentes à categoria repetição os comentários que continham poucos, ou nenhum, elemento além da reescrita do erro no comentário. Em outros casos, novos elementos adicionados à transcrição caracterizavam outras formas de apontamento.

O ataque ou o tom mais agressivo é mais uma forma diferenciada nos apontamentos de erros jornalísticos nas redes sociais com 19 ocorrências. Foram considerados comentários em que os leitores agiam agressivamente: quando eram publicadas ameaças, agressões, expressões de violência e palavras de baixo calão. É importante destacar que foram bem diferenciados os comentários agressivos de outras posturas muito comuns nos demais comentários, como de enfrentamento, oposição e sátira. O ataque pode ser considerado como uma categoria de comentários inadequados ao espaço público de debate e respeito em que os jornais se inserem e tentam promover. É interessante destacar que os comentários mais agressivos observados no período de análise não foram classificados como apontamentos de erros jornalísticos por estarem mais associados à opinião dos comentaristas e não com as deflagrações de erros. Além disso, as agressões muitas vezes eram trocadas entre os interagentes nos comentários, por motivos variados.

Os comentários que estavam sugerindo correções foram os menos utilizados pelos leitores para apontar os erros jornalísticos. Em apenas 15 ocasiões os leitores utilizaram um tom mais ameno das interações, quando se sugere ou indica mudanças ou correções nas notícias. Por sua maior sutileza, pode ser considerada uma postura fora do padrão de interações nas redes sociais na internet relacionadas ao erro jornalístico. O pedido de favor é uma característica marcante nesses apontamentos.

Por fim, destacamos que as interações dos leitores admitem uma série de outras características comuns às interações na internet que familiarizam os interagentes no ambiente virtual, mas, ao mesmo tempo, se contrapõem ao discurso formal de construção da notícia utilizado pelos jornalistas. Características como a utilização de recursos gráficos de pontuação, acentuação, emoticons, GIFs e figuras; os erros de grafia; onomatopeias, expressões e





figuras de linguagem já popularizadas na rede; e as hashtags. Além disso, a espontaneidade e a não padronização das interações também é uma característica interessante nessas relações estabelecidas, não somente entre os leitores e os jornais e seus profissionais, mas também com os demais leitores entre si. São relações construídas e sujeitas as trocas culturais e características do contexto em que se inserem e o jornalismo não está alheio a esses processos.

Considerações finais

Observando os números de interações aqui, podemos dizer que os jornais com maior participação e proximidade com os interagentes que se reúnem em torno de suas fanpages são os que apresentaram maior número de erros encontrados em suas notícias. São os casos de A Notícia e Jornal de Santa Catarina, os dois maiores números de notícias com erro, em que muitas falhas de informação demonstravam a proximidade com os acontecimentos e o veículo, como no caso de erros em nomes de ruas ou de fontes. O Diário Catarinense, mesmo reunindo grande número de interações, apresentou menos notícias com erros encontrados, pois seu público se mostra disperso em diversas regiões do estado, devido à sua abrangência. Além de Notícias do Dia, que apresentou uma incidência de erros deflagrados abaixo da média, em comparação com os demais veículos estudados, mas também é o que reúne menos pessoas em sua página e concentra menos interações. Assim, julgamos que quanto maior for a aproximação entre os veículos e seus leitores nos sites de redes sociais, quanto mais for eficiente em atrair a participação dos leitores maiores a chances de outros tipos de interação e colaboração no conteúdo informativo.

Em relação ao número total de notícias apontadas pelos leitores com erros jornalísticos consideramos, de fato, como restrito, mas existem alguns fatores que podem ter contribuído para isso. O fluxo de conteúdo controlado pelos algoritmos interfere no alcance das publicações, as rígidas políticas de privacidade também dificultam a visualização de todas as interações publicadas pelos leitores no espaço destinados aos comentários dos leitores e isso diminui o número interações publicadas e visualizadas. Assim também, o critério que adotamos para desconsiderar como erro jornalístico as críticas de cunho opinativo e pessoal diminui o número de incidências.



Entretanto, os dados são apenas alguns indicadores de fenômenos que vão além desses números. São fenômenos como a deflagração de erros por parte dos leitores nos perfis de redes sociais dos veículos jornalísticos e, de forma mais abrangente, as novas relações entre o jornalismo e seus públicos possibilitadas por essas redes. Essas interações registradas possibilitam a visibilidade dessas novas relações, antes muito marcadas por passividade, discrição, controle e ausência de divulgação.

Apesar de não seguirem qualquer padrão, uma característica marcou os apontamentos de erro dos leitores que em geral carregavam um comportamento de confronto, de enfrentamento. A própria organização das classificações de comentários, nas diferentes formas de apontar os erros, sugere essa realidade dos comentários dos leitores em posição ofensiva. As categorias Ironizando e Perguntando, segunda e terceira mais utilizadas, e a classificação Atacando são posturas questionadoras, provocativas e de escárnio já por suas naturezas. Demonstram, assim, essa tonalidade desafiadora dos relatos e das versões sustentadas pelos veículos, além das falhas gramaticais e de link. Esse comportamento de confronto, inclusive, ultrapassa as tipologias mais óbvias e se revela em basicamente todas as categorias. Como podemos perceber na classificação Afirmando, maior forma encontrada pelos leitores para apontar os erros, em que muitos comentários se contrapõem de forma veemente às informações, ou ao veículo, desmentindo ou afirmando contrariedades ao que foi noticiado.

Os leitores apontam os erros de maneira a enfrentar os veículos e exigem correção e resposta. Podemos perceber essa exigência em algumas características dos diversos comentários como em situações nos quais os veículos são marcados para que recebam uma notificação específica daquele conteúdo; em comentários posteriores ao primeiro apontamento de erro que comentam a correção da notícia ou a demora na resposta; e nos comentários e curtidas recebidos pelos veículos quando as respostas são publicadas em sua página.

Houve, certamente, algumas situações em que os públicos se manifestaram de forma menos incisiva, como na classificação Sugerindo e em alguns casos nas categorias Afirmando e Perguntando. Podemos, devido a sua baixa ocorrência, considerar essa tonalidade mais amena, menos desafiadora, como um desvio padrão do comportamento mais comum entre os leitores de enfrentar os veículos jornalísticos e seus profissionais.

Por fim, os resultados aqui obtidos permitem outras investigações e questionamentos, além dos já abordados. São possíveis pesquisas para a elucidação de outras formas de apontamento de erros por parte dos leitores, tanto no Facebook, nos compartilhamentos ou mensagens privadas; como em outras redes sociais na internet como Twitter e até WhatsApp. A cada inovação tecnológica que enfatiza o convívio humano, o jornalismo também vê suas práticas e sua ação sendo transformados e, cada vez mais, esses movimentos exigem reflexão.

Referências

- Abbagnano, N. (2007). *Dicionário de Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes.
- Anderson, C.; Bell, E. & Shirky, C. (2013). Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM*, abril-junho: 30-89.
- Ferreira, R. (2012). *Jornalismo e redes sociais: novas formas de distribuição e interação na imprensa portuguesa*. Junho. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) Universidade da Beira Interior, Covilhã.
- Caminada, T. (2015). *Erro jornalístico nos comentários das redes sociais: interações entre leitores e veículos*. Dissertação. (Mestrado em Jornalismo) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Christofoletti, R. (2008). *Ética no jornalismo*. São Paulo: Contexto.
- Christofoletti, R. (2010). *Indicadores da Qualidade no Jornalismo: Políticas, Padrões, e Preocupações de Jornais e Revistas Brasileiros*. Brasília: Unesco. Disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001899/189915por.pdf> Acessado em 2 de abril de 2013.
- Cunha, D. (2013). Violência verbal nos comentários de leitores publicados em sites de notícias. *Calidoscópio*, 11(3), set/dez.
- Díaz Noci, J., et al. (2010). Coments in news, democracy booster or journalistic nightmare: assessing the quality and dynamics of citizen debates in catalan online newspapers. *International Symposium on Online Journalism*.
- Fontcuberta, M. (2006). Primeira Parte: El periódico como sistemas. In H. Borrat & M. Fontcuberta. *Periódicos: sistemas complejos, narradores em interacción* (pp. 15-156). Buenos Aires: La Crujía.

- Gomes, W. (2009). *Jornalismo, fatos e interesses: ensaios de teoria do jornalismo*. Florianópolis: Insular.
- Karam, F. (2004). *A ética jornalística e o interesse público*. São Paulo: Sumus Editorial.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Palacios, M. (2012). Marginália, Zeitgeist e memória do tempo presente: os comentários no ciberjornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 8(1).
- Quandt, T. & Singer, J. (2009). Convergence and Cross-Platform content production. In K. Jorgensen & T. Hanitzsch (Org.). *The handbook of journalism studies*. Nova Iorque: Routledge.
- Raimondo Anselmino, N. & Bertone, M. (2013). Prensa y redes sociales en Internet: aproximaciones a la relación de los diarios argentinos en línea con Facebook y Twitter. *Brazilian Journalism Research*, 9(2).
- Ramonet, I. (2012). *A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias*. São Paulo: Publisher Brasil.
- Silva, M. (2013). Participação e deliberação: um estudo de caso dos comentários às notícias sobre as eleições presidenciais brasileiras. *Comunicação e Sociedade*, 23.
- Singer, J. & Ashman, I. (2009). “Comments free, but facts are sacred”: user-generated content and ethical constructs at the Guardian. *Journal of Mass Media Ethics*, 24.
- Tixier, F. (2014). Trabalhar em um espaço comunicacional em formação: Facebook e Twitter como ferramentas de trabalho do community management nos sites de informação on-line sobre a Europa. *Brazilian Journalism Research*, 10(1).
- Vieira, L. (2014). *Parâmetros éticos para uma política de correção de erros no jornalismo online*. Abril. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Zago, G. & da Silva, A. (2013). Jornalismo e mídias sociais: a representação da memória coletiva através das apropriações no especial multimídia #memorial1109. *Contemporânea*, jan-abr, 11(01). Salvador: UFBA.



DOI: 10.20287/ec.n22.a04

Journalism and Politics in Bourdieuan Context: Newspaper Journalists' Metamorphosis

Nigar Degirmenci & Ismet Parlak

Pamukkale University

E-mail: ndegirmenci@pau.edu.tr / iparlak@pau.edu.tr

Abstract

In February 2011, Turkish police raided on OdaTV, accused of trying to launch a coup. Zaman newspaper did not evaluate it as an intervention against freedom of media. In December 2014, Turkish police raided the daily Zaman newspaper. At this point, Zaman newspaper writers evaluated this process as a violation

of the freedom of speech. In this paper, we will explain the differentiation of Zaman newspaper's evaluation of the arrest of the journalists in 2011 and in 2014. The main frame of the study is also designed around the concepts of sociologist Bourdieu's terminology.

Keywords: habitus; journalism; politics; press.

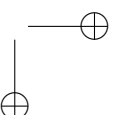
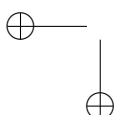
Introduction

THE contemporary Turkish political life era is a remarkable one as many developments both regionally and nationally are either reminiscent of a number of historical political events. Those political events have been represented via media to public in the frame of their political position. Each representation includes political perspectives, political interests and certain levels of propinquity to political power of those media agents. One of those political events was about OdaTv Media Group which has been having a strong opposite media discourse along with revealing secret political documents and recordings. In February 2011, Turkish police raided on OdaTV website and the homes of its owner and the journalists, and detained them, accused of trying to launch a coup against the government headed by Tayyip Erdogan in

Data de submissão: 2016-04-18. Data de aprovação: 2016-05-22.

Estudos em Comunicação nº 22, 67-82

Maio de 2016



that time. That political event was evaluated as different as media group varieties in Turkey. Some of the media critics indicated that it was a violation on media freedom and an act of civic coup. On the other hand, especially right wing media was on favour of the arrests and, the political power, AKP and Erdoğan. One of those right wing media was the Zaman Newspaper which claimed it was a right and democratic thing to do. At the end of these vying arguments, the public opinion was divided into two main political poles.

Another historical political event occurred in December 2014. Turkish police raided the daily Zaman newspaper, detaining the editor-in-chief and the head of the newspaper's broadcaster. According to the prosecutor the detentions had been ordered on charges of founding and directing an armed terror organization, and being a member of this organization (Gülen Cemaati/ Gülen Movement). At this point, the Zaman Newspaper journalists assayed this intervention as a violation on the freedom of speech. The difference between the two discursive approaches on two different media interventions was not a result of the selfish understanding of "yes, if it happens to others", "no, if it happens to me", rather than that, it was a result of a profoundly changing political life, especially change in the dynamics between political power and Gulen Cult (and so Zaman Newspaper). In order to understand this change in political climate and its discursive results we look through Bourdieu's terminology: "Symbolic capitalAgents", "Space", "Habitus", and "Doxa"

Method

In order to examine the discursive differentiation, we collected 61 articles, published between 18/02/2011 and 06/03/2011, and 118 articles, published between 14/12/2014 and 14/01/2015. Those dates are chosen based on the political power's direct intervention on the media groups: OdaTv journalists' arrests happened in February 2011 and Zaman Newspaper journalists' arrests happened in December 2014. The Zaman Newspaper articles were scanned in terms of democracy and media, for those two different time periods. The newspaper's discursive metamorphosis comparatively explained through Bourdieu's terminology.



Theoretical Framework

From the political power perspective, it is requisite to control public opinion via daily life practices, in order to reproduce its ideological discourses. Since media has an essential power in terms of defining not only what “true”, “normal”, “democratic” etc. but also what “false”, “lie”, “marginal” things are too, according to Bourdieu, this role of media is based on the inculcation, creating a *real* belief system consistently ensnaring and penetrating (Bourdieu, 2002: 24).

This requisition establishes an interactive relation between political power and media. This interactive relation between media and political power defines what it is worth to make the news and the content (positive or negative, neuter), how media should evaluate, in short, by the relation established framing effect occurs and each of these is a tool in terms of controlling public opinion. Thus, a society internalizes the speculative content about political life through media content which was structured in the frame of mutually interest relationship between media and political power. However, society is not only passively observing whatever media presents. As the media establish an interactive interest relation with political power, so do different society groups. The stronger relation between political power and the society groups, the stronger relation occurs between related media and the related society groups. So it could be evaluated as a triangle: Media, Political Power, and People. In the political power’s perspective, the aim is to establish strong relation with those two, in order to keep power strong: if there is something wrong with one, it will affect the relation with the other, and this gets contagious till breaks the entire belief and trust system about the political power. Eventually it will cost power itself.

The role of media in the reproduction of political power’s discourse is a trump in its relation with political power, however this trump may also be a weapon which fires back. Political power has been and always will be requiring to control it; when it cannot, the interactive relationship based on mutual interest will be redefined. Bourdieu (2000: 87) points out that even there seems a competitive relation between agents of political champ’s and journalist champ’s, journalistic champ is surrounded by political champ which was affected by journalistic champ. Moreover, both champs are directly and strictly under pressure of the market’s and public opinion’s enforcements. Thus, jour-





nalist champ's pressure power is formed through hegemonic power's control. Bourdieu's theory of practice is developed in three main analytical concepts: habitus, fields (Champ) and capitals. In this paper we aim to scrutinize the discursive change in the Zaman newspaper articles between 2011 and 2014 related to democracy and media freedom by guiding Bourdieu's terminology that he used to analysis the effects of political and media champs on each other's.

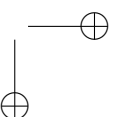
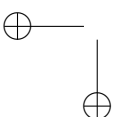
From all concepts, habitus has a priority. According to Bourdieu, (1996: 101) "...the unity hidden under the diversity and multiplicity of the set of practices performed in fields governed by different logics and therefore inducing different forms of realization, in accordance with the formula: [(habitus) (capital)] + field = practice." In this respect, Bourdieu (1989: 14, 17) defines habitus as "*schemes of perception, thought, and action*", and claims that "*...the affinities of habitus experienced as sympathy or antipathy, are at the basis of all forms of cooptation, friendships, love affairs, marriages, associations...*"

...habitus produces practices and representations which are available for classification, which are objectively differentiated... Habitus thus implies a "sense of one's place" but also a "sense of the place of others. (Bourdieu, 1998a: 19).

According to Bourdieu, habitus is not only producer of actions and reactions but also a result of adaptation to social environment in the process of personal development. Thus, internalized habitus is in favour of *status quo* and tends to keep the person in adapted conditions.

In this respect, habitus can be evaluated as a product of internalization of structures of the social world. When there is an alteration in a capital, there should be also alteration in this internalization process as well and vice versa. Bourdieu (1996: 110) notes that "*...when the practices generated by the habitus appear as ill-adapted because they are attuned to an earlier state of the objective conditions (this is what might be called the Don Quixote effect).*" Thus habitus is expected to recapitulates one's belief system and when there is a gap, the belief system dramatically collapses.

The presence of the past in this kind of false anticipation of the future performed by the habitus is, paradoxically, most clearly seen when the sense of the probable future is belied and when dispositions ill-adjusted to the objective chances because of a hysteresis





effect (Marx's favourite example of this was Don Quixote) are negatively sanctioned because the environment they actually encounter is too different from the one to which they are objectively adjusted (Bourdieu, 1990:62)

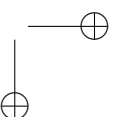
What makes people have different habitus then? Bourdieu at this point develops more concepts such as; capitals, champs. According to him, there are different capital i.e. economic capital, cultural capital, symbolic capital, social capital. Bourdieu (1989:17) claims that:

these fundamental powers are economic capital (in its different forms), cultural capital, social capital, and symbolic capital (...) are distributed in the overall social space, in the first dimension, according to the overall volume of capital they possess and, in the second dimension... according to the structure of their capital, that is, the relative weight of the different species of capital, economic and cultural, in the total volume of their assets.

Media space is surrounded by political space, and political space is surrounded by social struggle and competitive environment which is based in power balance. According to Kaya, actors in this space try to keep or change this balance with their capitals. (Kaya, 2010: 416) As a results, new conditions occur and this new conditions require the organisms' adaptation to them. At this point we can see habitus is how much vital concept. Indeed habitus will provide the new framework for new trends to be transformed to adapt to current conditions.

According to Bourdieu (1989:17,21) "symbolic capital is the form that the various species of capital assume when they are perceived and recognized as legitimate" and "symbolic relations of power tend to reproduce and to reinforce the power relations that constitute the structure of the social space." And he continues (1989:21,23):

In the symbolic struggle for the production of common sense or, more precisely, for the monopoly over legitimate naming, agents put into action the symbolic capital that they have acquired in previous struggles and which may be juridical guaranteed...Symbolic capital is a credit; it is the power granted to those who have obtained sufficient recognition to be in a position to impose recognition. In this way, the power of constitution



Thus, symbolic capital is in common perceptions and in this context, in 2011 being a journalist member of Zaman newspaper (as a part of the jamaat) which is in a relation based on mutual interest and common *weltanschauung*, is a symbolic capital. However in 2014, by the broken relation between AKP government and the jamaat is no longer avoidable, even the journalists are still Muslim and conservative, their being member of a conservative Zaman newspaper is no longer a symbolic capital. Those journalists who lost their symbolic capitals, are no longer identify themselves as speakers of AKP, especially not of. Erdogan. In this paper we evaluate the break between the newspaper (The Gulen Cult in particular) and the political power, as a dramatic and deep change in their capitals. In this paper, this radical change will be evaluated as Zaman newspaper journalists' discursive metamorphosis from opinion technician (Doxosophne) to victim journalists.

Bourdieu (1998a: 15-16) borrowing the term from Plato and uses as Doxosophne. Bourdieu sums up the meaning as 'a technician of opinion who consider themselves as wise people'. According to Bourdieu (2006: 17) they are so-called experts, speaking about the political problems in a same way with politicians and businessmen. Bourdieu (2013: 24) claims that they have some kind of glasses which let them see something and not see the rest, when they see something they see it in a very specific way. Most importantly, those glasses are framed by the political power.

Opinion technicians, on behalf of guaranteeing the continuity of the established political order, to be required to repeat the arguments which are produced by power, until they become acceptable in public.¹ Technicians of opinion always position themselves according to political powers' interest and discourses, therefore, they are a kind of "negative intellectual". 'Their abilities to opposite, to rebel, to resist, and to demonstrate are entirely diminished' and; 'they do not hesitate 'to take the lead role in the manipulative operations. Because they are ' in the position of the symbolic power' (Alban, 2014: 19). The biggest contribution they make is degenerating the opposition against the government, simplifying, providing the absurdity or banalizing them. On the other hand political powers defend their own acts as an absolute right, expect the same from both the media and from society. However Bourdieu believes

1. In Bourdieu's perspective the order which is guaranteed by technicians of opinion is neoliberal one but in this paper we uses the term of broader in a broader meaning.

that there should be a distance between media and political champs. When there is not, there is an elusive form of democracy:

“...a perverse form of direct democracy can come into play when the media act in a way that is calculated to mobilize the public... this "direct democracy" maximizes the effect both of the pressures working upon the media and of collective emotion.” (Bourdieu, 1998b:64)

In short, Zaman newspaper’s journalists’ metamorphosis from doxaphsus to opposition can be evaluated like Bourdieu explains (Bourdieu, 1998b:64) “unable to maintain the distance necessary for reflection, journalists end up acting like the fireman who sets the fire”.

Between 2011 and 2014 there is a recognizable change in Zaman newspaper journalists’ discourse, with a sudden interest in media freedom, and according to Bourdieu (2006: 65), this change is not a coincidence, on the contrary it is a result of some struggles in change the rules of the game or keep as it is. Likewise, in 2011 the discourses of the journalists were a reflection of the government’s one: focused on state; coup against to the AKP government by OdaTv and Military (Ergenekon); terror, terrorists.

Zaman newspaper had an attitude to create a common enemy in order to have a hegemonic power with AKP government (in the period of the government’s alliance with the Jamaat). This conspirator perception is based creating common enemy; settling ‘others’ to category of enemies and; placing ‘foreigner powers’ behind of all complot theories. But, this twisted strategy is not something unfamiliar to AKP, on the contrary. it was quite useful during the period of establishing ‘New Turkey’ by abolishing ‘old Turkey’ which was based on Ataturk’s ideas.

As a kind of technician of opinion, the newspaper developed basic convictions formed in 2011 arrests can be summarized as follows:

1. *From OdaTv, Şık and Şener, even they have journalists identity they are convicted for plotting coup,*
2. *Formations illegal or antidemocratic are solely activated by ‘old Turkey’ and they are entirely restless by AKP’s ‘New Turkey’.*
3. *Mainstream media is recidivist. Their journalists work like a negative intellectuals, change the perception of the society in terms of the places of ‘underdogs with tyrants’, ‘victims with murderers’.*

Zaman newspaper journalists justified the arrests in 2011 by indicating their being ordinary arrests. Also they claimed that those arrests could not be evaluated as abuse of freedom of press because they were not arrested because of their journalist actions but their undemocratic actions against to AKP government. In 2011 since there was not a crises between the government and the Jamaat, yet, it was quite clear for Zaman newspaper journalists what can be seen as undemocratic what can not be seen as freedom of press.

By the December 14th arrests, Zaman newspaper which is now have to leave the role of technician of opinions' called for the support from journalists in Turkey and evaluated those arrests as against to freedom of press.

As will be noted, by the role of technician of opinion, there were "unlimited will to power, unlimited self-confidence, unlimited passion to say a word about everything" (Turk, 2012). They used discursive structures by criminalizing the opposite areas and actors, stigmatized them as 'ordinary guilty people'. Açıkel (2012: 19) evaluates them as 'a kind of coincidence engineering which is along with a suppressor political mind, making in all circumstances, its supporters winning, and its oppositions losing'. The newspaper worked effectively in order to find a scapegoat and has given almost every crisis' responsibility to 'Old Turkey'

The 'others' who are bad and prisoned in the term of 'Old Turkey', are mainstream media, CHP which is identified with coups and Ataturk, old military, old bureaucracy capitals from inside and outside. On the contrary the newspaper sees itself along with AKP government as a part of underdog subject group whose rights have been usurped for years. In terms of that Şık and Şener are not journalists but actors who characterize the enemy which is symbolised by 'Old Turkey' metaphore. From now on, 'Old Turkey' members would no longer be able to do whatever they want in 'New Turkey'. According to newspaper, it is necessary to be vigilant against to the enemy because everything could be reversed. Turk (2013; 2012) calls this as 'zombie reflex'. However in 2014, the only one is AKP who is running after a 'ghost enemy'.

	What did the Zaman journalists said in 2011	What did the Zaman journalists said in 2014
Media freedom and democracy?	<p>"Today's events (journalists' demand on freedom rally) could be named as 'freedom of events' only if we go to despotism not democracy" (Bostancı, 09.03.2011).</p> <p>"Learning that all those dark things were done under the cover of journalism is disgusting me even more" (Kıvınc, 11.03.2011).</p> <p>"Since when slandering, mediatic lynching, reactionary campaigns are considered as freedom of press?" (Kamış, 26.03.2011).</p>	<p>"Because we question that 'where Turkey is going to', the raid will be remembered the most dark day in our democratic history" (Kamış, 24.12.2014).</p> <p>"In the leading article. Wall Street Journal described those actions on silencing press and opposite as another shameless step to move on authoritarianism" (Aslan, 22.12.2014).</p>
Putting into action the principle of "Innocent until proven guilty"	<p>"When you take a look at the document, you can understand that how much OdaTv staff and Ergenekon chefs have tried together in order to build a public opinion" (Dumanlı, 30.3.2011).</p> <p>"Stop trying to exculpate the evidences in the name of journalism. This is not journalism. Just because you have word and pen, just because you have a job which can criticize everyone you do not consider yourself immaculate. Even if you pretend, people will know" (Dağı, 11.03.2011).</p>	<p>"16 years old teenager is captivated, a journalists who sent a tweet about 17th December investigation is arrested. Journals and Televisions are raided... a football team fun club is prosecuted on attempted coup. The article of 'reasonable suspicion' has been applied on everyone. Half of the people have become a semi-open prison" (Dumanlı, 05.01.2015).</p>
On police actions	<p>"There is no raid on OdaTv, they only came to as a copy of the book... They [OdaTv journalists] are exaggerating it" (Dumanlı, 28.3.2011)</p> <p>"If there were no support for coups by the media in the past, there would be no coup at all... since that support is lost, in this country coup is no longer something easy" (Dumanlı, 07.03.2011).</p>	<p>"It's more than a scandal to take consideration evidence collected illegally: Such that thing was not happened even in the 28 February process [Military coup]" (Ünal, 19.12.2014).</p>
Is Turkey a state of law and democracy?	<p>"Every objective evidence indicates that Turkey is more democratic and free country than in past" (Bostancı, 09.03.2011).</p> <p>"Nedim Şener and Ahmet Şık were arrested by the evidence which were collected after the raid on OdaTv" (Dumanlı, 4.4.2011)</p>	<p>"Today AKP's Turkey is no longer state of law. it is state of cuckoo... [He made a pun: State of law: Hukuk devleti, State of cuckoo: Guguk devleti, something nonsense]... The reason of silence is known. Fair." (Ünal, 21.12.2014).</p>
On arresting press members	<p>"Those journalists are not evicted because of their journalist actions. The crime attributed to them is very grave: to be a member of Ergenekon" (DEMİR, 17.03.2011).</p>	<p>"We have been lowering our expectations with state of law. We are not after luxuries such as universal law. It is enough to rule out the rights on the paper. We even crave for the 1982 Constitution (which is ruled out after the coup). At least do not mock with our intelligence" (Korucu, 26.12.2014).</p>
On the limit of media/press freedom?	<p>"Someone sank the needle on the balloon which is full of pus and scattered mess of tangled relationships, showed how a profession is emasculated for the sake of an ideology" (Hazar, 12.03.2011)</p>	<p>"While our democracy has been evaporating, thanks to God. There are still brave and democratic intellectuals are taking risks and speaks out. Many people from inside and outside (from Turkish Journalists to Human Rights Watch) has reacted to December 14th Coup on Media." (Bilici, 23.12.2014).</p>
What is a coup, who does it?	<p>"This broadcasting (OdaTv) who is love with the military and directing them to coup, so to speak, wind them up and give themselves to those military powers as a gift" (Hazar, 12.03.2011)</p>	<p>"Come see Islamism as civil coup mentality." (Kömeçoğlu, 15.12.2014).</p> <p>"Political life in Turkey has been acted on 'fiction enemies'. We call it as 'fiction' because there is no evidence to keep people in the prison who was arrested on claims as 'terrorist' or 'coup'" (Çetingüleş, 21.12.2014).</p>

Who is in partnership with foreign powers?	<p>"You will see that an important part of them will be having chats with foreigner press or diplomats and will be striving to spread the hostility of the government and the perception (based on no knowledge) of Jamaat to abroad" (Dumanlı, 28.03.2011).</p> <p>"First, they service their presumptuous and stereotypical ideas to foreign broadcasts, and then they are hiding behind some of the biggest brands in Europe and America as if those ideas were accepted by them. It is not journalism." (Dumanlı, 14.03.2011).</p>	<p>"The operation on one of those powerful voices of free media Zaman newspaper and Samanyolu Tv raised all democrats in Turkey and in the World. This coup against on media is bad not only for our writers and readers, watchers but also for the integrity of our country" (Bilici, 23.12.2014).</p> <p>"Because of these Freedom House degraded Turkey to the category of the countries where media is not freedom" (Bilici, 23.12.2014).</p>
Who is the enemy	<p>"By sitting down at the dimer table of jackals (Ergenekon), you can't be subjects of the king (Erdogan) of the jungle" (Hazar, 02.04.2011)</p> <p>"The raison d'etre of being of hatred columnists are based on the hostility of faith and faithful" (Hazar, 02.04.2011)</p>	<p>"Those who intend to build an autocratic regimes argue that a coup attempt made against them; that meanwhile made-up-coup attempt is being suppressed, the obstacles of establishing an authoritarian-autocratic regimes would be removed". (Bulaç, 15.12.2014).</p>
Who is to be humiliated	<p>"Some journalists whom I learnt name recently..." (Alkan, 09.03.2011)</p> <p>"Some people who award themselves as journalists..." (Dumanlı, 14.03.2011)</p> <p>"...increasingly spreading foam of literature of moaned journalists" (Alkan, 26.03.2011);</p> <p>"some people who see themselves like The Pied Piper of Hamelin" (Dumanlı, 28.03.2011);</p> <p>"All around of us is full of vomit by allergic to belief" (Hazar, 28.03.2011)</p>	<p>"The coup on December 14th on Freedom was badmouthed by the important articles in the big newspapers in the US. President Erdogan's behaviours were evaluated as paranoid tyranny in the leading article of New York Times. Times mocked with the discourse of 'parallel state' of Erdogan and call him as an authoritarian leader who lives in a parallel universe" (Aslan, 22.12.2014).</p> <p>"American press' new toy is Erdogan, after Ahmadinejad" (Aslan, 15.12.2014)</p>
Can people be convicted and right at the same time?	<p>"Imagine a neighbourhood, there are serial killers (Ergenekon)...everyday operate one some people...They have media gun (OdaTv) and keep firing to citizens...And one day a prosecutor says to them 'stop'...Then those start to scream as 'I'm scared' Why do you even scare where the murderers are supposed to be scared?" (Kamış, 09.03.2011).</p>	<p>"Since he read a poem, he went to prison, and because he went to prison he gained political power. Erdogan will rediscover the power of being prisoned and right" (Gültaşlı, 15.12.2014).</p>
Freedom of Justice	<p>"Some people who internalized the pressure from the dark days of 28th February, and even more, were serving gladly as mouthpiece of the [military] dictatorship, now are talking about media freedom, opinion liberality" (Dumanlı, 28.03.2011).</p>	<p>"The government who held capture the justice, became a nightmare descending on the country...Neither prosecutor nor judge is free" (Ayhan, 20.12.2014).</p> <p>"There is no 'rule of law' principle in Turkey anymore... many citizen's rights were usurped, freedoms were threatened." (Keleş, 20.12.2014).</p>
On pressure on media	<p>"Aiming to degenerate and discredit, they were used to attempt to make corode campaign all together to targeted people or intuitions by implying in order to do make them feel insecure. You call that journalism? Don't make me laugh!" (Kıvanç, 11.03.2011).</p> <p>"In the name of the freedom of press, there is a choro which is trying to make a noise aiming to silence everyone else's voice" (Gülerce, 09.03.2011)</p>	<p>"The media was not under pressure like that neither during military coup in 1960 nor in 1980" (Ayhan, 20.12.2014).</p> <p>"In a country where there is no law, it is even harder to reach out to universal rights... The hegemonic power, while was trying to silence the media, does not comply with the law (which is actually against to the universal rights) even they rule out." (Türküne, 11.01.2015).</p>
Who are the targets?	<p>"Some people, especially President Gül, Prime Minister Erdogan are targets of influence agents... who denigrate those people and are aiming to start legal process by lies and slanders and by psychological warfare tactics" (Dumanlı, 07.03.2011).</p> <p>"... by saying it is 'freedom of press' they are trying to hit AK PARTY" (Gülerce, 11.03.2011).</p>	<p>"In this period, all jamaats are targets, they will raise AKP's Muslim hood via religious schools... and Erdogan will be remain as both political and religion leader"</p> <p>"This coup (on Jamaat's media) is not against on only this media intuitions... From civic society to politics, whoever has to be silent just because of thinking differently" (Bilici, 23.12.2014).</p>

Who deceived who?	"When some journalists were arrested, some part of the media raised hell. By making a flag from 'freedom of press', they told that as if there were pressure on press... Turkey were about to be a police state... etc." (Dumanlı, 07.03.2011).	"The government members say "[Gülen] Jamaat has tricked us', but actually we were deceived." (Akman, 16.12.2014). "As a faithful Muslim, brother Ekrem [Zaman newspaper's arrested editor] did not deceive but were deceived. How could he know that Erdogan would become a person who is in more favour of coups who was actually suffered from couple of those" (Gültaşlı, 15.12.2014).
Non-democratic media? Mainstream or partisan?	"There are abundantly storyteller who were believed in the mainstream" (Kıvanç, 13.03.2011) "You awarded as journalists OdaTv working a lies and slander machine and, someone who is taking profession as 'character assassination, and then you wanted them to be untouchables... You discredited this profession once more." (Dağı, 11.03.2011).	"So-called 'news channels' say that 'an intervention on parallel structure' when actually polices attempted to raid the offices of Zaman newspaper in the early morning." (Dumanlı, 15.12.2014) "No offence but the media of 28th February was far more conscientious than this partisan media" (Hazar, 16.12.2014).
Where democratic person should stand now?	"A journalism which is not trustable with a media (OdaTv) which does not work as a fourth power are lost for Turkey" (Dağı, 11.03.2011) "The term of supporting anti-democratic forces by dressing up in journalism armour has already ended." (Dumanlı, 14.03.2011).	"Now it is a national debt to be opposite to the AKP government who has 'middle easternized' Turkey by each passing day". (Aslan, 15.12.2014).
Any regrets?		"Oh I wish I said, would have come out to the treatment to the erstwhile journalists and said 'Nay, no' would have given ear to those who talk about civilian coup." (Akman, 16.12.2014).

Table 1. Comparative discourses from 2011 and 2014

As we can see from above the comparative discourse table, in 2011 articles, AKP government were identified with fight for 'democracy' and 'freedom' and also because of that AKP government was a victim, and on the other hand the arrested journalists were described as a worthless couple of people (not worthy to be journalists or even to have freedom) who attempted to coup against to AKP government. But, by 2014 arrests, as we can see from the right part of the table, AKP is the one who attempts to coup and cruel authority, and media (except the partisan media) is described as the victim of this subject's (AKP government) brutal authoritarianism.

Results

The discursive metamorphosis period which lasted from 2012 to 2014 also created different evaluation about the newspaper from political power view. For example, by the transition from doxaphus to opposition, political power started demonizing the newspaper by calling it "traitors"; "apostates"; "backsliders"...etc. By the relation between the political power and the jamaat was broken, Zaman newspaper's journalists were turning to *falling angels*. And

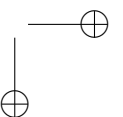
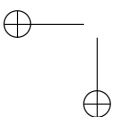


this shows us a good example of what Bourdieu claims: journalists champ is under effect of political champs.

In this respect, we may expect that similar capital owners can have similar habitus'. When there is a radical change in one's capital, it reflects on the habitus as well. When it comes to journalism and politics relations and habitus/capital relation, it becomes clearer. Journalism can exist in a structure which is shaped by political champ (sphere). And habitus is a very useful concept to explore the discursive change of the journalists who can survive in political champs only by adapting to political environment, as an opposite or support. Such as reversing of interest relations with political power, under the special conditions, in order to cope with unexpected conditions people would require fundamental sources related to habitus (Tatlıcan and Çeğin, 2010: 316). According to Tatlıcan and Çeğin, habitus is also strategy productive principle which is based on our earlier experiences. (Tatlıcan ve Çeğin, 2010: 364, 317). Bourdieu claims (1998b:40-41):

All the individuals in this universe bring to the competition all the (relative) power at their disposal. It is this power that defines their position in the field and, as a result, their strategies. Economic competition between networks or newspapers for viewers, readers, or for market share, takes place concretely in the form of a contest between journalists... if I want to find out what one or another journalist is going to say or write, or will find obvious or unthinkable, normal or worthless, I have to know the position that journalist occupies in this space

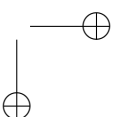
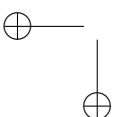
The root of the word *Doxasophus*, doxa is unarguably accepted opinions in order to serve to a particular ideology. Thus doxa is a world of unquestionable strong beliefs (Mücen, 2010: 426). However, in an ideal world we must expect from journalists exactly the opposite of doxa, question everything. In the real world of 2011, Zaman newspaper journalists were used to be carriers of the opinion of political power until the corruption investigations against the AKP government between December 17th and 25th in 2013 and the particularly the arrests of them in December 14, 2014. After that, they have started to question everything which were doxa for them once. However, when we check the main reason of their starting question everything about political power, we can't see ideally journalists' motives but we see a dramatically





change in their strategies which is shaped by their rooted habitus and interactive relations with political power. A radical change in one's symbolic capitals, reflects itself on one's habitus, and at that moment, adaptation process starts via new strategies which will help to keep habitus. In Zaman journalists' case, when they have lost their symbolic capital (which was gained by mutual interests with the political power), they also lost their doxosophus identity as well, and then they've become "ideal journalists", as questioning everything. In the following word clouds, we can observe the difference between the most used words in the examined articles from 2011 and 2014. This comparative table represents a change in their discursive strategies, for example, in 2011, the journalists have used frequently those words: "Ergenekon (the so-called 'Ergenekon' network has also been accused of operating as a "deep state" within the Turkish Armed Forces against to the political power); journalist; media; book (related to Ergenekon); crime; coup; psychological war; dark; court; CHP (opposition party). But in 2014, after the government acted on the Cult and arrested Zaman newspaper's journalists, their main words have changed to those: law, opposite; media; press; state.

As a consequently, the more crises or conflicts or polarization get deeper between the pieces of the hegemonic alliance around AKP government, "the lesser possibility to compromise on a common perception of the reality." (Gambetti, 2014) Because, evidences and accusations start to work on the relation which once a partnership. In 2011, when the OdaTv journalists were convicted, the hegemonic reality were built by the joint venture of AKP government, partisan media and Zaman Newspaper journalists. In 2014, when the Zaman newspaper journalists were convicted, the reality was divided into at least two opposite ones. In this time, Zaman journalists were against to the hegemonic partisan media discourse but actually in both convictions, there were two different and opposite reality were built by political power and opposition, replied the following questions fundamentally opposite: What is crime? What is democracy? Who is dictator? What is a coup, who does it? Where is the limit of media/press freedom? Can press member be arrested? What is law? Who acts on it? What is the content of freedom? A radical change in habitus makes journalists reply those kind of questions fundamentally different in order to make them adapt themselves to new conditions and, basically to the loss of their symbolic capitals.



<p>ahmetşik lawyer press primeminister knowledge we know birileri birlikte our cult chp coup court evidence deep support true opinion security ergenekon old fethullahgülen newspaper journalist military news target everyone law statement power people dark opposite person book judge innocent media merkez intervention nedimşener ODATV organize important organization freedom party police propaganda psychologice war prosecutor political crime process february Turkey ulus country' yanlış wrong justice publication writer new zaman</p>	<p>EU akp allah constitution 17Dec <small>bakan</small> press pressure raid primeminister our punishment serious cihaner president coup democracy state devrim correct ekremdumanlı world erdoğan newspaper truth custody power gülenhocafendi news right insult everyone hidayet hizmet law power human islam rule karaca decision opposite media <small>problem muslim</small> operation organized important organization freedom <small>parallel party prosecutor political</small> crime violence terror Turkey country' judgement publication <small>pity new</small> corruption zaman <small>hard cruelty</small></p>
--	---

Table 2. Comparative Word Clouds from 2011 and 2014

Bibliography

- Açikel, F. (Nisan 2012). Muhafazakar Sosyal Mühendisliğin Yükselişi: 'Yeni Türkiye'nin Eski Siyaseti. *Birikim*, (276): 14-20.
- Alpan, A. (2014). Çürürken Çürütüyorlar: 'Yeni Türkiye'nin Kanaat Teknisyenleri. *Sol Dergi*: 18-19.
- Bourdieu, P. (1989). Social Space And Symbolic Power. *Sociological Theory*, 7(1): 14-25.
- Bourdieu, P. (1991, Mayıs 15). *Doxa And Common Life*, (Röportaj Yapan: T. Eagleton,) Londra.
- Bourdieu, P. (1998). *Contre-Feux*. Paris: Raisons D'agir.
- Bourdieu, P. (1998). *On Television*. New York: News Press.
- Bourdieu, P. (2006). *Karşı Ateşler*. İstanbul: YKY.

- Bourdieu, P. (2013). *Pratik Nedenler (Raisons Pratiques)*. (Çev. H. U. Tanrıöver), Hil Yayınları, Adıyaman.
- Bourdieu, P. (2014). *Seçilmiş Metinler*, (Çev. L. Ünsaldı), Heretik Yayınları, Ankara.
- Bourdieu, P. (2014, Bahar). Simgesel Sermaye Ve Toplumsal Sınıflar. *Cogito*, (76): 192-203.
- Demir, E. (2014). *17 Aralık Ve Anti-Kapitalizme Reaksiyoner Düşmanlık*. <http://www.Birikimdergisi.Com/Guncel/17-Aralik-Ve-Anti-Kapitalizme-Reaksiyoner-Dusmanlik> , (15.01.2015).
- Gambetti, Z. (2014). Siyaset Ve Yalan, <http://Baslangicdergi.Org/Siyaset-Ve-Yalan-Zeynep-Gambetti/>, (4.2.2015).
- Hazir, I. (2014, Bahar). Bourdieu Sonrası Yeni Eşitsizlik Gündemleri: Kültürel Sınıf Analizi, Beğeni Ve Kimlik. *Cogito*, (76): 230-261.
- Herman, E. & Chomsky, N. (1998). *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir: Kitle İletişim Araçlarının Ekonomik Politikası*, (Çev. B. Akyoldaş, T. Han, M. Çetin, İ. Kaplan), Minerva Yayınları, İstanbul.
- İnsel, A. (Ekim 2011). Bir İktidar Aracı Olarak Terör Kavramı. *Birikim*, (270).
- Kaya, A. (2010). Pierre Bourdieu'nün Pratik Kuramının Kilidi: Alan Kavramı. *Ocak Ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*, (Der. G. Çeğin), İletişim Yay, İstanbul, 397-419.
- Köse, H. (2004). *Bourdieu Medyaya Karşı, Medya: İşbirlikçi, Zorba Ve Çığırkan*, Papirus, İstanbul.
- Laçiner, Ö. (Şubat 2014). 17 Aralık Depremi: 30 Mart Seçimleri Ve Akp. *Birikim*, (298).
- Lizardo, O. (2012). *Habitus*. University Of Notre Dame: <http://www3.Nd.Edu/Olizardo/Papers/Habitus-Entry.Pdf> (4.4.2015).
- Mouzelis, N. (2010). Katılımcı-Toplumsal Bütün Sorunu: Parsons, Bourdieu, Giddens. *Ocak Ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*, (Der. G. Çeğin), İletişim Yay, İstanbul, 187-266.
- Özkirimli, U. (2014). *Yeni Türkiye'nin Üç 'Genç Aydın'ı Üzerinden Rakamlarla Yandaşlık*. <http://www.Diken.Com.Tr/Rakamlarla-Yandaslik>, (24.11.2014).

- Özsöz, C. (Bahar 2014). Pierre Bourdieu: Simgesel Şiddet, Eğitim, İktidar. *Cogito*,(76): 290-311.
- Tatlıcan, Ü. & Çeğin, G. (2010). Bourdieu Ve Giddens: Habitus Veya Yapının İkiliği. *Ocak Ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*, (Der. G. Çeğin), İletişim Yay, İstanbul, 303-366.
- Türk, B. (2013). Kanaat Teknisyenliği Dünyasının Yeni Yıldızları: Akp Medyasının Zorlu İkilişi Olarak Rasim Ozan Ve Nagehan Alçı. *Birikim*, <http://www.Birikimdergisi.Com/Guncel/Kanaat-Teknisyenligi-Dunyasinin-Yeni-Yildizlari-Akp-Medyasinin-Zorlu-Ikilisi-Olarak-Rasim>.
- Türk, B. (Nisan 2012). Akp Ve Kanaat Teknisyenleri. *Birikim*, (276).
- Yıldırım, K. (2014). *Sağın Dil Hapishanesi*, <http://www.Birikimdergisi.Com/Guncel/Sagin-Dil-Hapishanesi>, (15.1.2015).
- Yıldırım, K. (2015). *Milli Eskatoloji: Komplo, Kavga Ve Ölüm Gölgesinde Siyaset*. <http://www.Birikimdergisi.Com/Guncel/Milli-Eskatoloji-Komplu-Kavga-Ve-Olum-Golgesinde-Siyaset>, (13.2.2015).



DOI: 10.20287/ec.n22.a05

A Reportagem em contexto de Jornalismo de Proximidade

Tatiana Melo & Telmo Silva

Universidade de Aveiro

E-mail: tatianabentomelo@gmail.com / tsilva@ua.pt

Resumo

Neste artigo pretende-se demonstrar o importante papel que o jornalismo de proximidade ocupa numa sociedade marcada pela globalidade. Procura-se, ainda, analisar as potencialidades da televisão enquanto meio de comunicação ao serviço de uma comunidade e da reportagem enquanto género jornalístico de referência. Nesse sentido serão apresentadas as reflexões preliminares de uma investigação sobre a reportagem em contexto de jor-

nalismo de proximidade, utilizando como estudo de caso as reportagens realizadas no Porto Canal.

Recorrendo à observação participante como método de recolha de dados, o investigador pretende traçar as *guidelines* para a construção de uma reportagem neste contexto, atendendo às três fases pela qual passa durante a sua construção: Produção; Realização e Pós-produção.

Palavras-chave: jornalismo de proximidade; televisão; reportagem, região.

Abstract

This article aims to demonstrate the important role of local journalism in a society marked by globality. The goal is also to analyze the potential of television as a means of communication servicing a community and the report as a journalistic genre of reference.

Therefore, preliminary reflections of an investigation will be presented about the report in a context of local journalism,

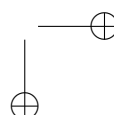
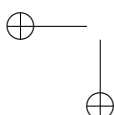
using the reports made in Porto Canal as a case study.

By resorting to the participative observation as a method of data collection, the investigator aims to set the guidelines for the construction of a report in this context, taking into account the three phases which it goes through: Production, Directing and Post-Production.

Data de submissão: 2016-05-10. Data de aprovação: 2016-05-22.

Estudos em Comunicação nº 22, 83-104

Maio de 2016





Keywords: local journalism; television; report; region.

Introdução

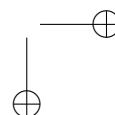
ATUALMENTE as sociedades estão organizada de uma forma em que a informação ocupa um papel determinante. Os indivíduos que as constituem demonstram curiosidade acerca dos acontecimentos e gostam de expressar o seu parecer sobre os mesmos. Assim, recorrem aos *media* de forma a obterem todos os dados necessários à formulação dessa opinião.

“Ao longo dos séculos, as pessoas têm desejado ser informadas sobre o que as rodeia, usando o jornalismo para se manterem em dia com os últimos acontecimentos, para os combinarem com um conhecimento do tópico que lhes permita participar em conversas pessoais e de grupo” (Traquina, 2002,p.10).

Em Portugal a importância dada à informação pode ser facilmente constatada ao verificarmos que todos os canais generalistas nacionais têm também um canal temático, capaz de oferecer ao público um horário mais alargado de conteúdos informativos – SIC Notícias; RTP3 e TVI 24.

De um modo geral, esses conteúdos podem ser difundidos em diversos meios, com características completamente distintas – Imprensa; Rádio e Televisão. No entanto, e apesar de no seu surgimento ter vivido durante alguns anos à sombra da rádio, e de atualmente ter que lidar com a utilização da Internet como veículo de informação, a televisão continua a ser o meio de comunicação de excelência. O imediatismo e o facto de associar som e imagem, permitindo ao telespectador realizar simultaneamente outras tarefas, têm-se revelado características fundamentais para a seleção deste meio em detrimento de outros.

Quanto à escolha do conteúdo ao qual se pretende assistir, o telespectador prefere aquele que se relacione com os seus interesses pessoais. Este pode ser condicionado por diversos fatores, no entanto, um deles é, normalmente, consensual: a proximidade. Essa proximidade não se refere simplesmente ao espaço geográfico, é um fenómeno que vai mais além e que envolve a vertente social, temporal e psicoafectiva, traduzindo-se no sentimento de pertença a determinada comunidade.





De forma a garantir a difusão de informação de proximidade surgiu uma diferente forma de fazer jornalismo, levada a cabo por meios que se “dirigem a uma comunidade humana de tamanho médio ou pequeno, delimitada territorialmente, com conteúdos relativos à sua experiência quotidiana, às suas preocupações e aos seus problemas, ao seu património linguístico, artístico e cultural e à sua memória histórica” (Moragas as cited in Coelho, 2005, p. 154).

Assim sendo, ao compreender a importância da televisão como meio de divulgação e dos conteúdos de proximidade como elementos de construção de identidade, associados à comunidade em que estamos inseridos, é possível entender a pertinência do estudo sobre o jornalismo de proximidade praticado pela televisão.

Quanto à forma como a informação chega ao público, esta é apresentada em vários formatos, assumindo todos eles uma importância diversificada no jornalismo. Porém, um dos géneros mais relevantes é, sem dúvida, a Reportagem.

A construção da reportagem obriga o profissional a um conhecimento mais aprofundado de determinado tema e permite a inclusão de outros géneros dentro de si própria, como é o caso da entrevista, tornando-se, por isso, um género muito completo.

Consciente da importância da reportagem em jornalismo, na presente investigação pretende-se perceber o que se deve ter em conta no desenvolvimento da mesma, em contexto de jornalismo de proximidade.

Jornalismo de Proximidade

O jornalismo enquanto conceito surge associado ao dever de informar, ao imediato, à tarefa de espelhar a realidade e acima de tudo a um valor fulcral de uma sociedade democrática: Liberdade.

Traquina (2002) entende que “pode ser visto como a vida em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia” (p.9). Silva (2010), por sua vez, define-o “como um conjunto de técnicas, baseado no imediatismo e depende intimamente dos acontecimentos sociais” (p.1).

Ao aliar este conceito à ideia de proximidade, surge um diferente modo de comunicação. Um jornalismo baseado numa forma de informar pensada



e destinada para um público específico, onde a proximidade e a noção de território comandam o discurso.

Quando se pensa em informação de proximidade, assume-se uma relação entre os *media* e os recetores da informação, uma relação baseada no interesse comum. Esse interesse reflete-se no cidadão quando espera que determinado assunto seja abordado pelo *media* e no *media* quando escolhe determinada temática que pensa ter mais audiência por parte do público. Neste sentido, Raimundo (1991) considera que “a lei da proximidade” em informação nasce “da preocupação de conquistar as boas graças do público, através da criação de cadeias de cumplicidade” (p.70). Essa proximidade pode assumir quatro vertentes: geográfica; temporal; psicoafectiva e social. E são “os laços de proximidade resultantes dessas vertentes que são capazes de determinar a audiência” (Camponez, 2002, p.118).

No entanto, e apesar das restantes formas de refletir a proximidade não serem totalmente descartadas, no caso dos meios de comunicação regionais a vertente geográfica assume um papel primordial.

A região onde determinado meio se insere marca, assim, todo o seu funcionamento – desde a escolha das temáticas a abordar, o enfoque que é dado e, conseqüentemente, a mensagem transmitida. O território aparece em primeiro lugar, e se a notícia se refere a algo que ultrapassa esse espaço, é analisado o impacto local que a mesma poderá ter.

Esta orientação é defendida por Gerbaud (1996) na análise que faz sobre a imprensa local francesa, para quem “O jornal local estabelece uma relação mais convivial e calorosa, onde o jornalista tem o dever de informar: em primeiro lugar, sobre o que está à sua volta, de seguida sobre o que se passa no seu país e, finalmente, sobre o mundo.” (p.10-11)

Também Carlos Camponez, em *Jornalismo de Proximidade*, abordando o caso da imprensa regional, dá uma grande importância ao território, ao afirmar que esta o escolhe “como o lugar de realização do seu empenhamento: editorial, cultural, discursivo, económico”. (Camponez, 2002, p.273).

O mesmo autor entende que “a proximidade pode ser geradora do que denominamos por comunidade de lugar. O conceito reporta-se a uma proximidade situada localmente, num espaço e num tempo territorialmente identificados”. (p.20)

Essa comunidade, quando atribuída às reflexões de Robert Bourne e Alain Lefebvre (2000, p. 270), é descrita como “lugar específico que se distingue



dos outros lugares pelas singularidades ligadas à origem, à sua construção, mas também à sua localização no espaço”.

Posto isto é possível perceber a importância dada ao aspecto geográfico. No entanto, este surge interligado com as restantes vertentes, nomeadamente a social. Puente (as cited in Camponez, 2002, p.119) reforça a ideia ao afirmar que “a proximidade tem a ver também com as realidades sociais que nos rodeiam, os serviços de que dispomos na nossa vila ou aldeia”.

Atualmente, o modo como os *media* difundem a informação e nos aproximam das situações, independentemente da distância a que estas acontecem, levam-nos à ideia de “Aldeia Global” defendida por Mc Luhan, segundo a qual o mundo se traduz numa pequena aldeia, em que todos se conhecem. Neste contexto, surgem dúvidas em relação ao modo como se pode destacar uma região. Materializando a questão, perguntamo-nos: Como somos capazes de dotar de interesse uma informação que aborda assuntos ligados a uma região quando as fronteiras parecem tender a desaparecer? A resposta passará pelo sentimento de pertença e pelos laços sociais criados. Estes devem ser reforçados de forma a conduzir à criação de uma identidade regional. E chegados à “aldeia global concluímos que a única coisa que nos diferencia na verdade é a nossa aldeia” (Puente as cited in Camponez, 2002, p.120). Assim sendo, conclui-se que o conceito de região não se limita, simplesmente, ao aspeto físico. A região é “sobretudo uma relação entre pessoas, um espaço de apropriação e de identificação, uma construção social permanente” (Ramirez as cited in Coelho, 2005, p.153).

Nessa região os *media* ocupam um papel determinante. Por um lado, devem ser os responsáveis pela prática da comunicação, vista como “a base que torna possível a interação entre os diversos atores sociais que ocupam o território de determinada região” (Coelho, 2005, p.153). Por outro lado, devem reforçar os laços sociais e o sentimento de pertença, de modo a criar a identidade regional. Para Carlos Camponez, analisando o caso particular da imprensa regional, a razão de ser deste meio de comunicação baseia-se “no próprio pressuposto da existência de um espaço público ligado pela identidade, à qual pretende dar voz e, por essa via, reforçar os sentimentos de pertença” (Camponez, 2002, p.29).

João Carlos Correia reforça esta ideia ao defender que “a definição de um campo jornalístico regional deve ter em conta que a identidade de regiões



comporta a necessidade de mecanismos de produção simbólica que contemplem o reforço do sentimento de pertença”. (Correia, 1998, p.161)

Ou seja, a criação da identidade regional pode ser considerada como uma das principais funções dos meios de comunicação regionais e locais. Coelho (2005) defende que a identidade regional é “o motor da região”, e a maneira como cada região a encara condiciona a criação de meios e até mesmo o desenvolvimento da própria região:

“As regiões com forte grau de identidade esforçam-se por preservar e reforçar o conjunto de elementos que as distingue das demais, para tal exigem a criação de meios de comunicação social próprios. Entre os meios de comunicação social e a região estabelece-se, assim, um pacto que tem como princípios básicos o reforço da identidade regional e o desenvolvimento da própria região.” (p.153)

Esse pacto comunicacional – Pacto de Proximidade – assumido entre os *media* e os que constituem a comunidade, tem como principal objetivo “defender a região e as gentes em nome do desenvolvimento” (Coelho, 2005, p.153).

Aqui, ambos desempenham um importante papel. Os *media* são responsáveis por dotar de informação os membros da comunidade, ao abordar os temas que lhes despertam um maior interesse, ouvindo as diferentes opiniões dos seus participantes. A comunidade, por sua vez, deve dar aos *media* as condições necessárias para a produção de conteúdos, como a partilha de informações que considerem relevantes. Ou seja, os meios de comunicação e os membros da comunidade devem atuar em conjunto pelo sucesso da região. Para Carlos Camponez é neste compromisso que “se frutifica ou fracassa, se diversifica ou homogeneiza a comunicação”. (Camponez, 2002, p.103)

Com este acordo, mais do que divulgar uma região enquanto um espaço físico, pensa-se no seu desenvolvimento social e só os *media* que forem capazes de o seguir conseguem cumprir a função social que lhes é atribuída.

No exercício desta função, espera-se que os meios de proximidade, pelas suas características, sejam capazes de promover o debate, que ofereçam opiniões contraditórias sobre a mesma situação, apelando à construção de um espaço público que dê primazia ao uso da razão.

João Carlos Correia (1988) reforça esta ideia ao considerar que o jornalismo local pode ser um “elemento estruturador desse espaço público regional entendido como esfera crítica de debate e de interação dos cidadãos em torno dos problemas que lhes são mais próximos” (p.156).

Para Blumler e Gurevitch (as cited. in Coelho, 2007) é possível reconhecer a função social, no caso das televisões de proximidade:

“Quando estes *media* se transformam nos vigilantes do espaço público, no sentido em que fiscalizam o poder e os seus representantes, criticando-os, se tal for necessário, ou iluminando o caminho de todos os que participam nesse exercício. O cumprimento dessa função social determina, igualmente, que, ao mesmo tempo que esses *media* dotam os cidadãos dos instrumentos que lhes permitem questionar a política e os políticos, favorecem a participação desses destinatários no processo de tomada de decisão, contribuindo para atenuar, por isso mesmo, o fosso que os separa da elite.” (p.322)

No entanto, no exercício deste jornalismo tão ligado ao território e à comunidade que a ele pertence, são vários os desafios e entraves encontrados. No que respeita aos desafios, estes passam pela capacidade de fazer uma adaptação ajustada de informações nacionais à realidade local; assumir um papel que o distinga em relação aos generalistas; fazer uma utilização inteligente dos meios de difusão e ser capaz de ultrapassar fronteiras, aproveitando, para isso, a comunidade emigrante.

Para a adaptação da informação, os meios de proximidade assumem a estratégia de captar a atenção da audiência para algo exterior, mostrando como isso os pode afetar. Aqui, o local assume-se como o “espaço de concretização das estratégias globais: o lugar de transformação dos particularismos numa cultura global” (Camponez, 2002, p.59).

Ao analisar o global, pretende-se mostrar como os meios locais devem ser capazes de se diferenciar dos nacionais. Por um lado, Correia (1998) defende que a Comunicação Social Regional Portuguesa apresenta “alguns traços típicos do jornalismo pré-industrial”, ao contrário da Comunicação Social Nacional, onde “já se verificou todo o ciclo de industrialização do jornalismo, que coincide com a formação de um tipo de empresas especializadas” (p.157). Por outro lado, o mesmo autor encontra como fator distintivo a forma de interação

entre os *media* e as audiências. No jornalismo regional a “interação é face a face”, onde “os públicos devido à sua proximidade com as empresas jornalísticas, contaminam a produção informativa com a forma como sentem a sua vivência quotidiana”. Nos meios nacionais assiste-se “a uma forte estereotipização do produto informativo que incide nalgumas instâncias centralizadas de funcionamento do campo político.” (p.158-159)

O jornalismo industrializado, com uma grande preocupação com a maximização das audiências, que caracteriza os meios nacionais, põe em causa a já referida função social que se espera dos meios de comunicação. E é no bom desempenho desta função que os meios de comunicação de proximidade se podem destacar, aproximando-se do público através da primazia da utilização da razão e do debate em detrimento da lógica de mercado.

A utilização inteligente dos meios de difusão por parte do jornalismo de proximidade é outro dos desafios que este encontra. Aqui a internet aparece como a solução ideal para ultrapassar a barreira da televisão por subscrição, e também como meio de divulgação de conteúdos para fora do país. Isto acaba por aproximar a comunidade imigrante da sua região, ao mesmo tempo que conduz à expansão do canal.

Aquando a tentativa de responder aos desafios aqui enumerados, os meios de proximidade encontram fortes entraves.

Um desses limites é a forte dependência dos meios para com as elites, em busca de apoio financeiro: “Em mercados pobres, como a maior parte dos mercados regionais portugueses, afrontar os escassos anunciantes, sejam eles empresas da região, associações, organismos do Estado, ou autarquias, que participam no processo através da publicidade institucional, é assumir o fim da publicação.” (Coelho, 2005, p.160).

Surge, assim, a necessidade de perceber como se consegue desenvolver a função social, num meio marcado pela dependência por fatores económicos e aproximação ao poder político.

Para o autor de a TV de Proximidade, a solução passa pela criação de “modelo alternativo: a televisão de proximidade”, onde os profissionais garantam o progresso da comunidade “mas sem perderem o distanciamento crítico que os coloca no papel de mediadores do espaço público e os transforma em agentes formadores da opinião pública crítica e esclarecida” (Coelho, 2007, p.320-321).



A Televisão como Meio de Informação Regional

Apesar da televisão em Portugal surgir muito mais tarde, em 1956, globalmente um dos principais passos foi dado pela BBC, a 2 de Novembro de 1936, ao tornar sistemática a emissão de imagens em movimento à distância.

No entanto, inicialmente a televisão enfrentou sérias dificuldades. No contexto global, viu na segunda guerra mundial e nos conflitos militares característicos do século XX um imponente entrave, em Portugal o mesmo se verificou com o regime salazarista.

Porém, apesar de no início ter sido difícil o seu desenvolvimento, quando esta começou a ser utilizada de forma recorrente, rapidamente se percebeu o potencial que detinha, o verdadeiro poder da televisão.

Inicialmente, existiu a necessidade de fazer comparações de forma a perceber o que este meio podia trazer de novo. Mas as conclusões sustentam o determinante papel que a televisão assume nos dias de hoje: “se acontece que um tema – uma questão, um debate – seja lançado pelos jornalistas da imprensa escrita, só se torna determinante, central, quando é retomado, orquestrado pela televisão”. (Bourdieu, 2005, p.53)

Aqui a imagem assume o papel principal e esta forma diferente de comunicar um acontecimento torna-se essencial para fortalecer o poder da televisão. Para Mc Luhan “o ouvido é intolerante, fechado e exclusivo, enquanto o olho é aberto, neutral e associativo” (as cited in Godinho 2011, p.32). Pierre Bourdieu (2005) defende que “a imagem tem a particularidade de poder produzir aquilo a que os críticos literários chamam o efeito do real, de poder fazer ver e fazer crer no que se faz ver” (p.14).

A componente social que a televisão apresenta é, também, uma característica que demonstra a importância do meio para a sociedade. O facto de esta mostrar aquilo que quer contar diminui a distância a que determinado acontecimento decorre, elimina fronteiras, e faz-nos viver a situação descrita.

Deste modo, após analisar a informação de proximidade e constatar o poder da televisão, conclui-se que são grandes as vantagens em colocar ao serviço de uma comunidade um meio de comunicação tão influente. Para Rebelo (2010) “nenhum outro meio poderá, eventualmente, assumir-se como tão poderoso mobilizador dos espaços públicos regionais, no robustecimento da cidadania e comunhão na região/local.”



Quanto à importância da informação de proximidade num mundo marcado pela globalização e pelos conteúdos generalistas, Paulo Couto, em entrevista ao Diário de Notícias, sintetiza: “é preciso que alguém vá ao fim da rua já que as televisões convencionais vão ao fim do mundo” (DN, 2006).

No que ao surgimento das televisões regionais diz respeito, é importante referir que em Portugal estas surgiram mais tarde do que na restante Europa, que tiveram como fator impulsionador o surgimento da transmissão por cabo e que durante muitos anos atuaram sem qualquer base legal, o que terá sido determinante para acentuar a fragilidade do meio.

Segundo Coelho (2005) podem ser atribuídas duas razões que provocaram o atraso no surgimento de televisões regionais em Portugal: “por um lado, o elevado défice da RTP, que desincentiva o Estado de investir na televisão regional; por outro lado, a fragilidade dos mercados regionais que impede a recuperação económica do investimento, afastando do sector igualmente os privados.” (p.172)

Inicialmente, a história das televisões regionais portuguesas é marcada pelo aparecimento de canais pirata. Loures, Sintra, Guimarães, Porto e Coimbra foram algumas das cidades, onde se verificou o aparecimento daqueles que para Mota (2005) foram “projetos voluntariosos e persistentes, que em alguns casos tiveram um impacto significativo nas populações a que ser dirigiam, inclusive com o apoio tácito dos políticos locais” (p.120).

No entanto, estes canais não passaram de experiências com um curto ciclo de vida, sendo a RTP Açores e RTP Madeira, resultantes do processo de descentralização da televisão pública, os primeiros canais a ser identificados como de carácter regional.

Com o aparecimento da televisão por cabo, em 1994, reuniram-se as condições que se pensavam ser as ideais para a proliferação de canais regionais. No entanto, este processo fez-se com algumas dificuldades.

Os primeiros canais de âmbito regional que surgiram no cabo foram a CNL e a NTV. Porém, não veicularam durante muito tempo informação regional. O CNL passado cerca de um ano da sua fundação foi comprado pela Impresa, grupo que detém a SIC, e dá origem ao primeiro canal de notícias português: Sic Notícias. A NTV deu lugar à RTPN, que, com o passar do tempo, foi perdendo a componente regional, tornando-se cada vez mais num canal de notícias de cobertura nacional, sendo atualmente a RTP3.



Só em 2006 é que se volta a ouvir falar de televisões regionais, com a criação da Invicta TV e do Porto Canal. A Invicta TV, atual Regiões TV, passou por vários processos que se traduziram na alteração dos formatos e designação do canal. O Porto Canal, conta como marcos importantes da sua história a parceria com o FC Porto e a abertura de várias delegações que permitiram uma melhor cobertura de toda a região norte.

Na verdade a criação deste género de televisões enfrentou diversos entraves, dos quais se destacam a falta de financiamento e a inexistência, durante um longo período, de uma base legal que legitimasse a criação de órgãos de televisão de cariz regional.

A forma de financiamento de um meio regional deriva, normalmente, de subsídios públicos, da publicidade que conseguem trazer para o meio ou de investimento de privados. Quanto à legislação do meio, tal só viria a acontecer com a aprovação da Lei da Televisão, em 2007, onde surgem pela primeira vez regulamentadas as televisões regionais.

Em suma, a história dos meios regionais e locais é marcada por várias dificuldades que limitaram o desenvolvimento dos mesmos, levando em muitos casos ao seu encerramento.

O Porto Canal surge, neste contexto, como um exemplo de um órgão que conseguiu superar esses obstáculos, continuando a afirmar-se, atualmente, como um meio de proximidade. A ideia surge reforçada na notícia lançada pelo canal, a 18 de dezembro de 2015, onde apresenta, para 2016, o surgimento de “um Porto Canal renovado, mais forte e mais próximo”, mantendo a filosofia “de canal generalista, informativo, formativo, de entretenimento e serviço público, focado no Mundo que é o território”.

Reportagem de Proximidade

A reportagem surge com uma forte ligação à literatura e assume-se nas décadas 20 e 30 do século XX, como um género em expansão. Contudo, a sua época gloriosa foi interrompida pela segunda grande guerra e mesmo após o seu término teve enormes dificuldades em implementar-se novamente, o que só viria a acontecer nos anos 60.

No caso da reportagem televisiva e no contexto português, esta surgiu com o aparecimento da RTP. Porém, com técnicas bastante distintas das atuais, nomeadamente o facto de só o operador de câmara se dirigir ao local, ficando



o jornalista na redação. Isto fazia com que houvesse um desfasamento entre o acontecimento e aquilo que era mostrado ao público, uma vez que aqueles que presenciavam a situação não eram os que a narravam: “Os redatores muitas das vezes já tinham o texto escrito antes de o acontecimento ter lugar. Escreviam-no com base em informações de agenda ou em telefonemas prévios. Eram raras as vezes em que adequavam os textos às imagens” (Godinho, 2011, p127).

Atualmente isto já não se verifica. A reportagem dá ao jornalista o papel de destaque, é ele quem conta pelas suas palavras aquilo que viu, enriquecendo-a com o uso de texto, som ou imagens, consoante o meio para o qual é pensada.

Analisando aquilo em que consiste este género jornalístico, considera-se bastante interessante a visão de Maria Cecília Guirado, que entende a reportagem como a arte de investigação, explicando o que sustenta esta definição.

Para a autora “É da natureza da reportagem revelar a origem e o desenrolar da questão que ela retrata. Assim, de alguma forma, a reportagem responde, ou busca responder – em tese - aos interesses sociais.” No que respeita à componente artística esta deve-se “ao processo de criação, pois envolve observação, investigação e construção de texto, que, embora distante do literário, não deixa de exigir do repórter habilidades especiais para perceber, traduzir e manusear palavras que reproduzem a realidade”. Por fim, a associação à investigação é justificada pelo facto de considerar que “todos os repórteres são investigadores, pois todos estão, ou deveriam estar, em busca de informações surpreendentes. A investigação possibilita o acesso aos dados essenciais do acontecimento, aos detalhes, aos pormenores reveladores” (Guirado, 2004, p.22-23).

Ao adaptar a reportagem à televisão, acredita-se que, assim, se consegue oferecer ao público uma visão diferente de determinado acontecimento. A televisão consegue mostrar aquilo que narra e despertar, por isso, sensações por parte de quem assiste. Para Godinho (2011) “a reportagem televisiva, feita a partir de sons e imagens de acontecimentos reais, é uma obra que parte de um acontecimento para construir uma experiência própria” (p.43).

A imagem é assumida pelo repórter televisivo como a principal arma, mas não deverá ser tida como única. A inteligente articulação entre a imagem e o som, mais concretamente a voz-off, poderá ser determinante para o sucesso do produto final.



No caso da reportagem de proximidade a identificação assume uma grande dimensão. O conteúdo é produzido para pessoas que têm uma relação de proximidade com aquele acontecimento, e que, deste modo, se vão sentir identificadas com aquilo que estão a ver. Isto acaba por criar grande pressão sobre o jornalista, uma vez que está a divulgar informação para um público que tem com aquele acontecimento o sentimento de pertença, tão característico dos meios de proximidade.

Também a experiência que a reportagem proporciona ao telespectador, que segundo Godinho é o fator de distinção deste género - “o próprio da reportagem é reportar, é assegurar uma “experiência” ao espectador “dentro” das imagens” (p.73) – acaba por estar condicionada com a ligação que o público mantém com o acontecimento.

Assim sendo, considera-se que o impacto que determinado conteúdo tem na audiência é um dos principais fatores a ter em conta no desenvolvimento da reportagem neste contexto. Esta deve ser capaz de oferecer ao público informação relevante, ao mesmo tempo que provoca uma agradável experiência.

A edição de imagem feita pelo próprio jornalista é outro dos fatores distintivos das reportagens de proximidade. Embora os canais informativos nacionais também já pratiquem esta filosofia do jornalista/editor no que respeita às pequenas peças de informação, normalmente a edição da reportagem é deixada a cabo do editor de imagem.

A edição é assim a altura em que o jornalista escreve com as imagens. Após a análise do acontecimento, da deslocação ao local para recolher toda a informação pertinente, é o jornalista que dá continuidade ao processo e constrói o produto final. Esta técnica assume grande importância pelo facto de permitir que exista um fio condutor que nunca é quebrado. É a visão do jornalista que investigou o caso que é traduzida nas imagens e não a do editor de imagem.

No caso dos meios de proximidade isto torna-se determinante, uma vez que foi o jornalista quem criou com os intervenientes os laços sociais anteriormente referidos nesta investigação, sendo, por isso, a pessoa indicada para construir na íntegra um conteúdo que veicule informação de proximidade.

Existe, porém, um fator que se pode demonstrar limitador no exercício da reportagem em jornalismo de proximidade: o elevado investimento que este género exige.





Se a nível nacional se levantam questões de ordem económica na realização da reportagem, num contexto em que a publicidade é escassa e existe uma grande dificuldade na obtenção de rendimentos, o investimento torna-se um entrave determinante para a correta construção do género.

Embora um jornalista regional não tenha necessidade de investir tanto tempo, pelo facto de, normalmente, estar próximo dos acontecimentos de interesse para o público para quem trabalha, a exigência do ponto de vista de recursos humanos na elaboração destes conteúdos torna-se, por vezes, insuportável.

A reportagem é um género jornalístico, que exige na sua construção um trabalho em equipa. Se por um lado, como já verificamos, o jornalista é também responsável pela edição, não necessitando de um editor de imagem, por outro lado, este não dispensa o acompanhamento do repórter de imagem, responsável pela recolha de conteúdos visuais. Isto é, para cada acontecimento estarão, pelo menos, destinadas duas pessoas, não podendo uma reportagem ser ilustrada por imagens de arquivo, como acontece com a notícia.

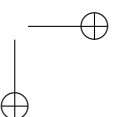
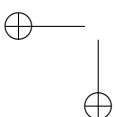
No entanto, é de destacar que apesar destes entraves a reportagem continua a marcar presença nos noticiários dos meios de proximidade, o que demonstra a importância do género para a informação, justificando, assim, o investimento.

Estudo de Caso

Esta investigação tem como principal objetivo perceber como o contexto pode influenciar a construção audiovisual, mais concretamente a reportagem enquanto produto jornalístico de referência. Porém para atingir esta meta será necessário compreender tudo o que envolve a criação de um produto audiovisual de informação neste contexto específico.

Nesse sentido, e para conseguir atingir o proposto objetivo, entende-se que se terá de passar por várias etapas. Isto é, será necessário atingir, individualmente, os objetivos relacionados com o meio, o contexto e o produto audiovisual.

No que ao meio diz respeito – a televisão – é determinante perceber a importância que este tem para o jornalismo e como as suas características condicionam a construção de uma peça informativa. Quando um conteúdo é pensado para ser difundido pela televisão, este deve ser criado consoante um





conjunto de regras que o diferem dos restantes meios, e é essa percepção de diferença, mas ao mesmo tempo de importância que a televisão tem para o jornalismo, que se pretende ver consolidada.

Relativamente ao contexto em que este produto é construído, isto passa essencialmente por perceber como este pode influenciar a produção de informação. Se por um lado a proximidade poderá funcionar como um limite à liberdade jornalística ou, por outro lado, como um aliado à obtenção de informação.

Quanto ao produto audiovisual – a Reportagem – são várias as finalidades que se esperam ver cumpridas. Fundamentalmente pretende-se perceber o que distingue este género jornalístico dos demais, de forma a ser considerado o género nobre do jornalismo. Para isso, também é necessário clarificar os desafios e entraves que o jornalista encontra aquando a sua realização, acreditando que a investigação seja o principal desafio e a necessidade de investimento acrescido um importante entrave.

Em suma, perceber no caso específico em estudo, o jornalismo de proximidade, que aspetos devem ser tidos em conta no desenvolvimento deste género jornalístico, tanto na recolha, na produção, como na difusão dos conteúdos.

De modo a conseguir cumprir os objetivos acima descritos, que culminam com a enumeração das *guidelines* da reportagem em jornalismo de proximidade, foi feito um estudo de caso sobre as reportagens realizadas pelo Porto Canal. A escolha deste órgão de comunicação prende-se com o facto de se considerar uma referência do jornalismo de proximidade no panorama nacional.

Análise de Resultados

Para o correto procedimento de análise de resultados considera-se necessário estudar individualmente cada fase de realização de uma reportagem audiovisual: Produção; Realização e Pós- Produção.

Assim sendo, a seguinte tabela apresenta exemplos práticos vivenciados pelo investigador aquando a sua presença no Porto Canal para a concretização do estudo, de forma a fundamentar as *guidelines* para a reportagem de proximidade que conseguiu identificar.



Fases	Exemplos do Estudo de Caso	Guidelines: Reportagem de Proximidade
Produção	<p>1. Uma reportagem emitida sobre as cheias do rio Leça, é um claro exemplo da importância da realização de rondas diárias para a obtenção de informação. Quando a realização de uma ronda foi feito o contacto para os bombeiros voluntários locais, que informaram que naquele momento ainda não haveria qualquer situação de alarme, mas que pela subida do caudal do rio brevemente iriam começar a ficar casas inundadas. A informação foi finalizada pelo bombeiro a afirmar que não iria demorar a que uma equipa do Porto Canal estivesse no local. Na verdade, foi enviada uma equipa ao local e a descoberta de uma informação no tempo certo, permitiu que o canal conseguisse transmitir uma reportagem sobre a maior cheia naquela zona que muitos dos habitantes tinham memória, conseguindo ainda aceder aos principais locais afetados, que passados poucos minutos estariam inacessíveis ao trânsito.</p> <p>2. Outra forma de destaque para conseguir aceder à informação é o contacto feito por pessoas, quer individualmente, quer em representação de entidades. Um dos exemplos do sucesso é o caso de uma reportagem sobre uma Associação Intergeneracional, que se dedica à produção de vestuário em crochê com finalidades solidárias. Se a ideia até pode ser considerada interessante, pela localização da sede do projeto – Tarouca – os responsáveis entenderam que o Porto Canal seria aquele que lhes conseguiria dar visibilidade. Durante o próprio contacto foi referido que o envio da informação a dar conhecimento da associação foi dirigido ao Porto Canal, por acreditarem que era um meio que se interessa pela região.</p>	<p>Embora a obtenção de informação para construção de uma reportagem de proximidade, também seja feita através de agências noticiosas ou conteúdos difundidos por outros órgãos de comunicação, as rondas diárias e os contactos feitos para o canal, são tidos como a única forma de garantir informações exclusivas e de última hora. Estas surgem como alternativa à falta de jornalismo de investigação, característica do jornalismo de proximidade, para o encontro de informações privilegiadas.</p>
Obtenção de Informação		

Critérios de Noticiabilidade		O critério da negatividade, um dos mais identificados nos órgãos de âmbito nacional, não tem força para superar o critério de proximidade. O que é próximo, nem que seja uma polémica supera o negativo, mesmo que isso signifique a morte de crianças e o choque de um país. Também a personalização ocupa um papel de destaque nas reportagens de proximidade, pois existe uma grande necessidade em humanizar o relato, em dar um rosto aos acontecimentos. Para este género de informação, mais do que mostrar que um problema existe é preciso mostrar quem é que afeta e de que forma.
	<p>1. A 19 de Fevereiro de 2016, os três canais generalistas nacionais – RTP; SIC E TVI – abriam os telejornais com uma notícia que chocava o país. Uma menina de cinco anos morrera, em Lisboa, após a queda de um prédio durante a madrugada. Nesse mesmo dia o Porto Canal fazia a abertura com a polémica da Tap, um tema marcante para a região norte, sem nunca fazer referência, ao longo do telejornal, para a notícia desta criança.</p> <p>Passados dois dias, a 21 de Fevereiro, os três canais voltaram a abrir com a mesma notícia, desta vez também com um assunto fortemente negativo. Era encontrado o corpo da segunda criança desaparecida no episódio que ficou conhecido como a “Tragédia de Caxias”, um tema que marcou presença nos telejornais ao longo de vários dias. O Porto Canal, mais uma vez, não referiu o facto ao longo do telejornal e fez a sua abertura com uma explosão no Porto da qual resultou um ferido com queimaduras de segundo e terceiro graus.</p> <p>2. A 11 de Abril de 2016 é emitida no programa Mundo Local uma reportagem sobre uma aplicação para <i>smartphones</i>, cuja construção é merecedora de análise. “O João é utilizador da <i>Aircourts</i>, reservou um campo de <i>padel</i> de forma simples e rápida através da aplicação e veio jogar com os amigos”, esta é a frase de abertura da reportagem, enquanto mostra a imagem do desportista e que introduz o chamado vivo, isto é, a parte em que a pessoa fala sobre o assunto. Só numa fase posterior é que se explica ao certo em que consiste a aplicação e se dá a imagem a alguém da organização que fala sobre o assunto.</p>	

	<p>1. No dia 21 de Março de 2016, era feita uma reportagem sobre a manifestação do sector da hotelaria, restauração e similares da zona norte, devido ao congelamento de aumentos salariais. No local estavam também presente a SIC, RTP e TVI. No entanto as indicações eram diferentes. As três estações só faziam a reportagem se o número de pessoas envolvidas justificasse, tal não acontecia com o Porto Canal, onde era dada simplesmente a indicação de fazer a Reportagem. Por fim, a notícia foi dada em todos os canais por um elevado número de participantes.</p> <p>2. A 14 de Abril de 2016, é emitida no Mundo Local uma notícia referente aos resultados do Relatório Anual de Segurança Interna. A informação proveniente da Agência Lusa dava conta que Vila Real era o distrito onde a criminalidade participada mais crescera, sendo esta a informação de grande destaque para um meio de comunicação do norte. No entanto, na mesma notícia surgiam Lisboa, Porto e Setúbal como os distritos com maior peso absoluto de criminalidade. A notícia avançada pelo Porto Canal começa por referir que Vila Real foi o distrito que registou um maior aumento de participação de crimes às forças de segurança face ao ano anterior. Porém mais à frente pode ouvir-se a seguinte frase: “ Olhando agora para o número total de crimes participados, o Porto surge em segundo lugar, com 62.028 participações, superado apenas por Lisboa onde foram registados 89.974 crimes”.</p>	<p>Aquando a realização de uma reportagem de proximidade, a magnitude do evento não é o mais relevante. É preciso mostrar o que aconteceu, mesmo que isso possa implicar dizer que a adesão foi fraca. Pois, um canal que visa dar espaço à região não pode deixar de fazer uma notícia sobre a revolta da população em função do número de pessoas que o demonstram. A adesão poderá influenciar, simplesmente, a posição da reportagem no alinhamento.</p> <p>A linguagem utilizada é um dos principais aspetos a ter em conta na construção deste género jornalístico. O discurso deve ter sempre como base a região sobre a qual o órgão de comunicação atua.</p>
<p>Realização</p>		

<p>Pós-Produção</p>	<p>No que respeita à pós-produção os exemplos práticos são casos que acontecem diariamente, considerando-se merecedoras de análise duas situações:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Por um lado, o facto do profissional aliar a função de jornalista à de editor de vídeo. Uma vez que é a mesma pessoa que acompanha todas as fases da construção da reportagem, desde que toma conhecimento do assunto até que a concretiza, assiste-se a uma continuidade no pensamento. Os pormenores, aquilo que viu e o ambiente é melhor relatado por quem foi ao local e, conviveu com os envolvidos, isto é, por quem vivenciou o acontecimento. Tal situação não é normalmente praticada nas televisões de âmbito nacional. 2. Por outro lado, o número de reportagens que um jornalista realiza por dia. Pelo número reduzido de profissionais, cada jornalista pode chegar a fazer quatro reportagens por dia. Isto quando se trata de um profissional que além de ir ao terreno ainda tem que vir para a redação fazer a edição do próprio trabalho faz com que a luta contra o tempo, característica do jornalismo, tenha ainda mais impacto. 	<p>Na realização de uma reportagem de proximidade o jornalista é também editor, o que permite algo essencial nesta forma de informar: quem vê é quem conta.</p> <p>O ritmo de trabalho é muito mais acelerado, caracterizando-se um jornalista de proximidade por uma grande agilidade no desempenho da profissão, nomeadamente na fase de pós-produção.</p>
----------------------------	---	--

Considerações finais

A investigação desenvolvida permite perceber que o jornalismo de proximidade se rege por regras muito características que condicionam toda a sua atividade. Os profissionais que o praticam devem ser capazes de seguir os princípios éticos e deontológicos, mesmo quando a pressão financeira os desafia; devem conseguir criar uma identidade regional numa época que privilegia o global; devem cumprir uma função social, promovendo o debate e não a aceitação, por fim, devem ter como prioridade o território quando o assunto é o mundo.

Quando esta forma de informar se manifesta recorrendo a um meio de divulgação como a televisão todas estas características saem reforçadas. No entanto, apesar das vantagens enumeradas para a sua existência, as televisões de proximidade continuam a ter dificuldades em crescer. Neste sentido, surge como exemplo o caso do Porto Canal, um órgão que se assume como promotor de informação de proximidade, e de quem se espera ver cumprido o pacto de proximidade, isto é, veicular conteúdos informativos que deem voz e imagem aos cidadãos sempre com o mesmo propósito: o desenvolvimento da região.

Para esse efeito, a reportagem surge como o género ideal. Aquele que permite a aproximação do jornalista ao seu público, que o leva ao local e às suas gentes para contar aquilo que aconteceu.

Durante a realização de uma reportagem pensada para um público com quem se tem de criar laços de pertença, identificam-se regras de construção que a diferem das transmitidas nos meios de comunicação de âmbito nacional.

No que respeita à produção é preciso ter em conta que a única forma de obtenção de informações privilegiadas passa pela realização de rondas diárias – contactos com os bombeiros e serviços de segurança – e pelos contactos recebidos, quer individualmente, quer em representação de entidades. Aqui não há lugar para o jornalismo de investigação.

Depois de receber a informação é necessário proceder à seleção de forma a perceber se cumpre os requisitos para ser considerada de interesse noticioso. Nesse sentido a proximidade e a personalização dominam como critérios de noticiabilidade, ultrapassando a negatividade ou magnitude, valores notícia tão característicos dos meios de âmbito nacional.

Quanto à realização a noção de território deve estar sempre presente. Aquilo que se difunde e a forma como se faz deve ser sempre a pensar na-

queles a quem se dirige. Ou seja, a linguagem utilizada a proximidade de tratamento, o sentir-se parte daquela comunidade é essencial para que uma reportagem de proximidade seja bem construída.

Por fim, em jornalismo de proximidade, o jornalista é também o responsável pela pós-produção. É a mesma pessoa que vai ao terreno presenciar o acontecimento, que conta a história em formato audiovisual e a entrega ao público.

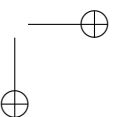
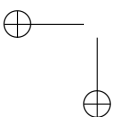
Em suma, os diferentes procedimentos seguidos para a construção de um género jornalístico tão praticado em todos os meios de comunicação espelham o carácter único do jornalismo de proximidade.

Referências Bibliográficas

- Bourdieu, P. (2005). *Sobre a Televisão*. Oeiras: Celta.
- Boure, R. & Lefebvre, A. (2000). *Télévisions «locales» ET*. n. 26, 27.
- Camponez, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade*. Coimbra: Minerva.
- Canal, P. (2015). “Novo” Porto Canal nasce já dia 11 de Janeiro. Um Canal para SENTIR AINDA MAIS. Retrieved from <http://portocanal.sapo.pt/noticia/77435/>
- Coelho, P. (2005). *A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Coelho, P. (2007). FLP A função social das televisões de proximidade. Por um modelo de comunicação alternativo. *Estudos em Comunicação*, (1): 319-331.
- Correia, J. (1998). *Jornalismo e Espaço Público*. Retrieved from http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110826-correia_jornalismo_espacopublico.pdf
- DN. (2006). *As televisões que vão ao “fim da rua” na Internet*. Retrieved from <http://www.dn.pt/arquivo/2006/interior/as-televisoes-que-va-ao-fim-da-rua-na-internet-641001.html>
- Gerbaud, D. (1996). La presse locale, facteur de cohésion sociale. *Communication et Languages*, (109): 10–11.
- Godinho, J. (2011). *As Origens da Reportagem – Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte.



- Guirado, M. (2004). *Reportagem: a arte da investigação*. São Paulo: Arte & Ciência.
- Raimundo, O. (1991). *A Linguagem dos Jornalistas - Manual de escrita jornalística*. Ericeira: O Acontecimento.
- Rebelo, C. (2010). TV Local e alegação da sociedade civil, a diversidade e o pluralismo: o (não) caso português. *Actas II Congresso Internacional Latina de Comunicación Social*. Universidad de La Laguna.
- Silva, R. (2010). *A Transição do Jornalismo – Do Século XIX ao Século XX*.
- Traquina, N. (2007). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.





DOI: 10.20287/ec.n22.a06

Convergence of technologies and journalists: Translation of journalistic practices through ANT perspective

Anoop Kumar & M. Shuaib Mohamed Haneef

Pondicherry University

E-mail: anoop.bhumasscomm@gmail.com / shuji22@gmail.com

Abstract

The field of journalism has always been inflected by technological disruptions that take place continually. Disruption ushered in by the digitalisation and convergence of media has changed the ways journalists perform their routine journalistic tasks. Non-human actants like mobile phones, smart phones, messaging apps, and social media among others have influenced journalistic practices in the realm of converged media. This research paper attempts to explore how smart phones, social media and other convergent media and related practices alter or translate the journalistic network of news production. To understand the phenomena, the researchers conducted in-depth interview with twelve journalists from the Hindustan Times and Hindustan Dainik, Lucknow and Dainik Jagran, Allahabad, Uttar Pradesh. The audio recordings of interviews were tran-

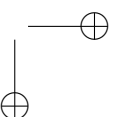
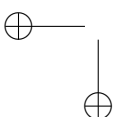
scribed and coded as per the three stages of thematic analysis using qualitative data analysis software NVivo. Emerging literature on convergence journalism and actor-network theory has been invoked for analysis and discussion. The analysis shows that journalists from all three newspapers are adept at dealing with converged technologies and concomitant practices. News technologies like WhatsApp, Facebook, Twitter, the content management software or central server (NewsWrap) and page-making software namely QuarkXPress and Adobe InDesign have become prominent non-human actors performing the role of mediators. The attendant practices of these news technologies indicate substantial translation of the journalistic network in terms of how journalists do their work and how the resources of the organisation and the knowledge produced are coordinated.

Keywords: media convergence; journalists; ANT; translation; black box.

Data de submissão: 2016-05-10. Data de aprovação: 2016-05-25.

Estudos em Comunicação nº 22, 105-122

Maio de 2016





Introduction

THE MIT political scientist Ithiel de Sola Pool has been hailed as the Prophet of convergence by Jenkins (2006). It was Ithiel de Sola Pool who for the first outlined the concept of convergence. Multimedia and interactivity have been identified as salient capabilities of convergent media (Boczkowski, 2004). Media convergence has been defined as:

...the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behaviour of media audiences... (Jenkins, 2006, p.2)

There have been several areas of convergence such as “device, network and content” (Flynn, as cited by Appelgren, 2004) and “social or organic convergence and technological convergence” among others proposed by Jenkins (2001). While social convergence deals with the multi-tasking behaviour of users, technological convergence is concerned with the flow of digital information across platforms. While Negroponte (1989) envisaged convergence as merging of the publishing, broadcasting and computer industry, Dubberly (2011) proposed convergence 2.0 model which is comprised of internet-based services, social network and the physical world. Pavlik (2000) sees journalism as technologically enabled exercise. Technology has affected how journalists do their job and the contours of relationship among journalists, readers and sources (Pavlik, 2000). There has been sea-change when it comes to the relationship of journalists with their sources and readers ushered in by convergence practices (Pavlik, 2004). The phenomenon of media convergence has brought disruption from the beginning and is continuously altering and/or shaping the way journalists do their job.

Convergence is more than merely technological change rather it has different cultural dimensions (Jenkins, 2004). The alteration caused by media convergence affects the “relationship between existing technologies, industries, markets, genres and audiences” (Jenkins, 2004). Robinson (2011) sees convergence as ‘crises’ and demonstrates in his study that power hierarchies has changed with the introduction of digital technologies and in such an environment, news workers having technical skills enjoy a relatively privileged position compared to those having cultural mind-sets of print domain. Cottle and Ashton (1999) challenge the technological myopia and determinism





and conceive of technology as socially and culturally shaped and embedded in corporate and professional culture.

By combining the diffusion of innovation theory and actor-network theory, Micó, et al. (2013) demonstrated in their seminal work that the outcomes of convergence process were unpredictable and largely shaped by the dynamics of groups involved in the process. Unlike the diffusion of innovation theory (Rogers, 1995) which predicts the trajectories of innovation process well in advance, the actor-network theory (Latour and Woolgar, 1979) recognises the processual dynamics of any innovation and points out at the unpredictability of the trajectories of any innovation and its final outcome.

This research paper attempts to explore how ‘news technologies’ and related practices alter or translate the ‘journalistic network’ of news production. Further, this research paper explores how certain actors in the newsroom become the indispensable part of the news production process and how some of them become the obligatory point of passage for most of the news-related activities. Again, the resistance put forward by other actors against any change or translation process has also been explored. The researchers have used actor-network theory as the theoretical framework to understand the research subject.

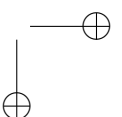
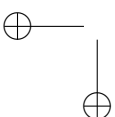
News technologies encompass a range of applications (software and hardware) which include the social networking sites, blogging and micro-blogging sites, messaging apps, computer, internet, mobile phone, smart phone, page-making software and content management software. In addition, journalistic network is defined as assemblage of all journalists, organisational set up, technologies, network, statements, guidelines and the knowledge produced. Journalistic network shapes how and what kind of knowledge/news would be produced.

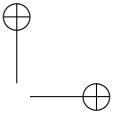
Building on the above proposition, this study is guided by the following research question (RQ).

RQ1. How ‘news technologies’ and related practices alter or translate the ‘journalistic network’ of news production?

Theoretical framework

Actor-network theory (ANT) was developed through the works of Bruno Latour, French philosopher and Steve Woolgar, a British sociologist. Later the



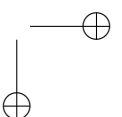


ANT, important theory of the Science and Technology Studies (STS), was further refined by the works of Michael Callon, John Law, Nick Couldry among others. The ANT proposes a conceptual framework and analytical tool to understand the technological innovation being assimilated into any given establishment with all its processual implications, the minutiae of the working practices and the ways facts are constructed. Latour and Woolgar studied the Salk Institute for Biological Studies in San Diego for two years and then demystified the “mysterious scientific world” by providing the detailed descriptions emerging from ‘following the actors’ (Hemmingway, 2008). Applying the ANT to present study, the scientific laboratory and the scientific facts are to be read as newsroom and news respectively.

Actor-network theory (ANT) rejects the positivist proposition of presupposed dichotomies between nature/society, micro/macro, subject/object, good/bad, human/animal, and human/machine proposed by the classical sociology led by Emile Durkheim and Auguste Comte. Instead, the ANT embraces the flat ontology where these binaries are not accepted and where all actors are given equal level playing field (Dudhwala, n.d.). In an attempt to de-differentiate, the ANT delegates equal power to both human and nonhuman actors. It is through their association with other actors that they can exert their power. An actor:

...is any element that bends space around itself, makes other elements dependent upon itself and translates their will into a language of its own (Callon & Latour, 1981, p. 286).

Actors have been termed as actants with a view to neutralising the term. Actants are made of three things- humans and animal, technologies and gods (Hemmingway, 2008, p. 23). Journalists, human actors, working in the newsroom and the infrastructure and technologies, the non-human actors, being applied in the newsroom would be dubbed as actants. Like human actors, even the nonhuman actors such as central server or hub play a significant role in the news production process (Hemmingway, 2005). Network indicates the interconnection, intersection and interaction among several nodes. Actors, resources, notes, guidelines, statements, infrastructure, etc. constitute as each node. These nodes may be situated anywhere in the network. The network extends the newsroom to outer nodes and the nodes situated at periphery bring the reality into the newsroom. This should not be equated with internal and





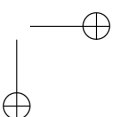
external reality. There is no fixed start or end point in the network. The network suggests that:

...resources are concentrated in a few places – the knots and the nodes – which are connected with one another – the kinks and the mesh – these connections transform the scattered resources into a net that may seem to extend everywhere (Latour, 1987, p.180).

The network of the ANT is very identical to the concept of rhizome proposed by Deleuze and Guattari (1987) in their book *A Thousand Plateaus*. Deleuze and Guattari opposed the generation and organisation of knowledge in arborescent (tree like) manner and proposed instead that it is assembled in planar and rhizomatic manner. Rhizome rejects the dualities of a fix beginning and resolution. It is always in the middle, in between and at intermezzo level.

Translation is the process by which actor(s) interact with other actors and an actor's space gets expanded through the enrolment of more actors into its alliance. It is through the translation that actors exert their power and change other actors' behaviour. It is an on-going process which involves creation of multiples actor-networks. Callon (1980,) defines translation as "creating convergence and homologies by relating things that were previously different". Translation is also characterised by the resistance put forward by other actors with a view to opposing an actor's will and power (Hemmingway, 2008, p. 23). When an actant succeeds in making an alliance by enrolling often discrete actors and when its concomitant practices become stabilised and unquestioned, actant attains the *black box* status. The black box status of any actant shows that it has faced the *trials of strength* successfully in any network, it is momentarily locked and impermeable to disagreement (Latour, 1987).

Intermediaries and mediators are other key components of ANT (Fioravanti and Vehlo, as cited by Spyridou et al., 2013). Intermediaries exert less power while mediators "transform, translate, distort and modify" other actors (Dudhwala, n.d.). The sociologists of social prefer an assemblage where there are more intermediaries and less mediators whereas the sociologists of association (ANT) do not have any preference for specific social segregation and where there are more mediators all jostling with and against each other (Latour, 2005). Immutable mobiles facilitate the translation process but remain unchanged themselves. Statistics, questionnaires, charts, guidelines and inscription devices can be termed as immutable mobiles (Hemmingway, 2008).





These immutable mobiles are transformed from one actor to another and they stabilise the network.

Methodology

To understand the phenomena of social media, mobile phones and other convergent technologies being integrated into the newsroom culture, qualitative research design has been adopted. In-depth interviews with twelve journalists from *Hindustan Times* and *Hindustan Dainik*, Lucknow and *Dainik Jagran*, Allahabad were conducted in the month of March, 2015. *Hindustan Times*, the English newspaper and *Hindustan Dainik*, the Hindi newspaper run under the same publication group. Both the newspapers are being operated on the different floors of a single building in Lucknow.

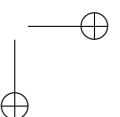
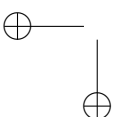
The profile of journalists includes copy editor, senior copy editor, chief copy editor, chief sub-editor, general manager, assistant manager, photojournalist, special correspondent and sub editor-cum-reporter. The interviews were audio-recorded with prior consent of the subjects (journalists) and later on transcribed for analysis which was carried out during July-August, 2015. Coding was done following the three stages of thematic analysis (Kings & Horrocks, 2010). Qualitative data analysis software, *NVivo*, has also been used to analyse the transcripts. Journalists' name has been anonymised. The selection of the newspaper and the journalists for interview was based on convenience.

Analysis

Technological agency of mobile phone and smart phones

Mobile phones and smart phones have become instrumental for the journalistic works (Pavlik, 2000). Mobile phone has changed the way how journalists collect inputs and talk to their sources (Pavlik, 2004). It is becoming as essential as computer. Be it asking for news updates, clarifying any issue or simply talking to fellow journalists, the mobile phone has made the conversation process much simpler. Senior copy editor at *Hindustan Times* tells:

...It is quite simpler to connect with reporters via mobile phone in comparison to the office phone where we need to type the num-





bers. You just can talk to them over mobile phone or you can just send them text message.

Mobile phones have become quintessential and have reconfigured production of news stories starkly. With the help of these convergent technologies (mobile and smart phones), news events can be covered economically in terms of time and material resources. Given the accessibility brought in by the mobile phone, stories can be prepared even without going outside the newsroom. The mobility of mobile phones has caused a reduction in the running around and the physical movements but the importance of actually going to the field cannot be denied. As chief sub-editor, *Dainik Jagran*, Allahabad illuminates on this aspect:

Yes of course, physical movement has decreased. There are two things regarding the bodily movement. It is true that we needn't to go to the field sometimes and we can prepare the news out of the material available on WhatsApp or other platforms but if you go to the field you will necessarily get something new or interesting dimension to the story. It is useful for those who want to stay in the newsroom itself but those who go the field, they will get benefited.

As far as collection and verification of news stories are concerned, the mobile phone and smart phones have the agency to alter the journalistic practices. They have translated the relationship of journalists with their sources and fellow journalists and the way journalists interact with them. This non-human actant appears to have acquired important position in the journalistic network. However, the semi black box status of the mobile and smart phones is subject to challenge and change. Chief sub-editor at *Dainik Jagran*, Allahabad indicates towards the amenability of semi-black box status of mobile phones:

There is great deal of decrease in the physical movement but no doubt we have to go the field also sometimes. We had one incident where there was no event and we received even the press notes also... Had we not verified it, we would have published the press note. Whenever there is any big event, you have to go to the field. As far as small events or soft news stories are concerned, you can manage even without going to the field.



The strategies (ill-conceived) of human actors, the magnitude of big news events and the quality concerns put a resistance to the punctualisation/black-boxing of mobile phones.

The CMS as obligatory point of passage

The content management software (CMS) or the central server helps the news institution organise and manage all the resources, assignments and activities. Through the central server, newsrooms also become connected to other newsrooms for the purpose of collaboration. Both the newspapers – *Hindustan Times* and *Hindustan Dainik* – use *NewsWrap* as the CMS. Microsoft content management software is being used at *Dainik Jagran*. Sub-editor-cum-reporter at the *Hindustan Dainik* tells that *NewsWrap* is very useful. According to him,

NewsWrap is used for as content management software. Through NewsWrap, we can send the news items to other desks and we receive various news items on NewsWrap itself coming from news agencies...While preparing any news story, I keep on checking NewsWrap to see whether there are any new stories or new development in any previous story.

Chief copy editor, *Hindustan Dainik*, also holds similar views regarding the CMS:

NewsWrap is such a technology through which we can share our stories with each other. We can send our story to anyone in the newsroom or at other places. We can see who is checking our Quark pages. This technology is being adopted by many newspapers.

The CMS is considered as the life line of any newspaper as all the activities surrounding the journalism are organised and managed through it. Almost all the journalists, people at the managerial level and technical assistants are supposed to interact with the CMS routinely. All the stories are fed into the software and stories from the news agencies and other sources are routed to newsroom via the CMS. Assistant Manager (IT) *Dainik Jagran*, Allahabad tells about the crucial role of the CMS in following words:



Our content management software is the life line of our newspaper. We are connected to all of our centres. We can share stories in a reciprocal way with our other centres. It is central database for all the activities in the newsroom. It helps journalist do their job in a proper way. If any story gets repeated, it recognizes that story and informs that the concerned story has been published with details of edition and location.

The CMS or the central server becomes the obligatory point of passage for almost all the news stories, journalists, management and the technical team as well thus attaining the status of black box. The CMS and associated practices have been hailed as stabilised, normal and necessary. Journalists can be resistant to upcoming software for page designing or video and photo editing, but their resistance towards the CMS would be feeble. By the virtue of the very starting point and obligatory point of passage for everyone, the CMS turns into black box. The uncontested status of CMS indicates that it has successfully translated other actors' behaviour and enrolled other actors and/or constellation of actors into its alliance. The practices related to the CMS become so normalised that no one questions it.

The CMS and enfolded actors (technical assistants) enjoy a more privileged position in the newsroom. The complexity of the functioning of the server, necessity and easiness of the tasks to be performed through the CMS and the expertise of technicians make the CMS stable. Further, the black box status or punctualisation of the CMS is intensified by the very acknowledgement of the fact that the functioning of server and system is contingent and it may fail also. In such case, the cognoscenti (technical assistants) would come for rescue. Assistant Manager (IT) *Dainik Jagran*, Allahabad elaborates on this aspect:

We have another second line in case of emergency. If our main server gets failed, we have our second server to help us. If any journalist faces any problem regarding technical things, we help them. We can't wait for tomorrow rather we have to do our job now. We find solution to the problem. Work is to be done instantly. In journalism, the most important thing is the time so we can't delay anything.



Real time conversation with multimedia content through *WhatsApp*

WhatsApp has emerged as significant messaging app. Journalists can have real-time conversation with their fellow workers and friends. They can share multimedia content via *WhatsApp*. It is influential in doing the journalistic work. Whatever is happening around the world, journalists get updated with every single detail via *WhatsApp*. Furthermore, *WhatsApp* has changed the nature of interaction between journalists and their sources (Pavlik, 2004). First of all, journalists needn't to go the field to meet their sources personally rather they can talk over phone. Secondly, if necessary, source can send the entire data via *WhatsApp*. Additionally, reporting from the field is being heavily negotiated and shaped by *WhatsApp*. Reporters from the field can send the text, photo, audio, and video and if needed contacts as well. The story can be broken instantly with inputs from *WhatsApp*. Full-fledged story can be prepared later on. While talking about the role of *WhatsApp*, senior copy editor at *Hindustan Dainik* says in following words:

I use WhatsApp and I think that WhatsApp has changed journalism a lot. We get all the information regarding the office meeting, events taking place, the details about the field and beat of journalists and all other aspects of journalism.

Other messaging apps like *Facebook Messenger* and *Google Hangout* are being used by journalists but when compared to *WhatsApp*, these apps are not so frequent. General Manager, *Dainik Jagran*, Allahabad highlights the potentials of *WhatsApp* when it comes to reporting from the field as this:

With WhatsApp, our reporters can break the news from anywhere. They need to just click the photo and send it through WhatsApp. They are able to do real-time reporting with WhatsApp.

WhatsApp has also proved to be beneficial for photojournalists as well. Photojournalists can share their photos with their colleagues, if necessary, and at the same time they can send the photos to the newsroom instantly without going to the newsroom. Journalists accept that sometimes they are not able to get reach at the site of news event and in such case they have their own network of fellow journalists with whom they exchange the photos. Photo-journalist, *Dainik Jagran*, Allahabad tells about the contribution to *WhatsApp* in his routine as follows:



WhatsApp is more personal unless you distribute your number to a large of people... We have many groups on WhatsApp and we have added many other organizations to our group. So we usually get many stories via WhatsApp. I am here and if I shoot any photo, I update the photo through WhatsApp. I needn't to go to the office.

The functionalities and easiness of working with *WhatsApp* have of course elevated it to a point where it becomes obligatory for almost everyone. All the human actors in and around the newsroom, with few exceptions, are supposed to have *WhatsApp* account and utilise it for performing their tasks. Along with other black boxes, *WhatsApp* too has attained central stage. The indispensability of *WhatsApp* in the daily routine of journalists makes it a black box. As ANT posits that any black box isn't permanent and is subject to questioning. Though actants may accept the black box as the obligatory point but they don't always surrender- they can put resistance also. Chief sub-editor, *Dainik Jagran*, Allahabad do accepts the "black boxness" of *WhatsApp* but sometimes he expresses his resistance by the way deleting some *WhatsApp* messages thus negating the translation:

Since we are always available on WhatsApp, we are receiving a lot number of messages at every moment. I can't read these messages. It is very difficult to filter out messages. I have many unseen messages. Ultimately, I will have no option but delete all the messages. Sometimes it becomes very hectic and difficult to deal with but then you have survival issue.

Though it's difficult to deal with innumerable messages coming through *WhatsApp*, journalists are again left with no option but to see the messages due to the survival issues. *WhatsApp* has managed to enrol other actors in its network in such a way that jettisoning its use may render the journalists unfit. *WhatsApp* is reassuring its black box status.

Social media as prime site for networking, sharing and getting news updates

Social media has emerged as prominent medium to connect to the near and dear ones, colleagues, friends and readers irrespective of temporal and spatial



restrictions. Social media sites, especially *Facebook*, prove to be powerful and expressive medium in that journalist can speak their mind. Whatever they are not able to write in the main journalistic narratives, they can express freely on social media. *Facebook* and *Twitter* have been evolving as essential medium for discussion and debate. Since, they can't keep an eye on all the news websites due to time constraints, *Facebook* and *Twitter* have evolved as key referral medium for them. If there is any major incident, they get updated via social media. Further, social media sites like *Facebook* and *Twitter* have proved to be valuable in terms of getting in touch with readers. Journalists get responses from their readers. Special correspondent at *Hindustan Times* opines about social media:

Generally with Facebook and Twitter, we are abreast of new information. On Twitter, you have many news feeds; so in that way you are abreast of new updates... Usually I get responses from readers on various aspects of stories. Some readers like the story and some don't like at all. It is kind of regular feature of our daily life.

Blogs, tweets and posts written by high profile celebrities most often constitute as ingredients for news. Moreover, other journalists accept that sometimes they get the story ideas from shares, debates and discussion happening on social media. Many journalists agree that they sometimes get the full news stories first hand via *Facebook* and *Twitter*. Chief sub-editor, *Dainik Jagran*, Allahabad narrates the importance of social media with respect to gauging popular sentiment and at the same time cautions against the issue of authenticity:

...If we are not on Facebook and Twitter, we can't guess as what is going in there and what is the popular sentiment. You see the Anna movement was brought to success because of social media. Social media gave a huge platform to this movement. We do get story ideas from social media and we make story out of that idea but we do not take full story from social media. Social media has the problem of authenticity. Anyone can write anything. Unless we verify those statements and posts, we can't write.



Photojournalist, *Dainik Jagran*, Allahabad tells about one incident when he along with other journalists prepared a news story based on the inputs given on *Facebook*:

Facebook is quite helpful in many respects... I have one incident where we prepared one story based on the inputs given on social media. There is a locality called Shankargarh across the bank of Yamuna. That locality was facing the problem of water-scarcity. Someone posted on Facebook that there people were forced to take water from pond. We took up the issue and made a full-fledged story.

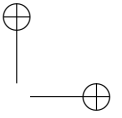
Social media sites and blogging and micro-blogging sites which used to be performing the intermediary roles once, have turned into the principal mediator when it comes to preparing and disseminating news stories and deciding the newsworthiness of any event. By guessing the popular sentiments on social media, which is now a mediator, journalists decide which stories to be covered and which aspects of the stories to be focussed on.

Inscription devices of guidelines working as the immutable mobile

Guidelines regarding the use of certain words, the word limit, the structure of the news, websites to be opened in the peak hour among others constitute as inscription devices into the newsroom. These devices facilitate the translation process in the network. Sometimes fliers can be seen, indicating the choice of words, word limit and the instructions to be adhered to by the journalists regarding the structure of news, stuck on the notice boards and near the desks where journalist will be working. These fliers can be termed as inscription devices. Photojournalist, *Dainik Jagran*, Allahabad explains about the guidelines issued by his organisation that govern his behaviour related to photography:

Yes, we have some guidelines regarding the camera and Photo-shop. We are instructed as how take photos in day time, at night or at twilight time and what should be correct combination of aperture and shutter speed.



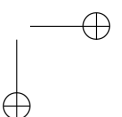


The irrefutability of the importance of inscription devices and stabilised position in the network turn it into immutable mobile. These devices change the actions of other actors but remain unchanged and fixed.

Discussion

Mobile phones and smart phones have taken a crucial position in the newsroom. The significance of smart phones is very similar to that of computer. This super device (Dekerf et al., as cited by Appelgren, 2004) is profoundly affecting and shaping the journalistic work. With the advent of *WhatsApp*, multimedia content can flow across platforms. Smart phones with apps and internet facility can be dubbed as the device convergence (Flynn, as cited by Appelgren, 2004) as the features peculiar to certain platforms all are converged in a single device. Furthermore, the content management software (CMS), namely *NewsWrap* and Microsoft CMS, seems to be working as the principal mediator in the daily routines of journalists. Social networking along with mobile phone is proving to be beneficial for journalists in terms of writing and sharing their views, getting response from readers and colleagues, being informed on various activities taking place on social media which has become important referral medium to news websites and getting stories ideas from the posts and debates among others. Furthermore, social media and mobile phones have changed significantly the relationship between journalists and their sources. Journalists from newspaper are no longer 'recalcitrant technophobes' (O'Sullivan and Heinonen, 2008) rather they are adapting to new journalistic practices and work culture ushered in by media convergence.

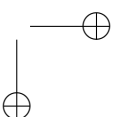
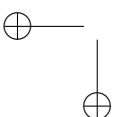
It is clear from the above analysis that various actants including journalists, managers, technicians, reporters, photojournalists, assistants, organizational set up, technologies and associated practices, content management system, page designing software, statements, guidelines and readers, inter alia, constitute a complex journalistic network (Latour, 1987, 2005; Law, 1999; Latour & Woolgar, 1979; Callon, 1981; Callon & Latour, 1981; Cottle & Ashton, 1999; Hemmingway, 2008). Lots of explicit and implicit interactions and transactions take place among these actants which are situated at different nodes of the network. *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter*, the content management software or central server (*NewsWrap*) and page-making software namely *QuarkXPress* and *Adobe InDesign* have become prominent nonhu-

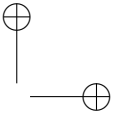




man actors which are interacting with other actors continuously in a ‘nomadic manner and rhizomatic shape’ (Deleuze & Guattari, 1987), establishing associations, alliances and connection and translating multiple actor-networks. *WhatsApp* has ushered in tremendous change in the form of reporting and breaking the news in print journalism. Likewise computer, mobile and smart phones appear to be playing the role of mediator in that influencing the journalistic work heavily. As few journalists accept that they get story ideas from *Facebook*, it indicates that social networking sites have become crucial mediators when it comes to striking story ideas in some cases (*Facebook*) and disseminating the news story (*Facebook* and *Twitter*).

The agency of content management software or central server (*NewsWrap* and *Microsoft CMS*) seems to be working as “black box” (Latour, 1987, 2005; Latour & Woolgar, 1979; Callon, 1981; Callon & Latour, 1981; Hemmingway, 2008) in that the CMS takes the central stage. All actants – both human and nonhuman – are supposed to touch the *obligatory point of passage* which is the CMS. All the news stories prepared and sent by journalists, news agencies and other sources are routed via the CMS. Though the black box status of the CMS shows that it is stabilised momentarily, it has faced the ‘trials of strength’ successfully and it is accepted by other actors unquestioningly. Constellation of other actors (*Facebook*, *Twitter*, mobile phones and *WhatsApp*) engages in sustained negotiation with the *black box* and tries to challenge the *black box* status of the CMS in itself. These actors put forward resistance against the black box. The resistance is also a part and parcel of the translation process. The semi-black box status of mobile phone is challenged by the big events and the quality concerns. Sometimes the stress due to imploding messages through *WhatsApp* is translated into vociferous resistance leading the human actor to delete or ignore the messages. Social networking sites, blogging and micro-blogging sites, messaging apps and mobile phones extend the journalistic network from the encircled boundaries of newsroom to the fenceless multiple locations of the network (Latour, 1987, 2005). Furthermore, the network also gets extended to other locations via the *NewsWrap* when journalists share their stories, see other journalists’ stories, get suggestions and keep on receiving updates from news agencies. Thus, the concentrated resources are distributed and transformed through connection and links among various nodes and knots (Latour, 1987). Thus, the journalistic network





of news production indicates a planar, nomadic and rhizomatic structure of the news organisation (Deleuze & Guattari, 1987).

It is obvious from the analysis that news technologies are at work in and around the newsroom. The attendant practices of these technologies indicate a great deal of *translation* or *alteration* of the journalistic network in terms of how journalists do their work and how the resources of the organisation and the knowledge produced are coordinated. Since this paper is focused on exploring only the *translation* of the journalistic network, further focused research is needed to enquire how these news technologies are themselves getting *altered or translated*.

To conclude, the exploration of news production network which is heterogeneous and full of complexities should not be concluded so easily because ANT doesn't believe in the rendering of knowledge in simple, transparent, singular and formulaic manner (Law, 1999). Predisposition to look for pinnacle and simplicity should be resisted.

Note

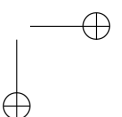
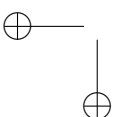
A part of this paper was presented at the National Seminar organised by the Dept. of Media Studies, Garden City College, Bengaluru.

Acknowledgement

The researchers are thankful to Mr. Ankit Kumar Singh, Mr. Dheeraj Kumar and Mr. Sandeep Dube for their kind help.

References

- Appelgren, E. (2004). Convergence and divergence in media: Different perspectives. *Proceedings of the 8th ICCC International Conference on Electronic Publishing*: 237-248.
- Boczowski, P. J. (2004). The process of adopting multimedia and interactivity in three online newsrooms. *Journal of Communication*, 54(2): 197-213. doi: 10.1111/j.1460-2466.2004.tb02624.x.
- Callon, M. (1981). Struggles and negotiations to define what is problematic and what is not: the sociology of translation. In K. D. Knorr-Cetina, R.



- Krohn & R.D. Whitley (Eds.), *The Social Process of Scientific Investigation*. Dordrecht, Holland: D. Reidel Publishing Co.
- Callon, M. & Latour, B. (1981). Unscrewing the Big Leviathan: how actors macrostructure reality and how sociologists help them to do so. In K.D. Knorr-Cetina & A.V. Cicourel (Eds.), *Advances in Social Theory and Methodology: Toward an integration of Micro- and Macro-Sociologies* (pp. 277-303). Boston, Mass: Routledge and Kegan Paul.
- Cottle, S. & Ashton, M. (1999). From BBC newsroom to BBC newscentre: On changing technology and journalistic practices. *Convergence*, 5(3): 22-43. doi:10.1177/135485659900500304.
- Cottle, S. (Ed.). (2003). *Media Organisation and Production*. London, Thousand Oaks, Calif and New Delhi: Sage Publications.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1987). *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. Athlone, London.
- Dubberly, H. (2011). Convergence 2.0 = service + social + physical. *ACM Interactions*, 19.
- Dudhwala, F. (n.d.). What is actor-network theory: What are its strengths and limitations as a form of sociological theory?. Retrieved from <https://oxford.academia.edu/FarzanaDudhwala>
- Hemmingway, E. (2005). PDP, the news production network and the transformation of news. *Convergence*, 11(3): 8-27. doi: 10.1177/135485650501100302.
- Hemmingway, E. (2008). *Into the newsroom: Exploring the digital production of regional television news*. London and New York: Routledge.
- Jenkins, H. (2001). Convergence? I diverge. *Technology Review*.
- Jenkins, H. (2004). The Cultural Logic of Media Convergence. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1): 33-43. doi: 10.1177/1367877904040603.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York and London: New York University Press. Retrieved from <http://en.bookfi.org/>
- King, N. & Horrocks, C. (2010). *Interviews in qualitative research*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage.

- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*. Oxford: Oxford University Press. Retrieved from <http://en.bookfi.org/>
- Latour, B. (1987). *Science in Action*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Latour, B. & Woolgar, S. (1979). *Laboratory life – The social construction of scientific facts*. Beverley Hills, Calif. and London: Sage
- Law, J. (1999). After ANT: Complexity, naming and topology. In J. Law & J. Hassard (Eds.), *Actor Network Theory and After* (pp. 1–14). Oxford: Blackwell.
- Micó, J. L.; Masip, P. & Domingo, D. (2013). To wish two impossible things*: Convergence as process of diffusion of innovations in an actor-network. *International Communication Gazette*: 75(1): 118-137. doi:10.1177/1748048512461765.
- Negroponte, N. (1995). *Being digital*. Retrieved from <http://en.bookfi.org/>
- O’Sullivan, J. & Heinonen, A. (2008). Old values, new media. *Journalism Practice*, 2(3): 357-371. doi: 10.1080/17512780802281081.
- Pavlik, J. (2000). The impact of technology on journalism. *Journalism Studies*, 1(2): 229-237. doi: 10.1080/14616700050028226.
- Pavlik, J. V. (2004). A Sea-change in journalism: Convergence, journalists, their audiences and sources. *Convergence*, 10(4): 21-29. doi:10.1177/135485650401000404.
- Robinson, S. (2011). Convergence crises: News work and news spaces in the digitally transforming newsroom. *Journal of Communication*, 61(6): 1122-1141. doi: 10.1111/j.1460-2466.2011.01603.x.
- Rogers, E. (1995). *Diffusion of innovation*. New York: Free Press.
- Spyridou, L-P.; Matsiola, M.; Veglis, A.; Kalliris, G. & Dimoulas (2013). Journalism in a state of flux: Journalists as agents of technology innovation and emerging news practices. *International Communication Gazette*, 75(1): 76-98. doi: 10.1177/1748048512461763.



DOI: 10.20287/ec.n22.a07

Quando o repórter aparece na TV: o corpo e a voz da notícia no telejornalismo

Filipe Peixoto & Flávio Porcello

UFRGS

E-mail: filipeixoto@gmail.com / flavio.porcello@ufrgs.br

Resumo

Este artigo trata da atuação do repórter de TV, que, apesar de ser um dos principais narradores da televisão, se encontra à margem das pesquisas acadêmicas. O objetivo foi mapear os estilos do repórter sob uma perspectiva histórica, buscando identificar diferenças e permanências nos elementos visuais da passagem (ou vivo), termo que no jargão jornalístico se refere ao momento em que o repórter aparece na reportagem. Como referencial teórico, utilizam-se conceitos de Bourdieu (2011), Goffman (1985), Coutinho (2012), Gutmann (2012), entre outros autores. Foram analisadas 72 reportagens das primeiras décadas do telejornalismo brasileiro e 73 reportagens contemporâ-

neas, totalizando 145 passagens. Os resultados apontam um aumento no uso de movimentos de câmera, assim como o repórter também está se movimentando mais. O enquadramento mais utilizado é o plano americano, mas o plano geral, em que o repórter aparece de corpo inteiro, se tornou mais usual. O tempo médio da passagem aumentou, a formalidade do figurino está sendo deixada de lado e o grafismo surge como elemento visual auxiliar do repórter. O trabalho ainda reafirma a importância do papel do repórter, que conduz a narrativa, confere credibilidade ao relato e estabelece um elo com a audiência.

Palavras-chave: repórter; telejornalismo; televisão; performance; audiência.

Abstract

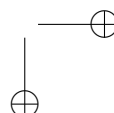
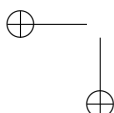
This paper investigates the performance of the TV reporter, that, despite being one of the main narrators of television,

is excluded of researches. The goal was to map reporter's styles from a historical perspective in order to identify

Data de submissão: 2016-05-09. Data de aprovação: 2016-05-30.

Estudos em Comunicação nº 22, 123-164

Maio de 2016





differences and continuities in the visual elements of the piece to camera, a term that in the journalistic jargon refers to the moment the reporter appears on TV. As a theoretical framework, we use concepts of Bourdieu (2011), Goffman (1985), Coutinho (2012), Gutmann (2012), among others. We analyzed 73 reports from the first decades of Brazilian television and 72 current reports, totaling 145 pieces to camera. The results show an increase in the use of camera movements, and the reporter is also doing

more movements. The most widely used framework is the medium shot, but the wide shot, in which the reporter appears full body, became more common. The average time of pieces to camera increased, the formality of clothing is being left aside and the graphics appears as a visual element helping the reporter. The study also reaffirms the importance of the TV reporter, that leads the narrative, gives credibility to the report and establishes a link with the audience.

Keywords: reporter; broadcast journalism; television; performance; audience.

Introdução

ESTE artigo insere o repórter de televisão no núcleo central da investigação científica, uma iniciativa ainda difícil de ser encontrada na pesquisa acadêmica. Em levantamento realizado em quatro bancos online brasileiros de trabalhos acadêmicos (Banco de Teses da Capes, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP e Lume – Repositório Digital da Universidade Federal do Rio Grande do Sul), encontramos apenas doze trabalhos, a partir da busca da palavra “repórter” ou “reportagem” no título combinada com as palavras “telejornalismo” ou “televisão” em qualquer campo. Entre estes trabalhos, cinco foram realizados por pesquisadores de fora da área da Comunicação, como Antropologia, Letras e Artes.

Por meio da prática profissional, percebemos a relevância da presença do repórter diante da câmera, marcada principalmente pela gravação da passagem ou vivo¹, termos do jargão jornalístico que se referem ao momento em

1. O termo técnico “vivo” é o mais utilizado no telejornalismo português. Já o termo “passagem” é característico do telejornalismo brasileiro, que também já usou outras nomenclaturas para se referir ao momento em que repórter aparece, como, por exemplo, termos associados à disposição da inserção na reportagem: “boletim de abertura”, “boletim de passagem” e “boletim de encerramento” (Rezende, 2000). Neste artigo, será adotado o termo “passagem”.





que o repórter aparece na TV durante a reportagem. Trata-se de um momento da reportagem que precisa ser executado com esmero, para não conturbar a narrativa e, preferencialmente, para contribuir no desenvolvimento da história que está sendo contada. Para estudantes de jornalismo e também para jornalistas em início de carreira, um dos principais desafios é o desempenho diante da câmera, que pode despertar temor e insegurança. Exercer um domínio sobre suas performances e estabelecer uma relação de confiança e naturalidade com a câmera é condição para que o repórter de TV obtenha resultados produtivos.

Quando inserimos o telejornalismo em uma linha do tempo, é possível ver claramente a relevância da figura do repórter, que sempre esteve presente, não só por meio da voz que conduz a narrativa, mas também pelo corpo que se materializa diante da câmera para dar uma informação. Sob essa perspectiva histórica, verificamos a importância dada à aparição do repórter, o qual pode se apresentar de várias formas. Mas que formas são essas? Quais os códigos visuais que permanecem com o passar do tempo e o que mudou no modo com que o repórter de TV realiza uma performance para se comunicar com a audiência? São questões que pretendemos responder ao longo deste artigo, investigando os códigos visuais que fazem parte do momento em que o repórter aparece na TV, observando diferenças e permanências ao longo da história da televisão.

O telejornal

A diversificação de mídias e a pulverização do consumo do audiovisual, especialmente pela Internet, não retira da televisão seu papel hegemônico, com presença consolidada em 97% dos lares brasileiros². A TV desempenha uma função de praça pública dos tempos atuais, “onde os assuntos do cotidiano são oferecidos ao público para que recolha dali os temas a serem discutidos nas rodas sociais nos dias seguintes” (Porcello; Ramos; 2012, p. 215). Nas rotinas produtivas do jornalismo, a televisão tem como seu componente fundamental o trabalho em equipe. A divisão de atribuições no telejornalismo praticamente anula a possibilidade de uma autoria exclusiva, já

2. Dado que faz parte da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) de 2013, realizada pelo IBGE. Segundo o levantamento, o Brasil tinha 65,1 milhões de domicílios particulares permanentes, dos quais 63,3 milhões (97,2%) possuíam televisão (Revista Exame, 2015, documento eletrônico não paginado).



que uma reportagem é construída a muitas mãos, desde a concepção da pauta até a organização do conteúdo dentro do telejornal, passando ainda por outros atores, como repórteres, cinegrafistas, editores de texto, editores de imagem, entre outros.

Estar perto do acontecimento para poder falar sobre ele é uma prerrogativa do repórter de televisão. Depois de se aproximar do fato, compreendê-lo, captar as imagens e as entrevistas necessárias para construir uma história, ainda é preciso saber como apresentar a narrativa de modo que seja informativa, precisa e atrativa para o telespectador. Neste ponto, entra em ação uma característica que marca o texto no telejornalismo: a clareza da informação, uma busca pela inteligibilidade da maior parte da audiência.

A cultura profissional dos telejornalistas indica que o texto dito pelo repórter ou pelo apresentador deve ser simples, objetivo e, de preferência, escrito na forma direta (Becker, 2005). Nem sempre equilibrar a equação entre ser simples e ser raso é tarefa simples. “Escrever com simplicidade e construir um texto crítico e criativo é um constante desafio, pois as matérias, muitas vezes, tornam-se superficiais” (Becker, 2005, p. 73). Comprometido com a necessidade de ser compreendido pelo público, o jornalista adota muitas vezes um caráter pedagógico quando está informando. Se a proposta é introduzir um conceito que se parte do pressuposto que a maior parte da audiência não é familiarizada, a informação precisa ser abandonada ou se faz a opção pela explicação didática. Um exemplo é passagem da repórter de economia do Jornal Nacional da Rede Globo, Elaine Bast (Figura 1), que durante uma reportagem sobre a desvalorização da moeda Real, exibida no dia 22 de setembro de 2015, utiliza um texto didático para explicar o tema:

O valor da moeda é reflexo da saúde de um país. Se a economia está forte, vigorosa, isso traz valor pra moeda, que também se fortalece. Mas quando a saúde dessa economia vai mal, a moeda fica fraca e perde valor. É exatamente isso que está acontecendo com o real (Jornal Nacional, 2015).

Figura 1. Passagem de Elaine Bast, em 2015.



Fonte: Jornal Nacional, 2015.

Na passagem, a repórter está em um ambiente com pessoas e computadores, que pode ser associado ao mercado financeiro, e fala pausadamente, dando ênfase dramática nas palavras “forte” e “fraca”. A eficácia da metáfora depende do perfil da audiência. Para alheios ao mundo da economia, será esclarecedor, enquanto o telespectador que já sabe o significado de desvalorização monetária pode considerar a comparação desnecessária e até mesmo pobre de informação. Esses questionamentos, em maior ou menor escala, sempre acompanham os jornalistas de televisão, que precisam presumir uma audiência para fazer escolhas sobre como organizar seu discurso.

A esse exercício de antecipar um telespectador para o jornalista embasar decisões profissionais, Alfredo Vizeu (2005) chama de “audiência presumida”, conceito que oferece grande contribuição para pensar o telejornalismo sob a ótica do campo da produção. A premissa é de que os jornalistas constroem uma imagem do telespectador para o qual falam a partir de suposições pessoais e de construções alimentadas pela cultura profissional. Trata-se de uma imagem que não sabemos dizer se corresponde à audiência verdadeira, mas que mesmo assim exerce influência nas decisões tomadas para produzir a notícia.

O exercício de prever antecipadamente um público que vai assistir a reportagem está presente nas rotinas produtivas do repórter, desde a escolha das fontes até a escrita do texto final. Na gravação da passagem, a audiência

também se faz presente na construção do texto que será apresentado, seja ele memorizado ou dito de improviso. O repórter olha para a câmera como se olhasse para o público que o assiste, e enuncia um discurso em que considera o universo que presume estar presente diante da televisão.

Ao transformar em ação o ato de mediar a informação para o público, o repórter utiliza recursos de dramaticidade, como a exploração da expressividade do corpo e da voz, aliada ao conteúdo da fala. A transmissão da informação exige uma capacidade de interpretação, articulando corpo, voz, cenário e texto memorizado, habilidade típica de um ator. Sobre a gravação da passagem, Pinto (1997) destaca que o repórter de televisão precisa ter capacidade de concentração para que as pessoas ao redor não atrapalhem. A passagem precisa contribuir para o enredo da reportagem, e o “resultado deve ser uma historinha com começo, meio e fim, contada a um público muito exigente, sempre disposto a ir embora (trocar de canal) caso o ‘espetáculo’ não lhe agrade” (Pinto, 1997, p. 01).

O sociólogo canadense Erving Goffman (1985) estuda o comportamento dos indivíduos no cotidiano com alusões às técnicas teatrais, considerando que é preciso incorporar papéis, expressões e gestos para que se possa exercer melhor controle sobre as impressões dos interlocutores. Assim, o indivíduo representa papéis com o intuito de socializar e buscar os melhores resultados dentro de cada tipo de representação. “Quando um indivíduo se apresenta diante de outros, terá muitos motivos para procurar controlar a impressão que estes recebem da situação” (Goffman, 1985, p. 23). O autor postula que é possível dividir o que se vê em duas partes: “uma, que o indivíduo facilmente manipulará quando quiser, constituída principalmente por suas afirmações verbais, e outra, em relação à qual parece ter pouco interesse ou domínio, oriunda principalmente das expressões que emite” (p. 16). Sob essa perspectiva, podemos afirmar que não somente o texto do repórter influi na percepção do telespectador, mas também as expressões e a comunicação corporal, as quais compõem os significados apreendidos pelo interlocutor.

Apesar de cada repórter ser dotado de bagagens diversas e entendimentos próprios de direcionamento da reportagem, a presença dele no vídeo respeita uma linguagem estética que, por convenção, é compartilhada pelo grupo social de telejornalistas. Essa estética sofre tensionamentos, seja do formato do telejornal em que está inserido (mais tradicional, mais informal, mais policial), do estilo do repórter (mais sério, mais descontraído, mais ousado) e da

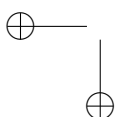


própria pauta, que pode ser de um assunto mais leve e fácil de exercer criatividade, ou um tema mais duro, que dificulta a elaboração de uma intervenção diferenciada do repórter. De qualquer forma, a passagem nunca é meramente uma construção individual e sem historicidade, já que carrega uma série de simbolismos e convenções internalizadas por repórteres e cinegrafistas. As decisões tomadas em campo, tanto em relação ao texto falado quanto à performance diante da câmera, estão inseridas num universo de possibilidades já instituído pelo próprio campo do telejornalismo.

Ao observar a reportagem de televisão, Gutmann (2012) postula que nos telejornais atuam sujeitos sociais que se implicam nos relatos, fazendo do seu corpo um lugar de personificação da notícia. Para a autora, o repórter não é percebido tão somente como um dos sujeitos sociais, e sim como o elemento central no processo de autenticação dos relatos, ao representar a presença simbólica da emissora de televisão no lugar e na duração temporal do acontecimento. A autora aponta que o repórter se constrói como um ser social que vive os fatos e, portanto, está autorizado a falar sobre eles.

Coutinho (2012) analisa a informação na TV propondo um paralelo entre notícia e drama, sem se deixar perturbar por associações precipitadas que poderiam relacionar essa aproximação com entretenimento e sensacionalismo. A intenção é entender as narrativas do telejornalismo como histórias que possuem início, meio e fim, onde é possível perceber conflitos que impulsionam seu desenvolvimento diante dos olhos do telespectador. A forma como a notícia é apresentada nos telejornais e o uso de personagens diversos para construir a narrativa também lembram os recursos da dramaturgia.

A encarnação de papéis é uma constante no cotidiano dos indivíduos, jornalistas ou não. Seguindo a analogia com a prática teatral, Goffman divide todo indivíduo em dois papéis: ator e personagem. Ao ator, cabe a função de constantemente representar, de acordo com o ambiente, a plateia e seus objetivos pessoais, “um atormentado fabricante de impressões envolvido na tarefa demasiado humana de encenar uma representação” (Goffman, 1985, p. 270). Já os personagens representados, que podem ser inúmeros para cada ator, são tipos idealmente fabricados para os propósitos da ocasião, “tipicamente uma figura admirável, cujo espírito, força e outras excelentes qualidades a representação tinha por finalidade evocar” (Goffman, 1985, p. 270). Cada papel, tanto ator quanto personagem, tem sua importância dentro do espetáculo do cotidiano que precisa prosseguir.





O repórter

Cada indivíduo é um potencial narrador e multiplicador de suas próprias narrativas, um distribuidor independente de suas subjetividades. Em meio a múltiplas vozes, está o discurso jornalístico, que se diferencia dos demais por suas especificidades. Todos os dias, os repórteres de televisão narram histórias que ajudam a retratar a sociedade, com o compromisso, idealmente falando, de informar, contextualizar e ajudar o público a entender o mundo onde vive. Em 1936, o filósofo alemão Walter Benjamin escreve um ensaio em que propõe uma visão própria sobre a narrativa. Na época, a televisão vivia seus primórdios, no entanto o autor faz ponderações que permanecem atuais. Segundo Benjamin (1996), “a experiência que passa de pessoa a pessoa é a fonte a que recorreram todos os narradores”, e o autor, ainda com foco nas narrativas escritas, destaca um estilo que, para ele, tem mais eficiência: “as melhores (narrativas) são as que menos se distinguem das histórias orais contadas pelos inúmeros narradores anônimos” (p. 198). A televisão veio a reforçar esse entendimento, incorporando na sua linguagem o estilo informal de comunicar.

Benjamin cita a função utilitária do narrador, que deve ser um homem que sabe dar conselhos. “Essa utilidade pode consistir seja num ensinamento moral, seja numa sugestão prática, seja num provérbio ou numa norma de vida” (1996, p. 200). O narrador faz uma pré-organização da história que vai contar, posicionando-se a partir de um lugar de fala e tomando decisões que interferem no resultado final do trabalho. Ao executar seu ofício, “seleciona algumas coisas e não outras; enfatiza umas, mas não outras; prefere alguns personagens a outros” e “por mais que ele tente dissimular as marcas da sua enunciação elas estão sempre lá e precisam ser apreendidas, assim como o fazemos num texto escrito” (Rossini, 2006, p. 115).

Benjamin (1996) destaca a função dos narradores, que possuem uma tarefa que não se limita a repassar um relatório de informações, como se fosse possível transmitir o estado puro das coisas. O labor se dá em mergulhar “a coisa na vida do narrador para em seguida retirá-la dele”, e assim, torna-se possível imprimir na história a marca do narrador, “como a mão do oleiro na argila do vaso” (p. 205). Tal associação serve bem ao trabalho do repórter de televisão que, além de transmitir a informação, precisa impregnar o relato



com suas impressões e experiências, aproveitando o estado de copresença para cativar o público e se tornar uma pessoa bem-vinda ao lar do telespectador.

As pesquisas acadêmicas em telejornalismo, ao se proporem a estudar as personas dos programas noticiosos, têm escolhido como objeto preferencial das análises os apresentadores de TV, que são vistos com autoridade suprema, cabendo a eles o ofício de “abrir a cena diária por onde desfila a sociedade com seus bons e maus exemplos”, assim como “fechar as cortinas do espetáculo, em geral com sorriso nos lábios pronunciando ‘Boa-noite, até amanhã.’” (Porcello, Ramos, 2012, p. 216-217). Este artigo busca contribuir com um equilíbrio, direcionando a pesquisa para o repórter, um agente de produção da notícia que tem grande potencial de imprimir marcas de autoria no seu trabalho. As histórias contadas pelos repórteres não são formadas apenas pelas palavras e imagens escolhidas pela equipe, mas também pela forma como o conteúdo é transmitido pelo corpo repórter.

Para Rosário (2004), não há comunicação sem corpo, que pode ser entendido nessa perspectiva como um meio básico de expressão humana, uma mídia primária. Os corpos ocupam os espaços físicos e também os midiáticos, tornando-se assim corpos eletrônicos, capazes de gerar significados, produzir mensagens e realizar trocas simbólicas. Na interação entre indivíduos, Goffman (1985) destaca que o essencial é ser acreditado pelo outro enquanto personagem em representação, independentemente se aquele que representa está convencido de seu ato ou cínico em relação a ele, ciente de que nem toda sua representação condiz com a realidade. O grupo observador, que no telejornalismo seria representado pela audiência, pode “perceber que o indivíduo está manipulando o aspecto supostamente espontâneo de seu comportamento e procurar no próprio ato da manipulação alguma variação da conduta que o indivíduo não tenha conseguido controlar” (Goffman, 1985, p. 20). Essa desconfiança faria o observador migrar da crença para a descrença perante a representação. Para executar a tarefa diária de ser acreditado pelos demais indivíduos, o corpo desempenha um papel chave, já que são as suas manifestações que vão compor um “texto que busca produzir credibilidade, manifestada na combinação complexa de traços e marcas que se expressam no rosto, no vestuário, no modo de andar, nos gestos, na postura, no uso dos espaços” (Rosário, 2009, p. 05).

O repórter interpreta corporalmente o dito, explora expressões faciais, gestualidades, proximidades e distanciamentos da tela. “Se antes a regra era



apresentar-se enquanto ventríloquo do fato, hoje o corpo do repórter também é explorado como lugar de performatização do acontecimento narrado” (Gutmann, 2012, p. 126). Quando a câmera liga e o repórter inicia sua mediação, o jornalista se readéqua enquanto corpo eletrônico narrador dos acontecimentos. Em cena, não se encontra um indivíduo desprovido de intencionalidades e de influências da cultura profissional, mas sim um sujeito midiático que se comporta conforme gramáticas audiovisuais compartilhadas pelo seu grupo: “cuidado maior com a aparência, olhar para a câmera, gesticulação contida, objetividade e rapidez na expressão verbal, poucos movimentos na expressão facial” (Rosário; Damasceno, 2014, p. 179). O texto corporal do repórter não é o mesmo que ele usa para as tarefas rotineiras, mas sim uma representação midiaticizada pensada para o ato enunciativo diante da câmera.

Na representação diante da câmera, o corpo eletrônico do repórter tende a reproduzir os mesmos formatos e recursos expressivos, já comuns dentro do seu grupo. Estamos falando de um corpo prescrito, padronizado, em que o narrador “se submete à imposição das gramáticas para articular seus discursos e fundamentar seus textos principalmente sobre o poder e o saber, sustentados pela força e pela lógica” (Rosário, 2009, p. 10). No entanto, é justamente na forma com que o sujeito televisivo articula os formatos hegemônicos que ele pode encontrar um caminho para a autoria. Se estamos lidando com corpos padronizados, são pelas brechas de performance que o narrador pode imprimir suas marcas de autor, recorrendo à clássica definição de Benjamin (1996) sobre o papel do narrador, de mergulhar a coisa narrada em si mesmo para depois colocar para fora.

O pesquisador Antonio Brasil, que atuou como repórter cinematográfico, afirma que “após mais de 50 anos de grandes realizações, o velho modelo de produção televisivo apresenta sinais evidentes de desgaste, se tornou repetitivo, pouco criativo” (Brasil, 2012, p. 115). Os modelos de produção persistem nem tanto por teimosia, mas em prol do funcionamento de um sistema que precisa produzir notícia a todo momento e necessita criar processos que deem conta de alimentar as programações noticiosas de milhares de emissoras de TV no mundo. Dentro das redações, o próprio modo de fazer convencional se perpetua por meio da referência que os profissionais recém-chegados têm nos mais experientes, que carregam maior bagagem normativa.

As instruções sobre como se portar diante da câmera, quais informações apresentar e como dizê-las podem ser aprendidas na formação acadêmica do

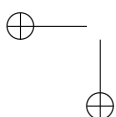




jornalista, em treinamentos promovidos pelas empresas ou na prática, por meio da observação daqueles já acostumados com um *modus operandi*, que perpetua velhos modelos. Para Brasil (2012), o repórter frequentemente aprende como se portar com o cinegrafista, “o verdadeiro professor para os jovens e não tão jovens jornalistas que se iniciam no telejornalismo” (p. 179). Apesar de ser protagonista na construção estética no telejornalismo, o cinegrafista é pouco estudado no meio acadêmico. A exclusão da categoria das pesquisas não deixa de ser um eco da falta de reconhecimento do profissional no mercado de trabalho. Por mais que um repórter esbanje talento na hora de performar, a relação da câmera com o acontecimento tem prioridade. A matéria-prima de uma narrativa televisiva depende da capacidade do cinegrafista de captar o fato com qualidade, precisão, agilidade e, em muitos casos, poesia.

Ramos (2012), que na sua obra analisa a relação do espectador com a imagem-câmera nas diversas situações do cotidiano, afirma que a câmera não existe por si só, há um sujeito concreto que está apertando o botão. No telejornalismo, trata-se do cinegrafista, parceiro diário do repórter, com quem divide tarefas, desafios e decisões de como mostrar o acontecimento. Tão importante quanto a decisão do que dizer ou mostrar na reportagem, é a forma com que serão mostradas as imagens audiovisuais, como por exemplo, os tipos de enquadramentos, o uso ou não de um movimento de câmera, o tempo destinado para cada tomada, entre outros. Da mesma maneira, o repórter, além de definir o texto que será dito, precisa decidir como será dito, qual o emprego de seu corpo na narrativa, que expressões faciais vão ser acionadas durante a gravação e até mesmo a escolha do figurino, que ajuda a compor um significado para o ato comunicativo.

A forma do repórter se comunicar com a audiência passa, necessariamente, pela atuação ativa do cinegrafista, profissional que decide como dispor os elementos visuais em cada plano. A postura estética que repórter e cinegrafista adotam também é política, porque se posiciona dentro de uma linguagem, seja a reproduzindo ou a desconstruindo. Esses dois profissionais, parceiros nas rotinas profissionais, também são potenciais agentes da mudança, ainda que estejam inseridos em uma lógica difícil de ser contrariada.



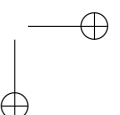
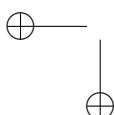


A passagem

No telejornalismo, o repórter se encontra em um eixo central de mediação. Em uma esfera restrita ao universo profissional, podemos afirmar que ele precisa agenciar anseios e expectativas dos colegas de trabalho que antevêm a reportagem (produção) e aqueles que a finalizam (edição) para exibição, assim como mediar as diversas vozes que serão ouvidas ao deixar a redação para captar imagens e entrevistas que farão parte da reportagem. Sob uma perspectiva abrangente, o repórter também faz a mediação entre a instituição televisão e a sociedade para qual reporta. Para Machado (2000), o repórter goza de grande autonomia, por estar na fronteira intermediária entre a voz institucional e a voz individual, desempenhando uma espécie de interface entre a televisão e o evento.

Por ser uma construção discursiva de razoável complexidade, é comum as decisões sobre como se dará a participação do repórter sejam pensadas e discutidas entre os colegas, como produtores, cinegrafistas e editores. Imbuídos nas rotinas profissionais que instrumentalizam o indivíduo no desempenho das tarefas, os repórteres se valem de modelos para compor sua performance diante do vídeo. Esses formatos são construídos historicamente por meio de um *modus operandi*, um modo de fazer impregnado nas rotinas dos repórteres de televisão, construído e modificado ao longo da história do telejornalismo.

Esse *modus operandi* a que nos referimos tem respaldo na teoria do sociólogo francês Pierre Bourdieu (2011), que enxerga o mundo social através de campos – espaços simbólicos diversos, onde agentes fazem parte, operam, ditam regras e formam uma rede de valores constitutivos. A noção de campo é complementada por outros três conceitos desenvolvidos por Bourdieu, que de forma sintética pretendemos apontar. O primeiro deles é o “capital”, que corresponde a um tipo de moeda que tem valor de acordo com as representações dentro de um campo. Aqueles que têm mais poder dentro do campo naturalmente possuem mais capital. Bourdieu, na sua obra, cita quatro tipos principais de capital: o cultural, o social, o econômico e o simbólico. O próximo conceito é de “*habitus*”, que corresponde às regras do jogo empreendidas dentro de um campo, um “princípio gerador de estratégias inconscientes ou parcialmente controladas tendentes a assegurar o ajustamento às estruturas de que é produto tal princípio” (Bourdieu, 2011, p. 160). O terceiro conceito é *illusio*, uma forma específica de interesse que os agentes sociais possuem

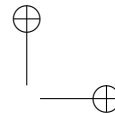


em participar do jogo, acreditando que a questão social que está posta dentro do campo é tão importante que vale a pena ser seguida.

Os conceitos de *habitus* e *illusio* nos ajudam a pensar os bastidores da execução de uma passagem, o objeto empírico do presente estudo. A partir da observação das participações dos repórteres na atualidade e nas primeiras décadas da televisão brasileira, como será demonstrando ao longo deste trabalho, é possível perceber através das imagens as regras que operam em cada tempo. O investimento de cada profissional em atender a essas expectativas – ou seja, o *illusio* – e o esforço do repórter em estar inserido dentro de uma linguagem para que seja reconhecido pelos demais integrantes contribuem para a manutenção de padrões, características comuns no modo do repórter se comunicar com sua audiência.

Toda passagem tem em comum três elementos básicos: um repórter, um dizer e um lugar. Tirando uma das bases desse tripé, dificilmente podemos falar que se trata de uma passagem. O repórter de TV precisa cumprir um ritual, em que gravar a passagem é uma das etapas. A legitimidade das coberturas em televisão tem como alicerce a presença de um jornalista no local onde ocorrem os fatos, seja em um espaço geográfico ou simbólico (Gutmann, 2012). O corpo do repórter *in loco*, na entrada ao vivo ou na reportagem gravada, agrega um peso simbólico de autenticidade ao relato.

Ao analisar a passagem, Abreu e Lima (2010) formula sete categorias, criadas a partir dos usos mais frequentes da passagem, num esforço de estabelecer funções sintáticas dentro de uma gramática do telejornalismo. A passagem de (1) *contextualização de informações* retoma acontecimentos ou relaciona circunstâncias que ajudam a compreender melhor a notícia. Na categoria (2) *desdobramento do fato/fenômeno*, o repórter desdobra informações, atualizando, fazendo previsões, repercutindo ou detalhando. A passagem de (3) *indicação ou realce de percurso* dá pistas do caminho que o repórter está seguindo para relatar a história, e pode servir como ponte entre elementos da narrativa. Na categoria (4) *hierarquização de informações*, a passagem ajuda a organizar situações ou personagens, atribuindo importâncias aos elementos da história. Na passagem de (5) *proposição de juízos interpretativos*, como o nome já diz, o repórter emite um juízo sobre o fato noticiado de forma crítica e analítica, onde pode apresentar uma conclusão mais explícita sobre o que foi explanado, podendo influenciar na formação dos juízos do telespectador. As passagens de (6) *presentificação* reforçam a condição de testemunha do



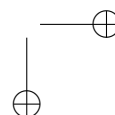
repórter, destacando a proximidade dele em relação ao fato reportado. Por último, temos a categoria (7) *gerenciamento de atenção*, em que o repórter utiliza estratégias para despertar um maior interesse do telespectador.

A busca por categorizar as funções da passagem é um primeiro passo para fugir das normatizações tão comuns em manuais de telejornalismo. Entendemos que é preciso relativizar as regras, problematizar as práticas profissionais e mostrar como se faz aquilo que é feito, para permitir aos narradores, que atuam como repórteres, criarem, ousarem e buscarem outras e melhores formas de contar histórias, em vez de se preocuparem em seguir receitas pré-estabelecidas.

Mapeando estilos

Na busca por mapear estilos predominantes da passagem, decidimos observar não só a produção contemporânea, mas também os primeiros registros do telejornalismo. Para sistematizar as informações apreendidas pela observação do objeto, adotamos a Análise de Conteúdo, um conjunto de instrumentos metodológicos em constante aperfeiçoamento, que concilia o rigor da objetividade e a fecundidade da subjetividade (Bardin, 2011). Para executar a pesquisa seguindo os preceitos da Análise de Conteúdo, operamos em três etapas principais: pré-análise; exploração do material; tratamento dos resultados e interpretação.

Na pré-análise, organizamos as ideias por meio da escolha dos documentos a serem observados, da formulação dos objetivos e criação de indicadores que serviram de referência para a interpretação final. O primeiro contato foi feito por meio de uma leitura flutuante, quando o pesquisador observa o objeto com uma visão aberta, permitindo captar de maneira intuitiva dados e informações para embasar as decisões posteriores. Dividimos a leitura flutuante em duas etapas: passado e presente. Para observar a participação do repórter nas primeiras décadas da televisão, buscamos na Internet o máximo de canais possíveis para assistir a vídeos antigos do telejornalismo brasileiro. Notamos que são raros os espaços online para esse tipo de material, com ex-



ceção do portal Memória Globo, lançado em 2008³, que foi escolhido como fonte documental de passagens antigas.

No segundo momento da leitura flutuante, pesquisamos as reportagens com potencial para representar a produção contemporânea. Durante três meses, observamos de forma aleatória as passagens de repórteres dos principais telejornais das quatro emissoras brasileiras de maior audiência⁴: Globo, Record, Band e SBT. Nessa etapa, foi possível identificar uma homogeneidade nos formatos de passagens entre as quatro emissoras, sem que uma se destacasse da outra na forma como o repórter aparece no vídeo. Desse modo, optamos por escolher como fonte o Jornal Nacional⁵, telejornal de referência no país⁶ e detentor consolidado dos maiores índices de audiência.

3. A equipe do Memória Globo é formada por jornalistas, historiadores e antropólogos ligado a Rede Globo. Como exemplo dos principais conteúdos, podemos citar que o portal sistematiza a história da emissora, organiza as coberturas do telejornalismo por períodos e temas, produz webdocumentários sobre temas considerados relevantes para a empresa, e disponibiliza perfis dos principais profissionais do canal, onde predominam nomes de jornalistas, atores e apresentadores de programas (Memória Globo, 2015).

4. De acordo com as médias de audiência semanal divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope). Os dados estão disponíveis no site <https://www.kantaribopemedia.com>.

5. O Jornal Nacional estreou em 1º de setembro de 1969. Foi o primeiro telejornal transmitido em rede nacional no Brasil, lançado para competir com o repórter Esso, da TV Tupi, e inspirado nos telejornais em rede que já existiam nos Estados Unidos. A primeira equipe do telejornal começou a desenvolver o conceito de noticiário nacional, até então pouco empregado na época. O desafio era não supervalorizar uma região em detrimento da outra, tarefa que até hoje é difícil de ser aplicada, já que as sedes principais das grandes emissoras do país se encontram no eixo São Paulo e Rio de Janeiro, somando-se a isso o peso do noticiário político que parte da capital federal. No entanto, pelo menos a ideia original era que as reportagens “deveriam ser de interesse geral e não regionais ou particularistas”, sendo que os temas deveriam “chamar a atenção tanto do telespectador de Manaus quanto de Porto Alegre” (Memória Globo, 2004, p. 39). Atualmente seus apresentadores são William Bonner, que também exerce o cargo de editor-chefe, e Renata Vasconcellos, que acumula a função de editora-executiva. A exibição é de segunda a sábado, com início em torno de 20h30 e duração aproximada de 45 minutos.

6. Os meios de comunicação de referência são, segundo Zamin (2014), “instituições que colocam em circulação elementos simbólicos a partir do vínculo e interação que estabelecem com o sistema social” (p. 936). De acordo com a autora, há diversos atributos associados ao jornalismo de referência, como tradição, credibilidade e seriedade. O jornalismo de referência tem como *locus* de observação preferencial áreas que envolvem o espaço público, Economia, Política e Relações Internacionais. Na maioria dos casos, o jornalismo de referência também é associado a índices elevados de audiência ou circulação.

Com o universo demarcado, é preciso constituir um *corpus*, “conjunto dos documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos” (Bardin, 2011, p. 126). Para representar o modo com que o repórter performava no vídeo nas primeiras décadas do telejornalismo, foram captadas do portal Memória Globo todas as passagens em reportagens veiculadas até 1990, totalizando 73 inserções. O recorte tem início no ano de 1969, com uma reportagem sobre o lançamento do Apolo 11, que levaria o homem à lua. Para representar a produção contemporânea, escolhemos de forma aleatória os meses de setembro e outubro de 2015 e adotamos a semana composta para definir os dias de análise. Demarcamos uma semana inicial, de onde analisamos a edição de segunda-feira, depois separamos a edição de terça-feira da segunda semana, a edição de quarta-feira da terceira semana, assim sucessivamente até chegar ao sábado, completando seis edições. Seguindo esses critérios, analisamos as edições do Jornal Nacional dos dias 14, 22 e 30 de setembro, e 08, 16 e 24 de outubro de 2015, totalizando 72 passagens.

O mapeamento pretendido tem como guia os elementos visuais presentes nos momentos em que o repórter aparece no vídeo, resultado de uma série de fatores da cultura profissional e das intencionalidades dos atores que atuam na execução da reportagem, como explicamos ao longo desta investigação. O objetivo foi identificar diferenças e permanências sob uma perspectiva histórica no modo com que o repórter performa diante do vídeo no telejornalismo brasileiro, tendo como enfoque a imagem.

Após a captação das 145 passagens que integram a amostra, partimos para a elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final. Para isso, estabelecemos seis categorias para análise, com base nos referenciais teóricos e nas percepções obtidas durante a leitura flutuante do *corpus* da pesquisa: movimento de câmera; enquadramento; duração da passagem; movimento do repórter; uso da gravata e uso de grafismo. A maioria dos indicadores trabalha com a frequência de aparição do índice, ou seja, quanto mais vezes aparece, mais importância possui.

Câmera em movimento

Apesar de o cinegrafista ser o principal responsável pela imagem, sabemos que a decisão sobre o uso de movimento de câmera na passagem parte de um acordo mútuo entre repórter e cinegrafista, muitas vezes combinado



com o ambiente onde estão inseridos e os elementos que se pretende destacar na participação do repórter. Segundo Gutmann (2012), as equipes dos telejornais utilizam os movimentos de câmera como “dispositivos enunciativos de aproximação, inclusão, distanciamento e ênfase argumentativa” (p. 110). Para Nogueira (2010), a utilização recorrente de um determinado código visual permite identificar padrões estilísticos que possibilitam o entendimento de aspectos históricos, escolas e tendências. Deste modo, uma análise mais atenta é útil para identificar nas imagens em movimentos exemplos de ruptura ou indicativos de uma tradição visual.

Quantificamos a frequência do uso de movimentos de câmera no momento da participação do repórter, sem estabelecer diferenciação entre os tipos de movimento, sendo apenas identificado se ocorreu ou não o movimento. Entre as passagens históricas, houve o predomínio da câmera parada, utilizada em 68% das passagens, contra apenas 32% de inserções com movimento. Nas passagens contemporâneas, a situação ficou mais equilibrada, ainda assim com a frequência maior de câmera parada, em 54% dos casos, contra 46% de incidência de movimentos de câmera.

Apesar de verificarmos, por meio dos resultados, que na atualidade a câmera está menos presa a uma rigidez estética que a imobiliza, ainda percebemos o predomínio do quadro parado. Uma passagem de 1980, exibida pela Rede Globo, serve de ilustração para o apego que existia nas primeiras décadas do telejornalismo à câmera parada. O então correspondente internacional da emissora Roberto Feith, durante cobertura sobre a guerra entre Irã e Iraque, grava uma passagem em uma localidade em território iraniano ocupado. O repórter enfatiza que a recusa do cessar-fogo aumenta o número de cidade iranianas ocupadas pelo exército do Iraque, que acabam por ser abandonadas pela população. Ao fundo é possível identificar um caminho semelhante a uma rua e algumas casas de concreto desabitadas (Figura 2). Mesmo com o texto do repórter fazendo referência à cidade onde ele está e o aspecto de abandono da região, a câmera permanece imóvel, sem fazer um movimento que permitiria ao telespectador ter uma dimensão melhor daquele ponto da cidade, assim contribuindo para ilustrar com mais amplitude a informação destacada pelo repórter no local dos acontecimentos.

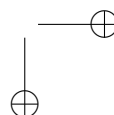
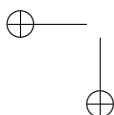


Figura 2. Passagem de Roberto Feith, em 1980.



Fonte: Memória Globo, 1980.

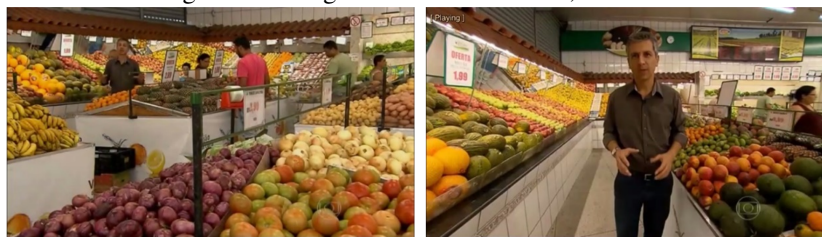
Entre as passagens contemporâneas, há exemplos em que todo o movimento da cena depende exclusivamente da câmera. É o caso de uma passagem de Ricardo Soares, exibida em 16 de outubro de 2015, dentro de uma reportagem sobre a possibilidade de se trocar dívidas caras por mais baratas, como por exemplo, fazer a portabilidade de uma dívida de um banco com juros altos para outro com juros menores. Apesar de a reportagem ser construída com imagens de bancos, papéis, dinheiro e entrevistados, o local da passagem destoa, mas ganha sentido quando se compreende a analogia do texto do repórter. Ele está em um ambiente onde são vendidos legumes e frutas. Na passagem, afirma:

A lógica é parecida com a da dona de casa, que vai a mais de um sacolão por exemplo e sempre encontra um ou outro produto com preço menor do que na concorrência. No caso dos bancos pode valer mais a pena ainda comparar, porque o custo do dinheiro costuma variar bastante (Jornal Nacional, 2015).

No começo da passagem, o plano está aberto, então a câmera começa a se movimentar, passando pelas bancas com legumes e frutas, percorrendo um caminho como se fosse alguém indo ao encontro do repórter, em um plano mais fechado (Figura 3). Em nenhum momento o repórter interage diretamente com o ambiente, mantendo o olho e o corpo voltados para a câmera, deixando com que a ação seja integralmente comandada pelo cinegrafista. Nesse caso, a passagem cumpre um caráter pedagógico, em que os mediadores escolhem

um espaço que serve como metáfora para explicar um conceito econômico considerado mais complexo para o telespectador comum. O movimento de câmera simula a ideia de um telespectador que se encontra no mesmo ambiente do repórter. No começo, o plano mais aberto permite uma noção mais abrangente do espaço, inclusive com a presença dos consumidores fazendo compras. Durante a passagem, a câmera se aproxima do repórter, como se fosse o telespectador chegando perto do mediador para entender melhor a informação. O movimento propicia uma aproximação entre telespectador e mediador, que mantém o olho no olho como forma de conexão direta com a audiência.

Figura 3. Passagem de Ricardo Soares, em 2015.



Fonte: Jornal Nacional, 2015.

O aumento do uso de movimentos de câmera demonstra que com o passar do tempo ocorreu uma mudança nas regras do jogo, o que Bourdieu chama de *habitus*. No início do telejornalismo, principalmente na década de 70, a câmera parada era o padrão hegemônico. A partir da segunda metade da década de 80, é possível notar a inserção do movimento de câmera como parte dos códigos visuais na gravação de uma passagem. A incorporação desse elemento não-verbal é mantida até hoje, ainda que persista a predominância do quadro parado. No exemplo acima da passagem contemporânea, a câmera ainda ganha um reforço no *status* de sujeito, ao passo que conduz a ação da narrativa, servindo de elo ativo na aproximação entre repórter e audiência. Citamos uma passagem histórica onde o movimento poderia contribuir para a passagem, mas não queremos dizer que mover a câmera seja uma necessidade ou que vá sempre acrescentar algo ao produto final. Pelo contrário, na amostra há diversos exemplos de passagens onde o quadro parado demonstra de fato ser a melhor opção.



A análise demonstra que não estamos diante de uma trajetória em que na ponta inicial está uma câmera imóvel e na ponta final está uma câmera frenética, sempre em movimento. A mudança que ocorreu foi a superação de uma rigidez, de um *habitus* que preconizava o menor movimento possível da câmera. A nova configuração permite que repórter e cinegrafista avaliem caso a caso e decidam, quando entenderem pertinente, o uso do movimento a favor da narrativa. Tratar o movimento de câmera como regra seria criar uma nova imposição desnecessária, como já ocorre em alguns telejornais mais populares em que a câmera nervosa é uma exigência. O caminho que está se formando é do equilíbrio, onde repórter e cinegrafista, cientes das opções que dispõem, podem fazer escolhas de acordo com as necessidades e limites da situação: o movimento é pertinente? Ajuda na compreensão da informação? Contribui de forma interessante para a performance do repórter? São perguntas que podem ajudar a nortear a decisão, eximindo os profissionais de incorrer no erro de usar o movimento de câmera como mero enfeite visual sem propósito.

Repórter (en)quadrado

O plano é o menor fragmento distorcível da natureza, segundo definição o cineasta soviético Sergei Eisenstein (1990). Para o autor, cada plano é descritivo e isolado em significados, mas quando combinados formam novos sentidos, novos contextos para serem interpretados. A essa combinação podemos dar o nome de “montagem” ou “edição”, sendo o primeiro mais associado ao cinema e o segundo mais utilizado no universo televisivo. Segundo Nogueira (2010), a composição do plano respeita a organização dos elementos presentes diante da lente, como personagens, figuras, espaços, objetos, fundos, entre outros. Ao analisar o enquadramento das passagens, buscamos identificar padrões dominantes e o surgimento de possíveis rupturas ao longo do tempo. Nogueira (2010) afirma que a escolha de um plano é na maioria das vezes uma adesão deliberada a um programa criativo, em que o uso de determinados tipos de plano evidencia um estilo coletivo adotado por um grupo social.

Para análise das passagens, os enquadramentos foram classificados em três tipos, apontados como dominantes no telejornalismo por Gutmann (2012): primeiro plano, plano americano e plano geral. Como primeiro plano, foram considerados os enquadramentos do repórter na altura do ombro, posicionamento que pode ter sentido de proximidade junto à audiência, que é



interpelada de maneira mais explícita pela postura, assim como pode ter efeito de ênfase argumentativa. Como plano americano, foram considerados os enquadramentos do joelho para cima, na cintura ou um pouco acima da cintura. Indica “distanciamento e formalidade entre as partes do diálogo de modo a demarcar autoridade do mediador em relação ao enunciado” (Gutmann, 2012, p. 244). Como plano geral, foram considerados os enquadramentos em que o repórter aparece de corpo inteiro, permitindo uma ampla visão do local onde ele está inserido. O plano permite a inclusão do mediador no contexto comunicativo, mostrando com mais abrangência o lugar dos acontecimentos.

Entre as passagens históricas, verificamos a forte presença do plano americano, utilizado em 90% dos casos. Em segundo lugar, aparece o plano geral, com 7%, e em terceiro, o primeiro plano, usado em apenas 3% das passagens. Importante destacar que os casos de plano geral só aparecem com frequência no final da década de 80, mais especificamente entre 1987 e 1990. Nas passagens contemporâneas, o plano americano permanece como padrão dominante, mas com menor participação: 75% dos casos. O plano geral ganha mais espaço, com 21%, enquanto o primeiro plano mantém a incidência praticamente estável, com utilização em 4% das passagens.

Mesmo que tenha perdido hegemonia com o passar do tempo, o plano americano ainda se apresenta como o enquadramento preferencial. Trata-se de uma moldura padrão do momento em que o repórter aparece na reportagem: o repórter memoriza o texto, escolhe o fundo e o cinegrafista de forma automática enquadra o mediador em meio corpo. Os demais planos são opções secundárias, que exigem uma tomada de decisão baseada em intencionalidades, como mostrar melhor o local onde estão (plano geral) ou dar ênfase na posição de autoridade do repórter (primeiro plano).

Ao longo da história do telejornalismo, há imagens ícones, como a tradicional passagem gravada em frente às sedes do poder político. No Brasil, o Palácio do Planalto, em Brasília, sede do Poder Executivo Federal, é um dos cenários mais corriqueiros. Na amostra, identificamos duas passagens captadas com uma distância histórica de 38 anos que apresentam o mesmo cenário e enquadramento. Em 12 de outubro de 1977, a repórter Edilma Neiva fez uma reportagem sobre a exoneração do general Silvío Frota do cargo de Ministro do Exército do governo de Ernesto Geisel. O general, que representava a linha dura da ditadura militar, tinha pretensões de se candidatar à Presidência da República, mas os planos foram interrompidos após a saída do Ministério.

Já em 08 de outubro de 2015, a repórter Zileide Silva realiza uma reportagem sobre uma reunião da presidente Dilma Rousseff com os ministros para cobrar agilidade na articulação com o Congresso Nacional para a votação dos vetos presidenciais. Nas duas passagens, o enquadramento é praticamente o mesmo, variando o turno (dia em 1977 e noite em 2015) e o formato (passou de 4x3 para 16x9), ampliando o espaço captado nas laterais do vídeo.

Figura 4. Passagens de Edilma Neiva, em 1977, e de Zileide Silva, em 2015.



Fonte: Memória Globo, 1977; Jornal Nacional, 2015.

A análise quantitativa aponta que, nos dias de hoje, duas de cada dez passagens exibem o repórter de corpo inteiro, permitindo ao telespectador ter uma dimensão ampla do local onde o mediador está inserido. No dia 24 de outubro de 2015, o repórter Felipe Santana fez uma reportagem sobre mercado imobiliário, com enfoque nos descontos oferecidos para diminuir os estoques das construtoras. Quando a passagem começa, é difícil perceber o repórter, de tão aberto que está o plano. A câmera inicialmente enquadra oito residências de três andares, depois aproxima-se do repórter, que está na sacada do terceiro andar de uma das casas. A passagem tem um corte e, então, a câmera – que estava do lado de fora – passa para dentro da residência e grava o repórter saindo da sacada e entrando na sala, sempre de corpo inteiro, até concluir a passagem (Figura 5).

A análise dos enquadramentos das passagens confirma que o plano americano se consolidou como a opção preferencial para o momento em que o repórter aparece no vídeo. A formalidade e distanciamento, conferidos pelo enquadramento em meio corpo, alimentam a posição de autoridade na relação entre mediador e enunciatário. O *habitus*, nos termos de Bourdieu (2011), de gravar passagem em plano americano perpassa a história do telejornalismo,

Figura 5. Passagem de Felipe Santana, em 2015.



Fonte: Jornal Nacional, 2015.

levando os repórteres dos dias atuais a optarem pelo enquadramento por meio do *illusio*, um investimento sem pensar nas regras do jogo dentro do campo. Deste modo, postulamos que o enquadramento preferencial estipulado pela cultura profissional no campo do telejornalismo é o plano americano, e todas as tentativas que fogem dessa premissa exigem um grau de esforço criativo e de justificativa, até para obter a aprovação dos demais indivíduos do próprio campo.

No entanto, as mudanças em espaços hegemônicos, como os telejornais de referência, não ocorrem de uma hora para outra. O crescimento do uso de enquadramentos em plano geral é um indício de flexibilização do padrão do plano americano. Entre os profissionais do telejornalismo, as tentativas de sair do modelo histórico e experimentar novas possibilidades normalmente são saudadas, ainda que se encontrem mais associadas a reportagens de conteúdo mais leve.

Nesse processo, um ingrediente não pode ser ignorado: os avanços técnicos. O uso do microfone sem fio deu mais liberdade criativa ao repórter e cinegrafista, que puderam experimentar um distanciamento entre os dois sem estar limitado pelo tamanho do cabo do microfone. No entanto, não são somente as condições técnicas que determinam os enquadramentos. As decisões em campo tomadas pelo repórter e pelo cinegrafista são consequência da cultura profissional e das posições subjetivas de cada profissional, os quais ainda tendem em sua maioria a optar pelo plano americano. De qualquer modo, os resultados das análises indicam que está em andamento um desapego aos padrões, abrindo brechas para novas possibilidades de mostrar o corpo do repórter na tela.

O tempo da presença

A inclusão do tempo da passagem como categoria para análise ocorreu a partir da leitura flutuante, momento em que se identificou que nas passagens mais antigas que se teve acesso, era frequente o repórter aparecer muito rapidamente, algumas vezes para dizer unicamente uma frase. Essa característica destoava do que se verificou nas passagens da atualidade, em que o repórter dificilmente utiliza uma frase muito curta para o momento em que aparece no vídeo, geralmente ele desenvolve um raciocínio um pouco mais elaborado. A partir dessa constatação empírica, foi incluída a verificação do tempo médio das passagens.

Diferentemente do que ocorre em outros tipos de imagem, como a pintura e a fotografia, a imagem em movimento tem no tempo uma de suas características fundamentais. Para Nogueira (2010), a duração de um plano não pode ser negligenciada enquanto fator determinante na composição de uma imagem. O tempo no cinema, assim como nos demais textos audiovisuais, é uma “condição intrínseca da sua existência fenomenológica, do sentido da sua interpretação, da sua coerência discursiva e da sua experiência afetiva” (Nogueira, 2010, p. 74). Segundo o autor, há vários fatores que influenciam na duração de uma imagem na tela, como: o tipo de cena (ação, diálogo etc.); a estratégia de montagem; o estilo do realizador; e o gênero narrativo (sequências de ação e sequências dramáticas demandam ritmos diferentes).

De acordo com a análise da amostra de 145 passagens que compõem esta pesquisa, averiguamos que o tempo médio das passagens históricas foi de 15,7 segundos, enquanto nas passagens contemporâneas a média de duração subiu para 19,5 segundos, um acréscimo de 24,2%. Dois exemplos de passagens históricas demonstram que, no início do telejornalismo, o momento em que o repórter aparece no vídeo poderia ser muito passageiro, praticamente apenas o cumprimento de uma formalidade da aparição do jornalista no local dos acontecimentos. Em 1979, o repórter Aloísio Nascimento (Figura 6) fez uma reportagem sobre o retorno de exilados após a Anistia, em que afirma: “Dulce Souza Maia é a primeira pessoa banida do país que retorna após a aprovação do projeto da Anistia”. No ano seguinte, em 1980, Ernesto Paglia (Figura 6), que até hoje integra a equipe de repórteres do Jornal Nacional, realiza uma reportagem sobre a Greve do ABC, em que diz: “Em São Bernardo, os metalúrgicos fazem assembleia e decidem continuar a greve”. Nos dois

casos, as passagens têm em torno de cinco segundos, uma duração difícil de ser encontrada nos tempos atuais.

Figura 6. Passagem de Aloísio Nascimento, em 1979, e Ernesto Paglia, em 1980.



Fonte: Memória Globo, 1979/1980.

Na amostra das passagens captadas em 2015, a que teve maior duração foi de uma reportagem especial sobre os obstáculos enfrentados por pessoas com deficiências para realizar sua locomoção em grandes cidades. Reconhecemos que reportagens especiais fogem à regra do dia a dia de produção do telejornalismo, permitindo que as equipes possam fazer experimentações na linguagem. De qualquer maneira, a duração dessa passagem é emblemática: são 59 segundos, quase um minuto, tempo suficiente para conceber uma reportagem completa de curta duração. A passagem de Marcos Losekann, exibida no dia 14 de setembro de 2015, foi gravada em duas cidades: a primeira metade em Brasília e a segunda parte no Rio de Janeiro. No início, ao fundo, aparece um dos símbolos da capital federal, o prédio do Congresso Nacional. O repórter está com um globo terrestre na mão, no qual ele aponta com o dedo a localização de Brasília. Ele então aproxima o objeto da câmera, que fica totalmente preenchida pelo globo, o que permite a transição. Quando o objeto se afasta da câmera e retorna para perto do corpo do repórter, ele já se encontra em um dos cartões postais do Rio de Janeiro.

O que mais se destaca quando se comparam as passagens das duas épocas são as funções predominantes em cada período. Nas décadas de 70 e 80, a função de presentificação, nos termos de Abreu e Lima (2010), em que o repórter precisa mostrar que esteve no local dos acontecimentos, foi muito utilizada. Para mostrar que está no lugar dos fatos, não é preciso muito tempo, uma

Figura 7. Passagem de Marcos Losekann, em 2015.



Fonte: Jornal Nacional, 2015.

breve imagem e um texto curto podem atender ao propósito. Já na atualidade, mostrar o repórter no local dos fatos se configura como premissa básica, inerente ao desempenho do repórter. Portanto, no momento mais emblemático de sua participação, que é a passagem, o repórter precisa acrescentar algo mais. É quando entram em cena outras funções mais complexas que a mera presentificação, como a contextualização, a hierarquização e a proposição de juízos interpretativos.

As performances dos repórteres também se tornaram mais elaboradas com o passar do tempo. Parar na frente da câmera para dizer um texto ainda é uma forma de fazer uma passagem, mas se constata um esforço de aprimorar a performance no vídeo. Conforme Gutmann (2012), hoje a postura de autoridade do repórter também se dá pelo desempenho de um papel de sujeito que vivencia os fatos e por isso está autorizado a falar sobre eles. Para demonstrar essa vivência diante da câmera, interagir com o ambiente e outros personagens, o repórter necessita de mais tempo. Mergulhar a coisa narrada no corpo do narrador, como afirma Benjamin (1996) é um desafio constante dos repórteres, e a narrativa televisiva que sai deste mergulho dificilmente conseguirá demonstrar as marcas de autoria em apenas cinco segundos. É preciso mais tempo.

Corpo em movimento

Para observarmos o corpo do repórter no momento da passagem, estabelecemos um contraponto entre o corpo parado e o corpo em movimento. Ainda que estejamos cientes de que entre essas duas situações opostas há nuances, como a diferença entre um corpo que aponta um local e um corpo que anda pelo espaço, para fins metodológicos da análise quantitativa nos detivemos a



identificar se há ou não movimento do repórter no momento em que ele aparece no vídeo. Entre as passagens históricas, verificamos que em 70% dos casos o repórter se manteve parado, contra 30% de passagens com repórter em movimento. Nas passagens contemporâneas, a situação ficou mais equilibrada: em 46% dos casos, há movimento do corpo, enquanto que em 54% das passagens o repórter não se movimenta.

Assim como ocorreu com a observação do uso do movimento de câmera, percebemos que na segunda metade da década de 80 cresceu a incidência de passagens em movimento. A repórter Sandra Passarinho, que faz parte da equipe atual de repórteres da Rede Globo, aparece na amostra de passagens históricas coletadas para pesquisa. Selecionamos dois exemplos de passagens da jornalista, um da década de 70 e outro da década de 80. Em 1978, ela realizou uma passagem sobre a expectativa para o nascimento do primeiro bebê de proveta do mundo. Com exceção de leves inclinações com a cabeça, a repórter não realiza qualquer tipo de movimento, nem mesmo os habituais gestos contidos com mão, que tradicionalmente acompanham as passagens em plano americano em que o repórter se dirige integralmente para a câmera. O braço que não segura o microfone permanece imóvel, solto, ao longo do corpo da repórter. Também não há qualquer menção corporal ao hospital citado no texto, que está logo atrás da jornalista.

Uma década depois, em 1987, a mesma repórter grava uma passagem sobre o avanço da AIDS no Brasil e no mundo, adotando uma postura diferente. No texto, enfatiza dados mundiais e nacionais sobre casos e contaminação. Durante a passagem, atravessa uma faixa de pedestres em um dia chuvoso, em que quase todos os pedestres estão de guarda-chuva, menos a repórter. Comparando as duas passagens, constatamos comportamentos opostos em relação ao movimento do corpo. No primeiro caso, a inércia impera, observamos um corpo praticamente imóvel de onde sai uma voz que informa. O corpo está no local do acontecimento, mas não interage minimamente com o ambiente. Já no segundo caso, o corpo está em constante movimento, mas carece de justificativa para tal ato. Por qual razão a repórter atravessa uma faixa de pedestres em um dia de chuva, sem proteção, para falar dados mundiais e nacionais sobre o avanço da AIDS? O andar parece sem propósito, até porque o ponto de chegada, o outro lado da rua, não diz nada.

É interessante resgatar, para compreendermos melhor essa diferença, um depoimento do repórter Lucas Mendes (2001) para Coutinho (2012). Segundo



Figura 8. Passagens de Sandra Passarinho, em 1978 e em 1987.



Fonte: Memória Globo, 1978/1987.

o jornalista, que atuou como correspondente internacional da Rede Globo, houve um período em que a direção da emissora, incomodada com a imagem predominante do repórter parado na tela, exigiu que todos os repórteres caminhassem nas passagens. O pedido foi atendido, mas logo a direção percebeu que havia cometido um erro e voltou atrás, pois também era incômodo ver o repórter de TV sempre em movimento durante a passagem.

O levantamento entre as passagens atuais demonstra um equilíbrio entre o uso do movimento do corpo do repórter. Ainda há a predominância do repórter parado na frente da câmera, a consolidação de um *habitus*, nos termos de Bourdieu, que indica o modo padrão do repórter dar seu discurso do momento da passagem. Entretanto, o aumento de casos em que o repórter se movimenta na passagem mostra que o mediador está mais integrado ao acontecimento, não apenas dizendo que esteve no local dos fatos, mas os vivenciou, como sujeito da ação. Becker (2005) afirma que, por meio da passagem e da mediação do repórter, o telespectador tem a oportunidade de pisar no território da atualidade. Atualmente, além de pisar, é possível percorrer e interagir no território dos acontecimentos, e o corpo do repórter é o instrumento para isso.

Em 16 de outubro de 2015, a repórter Cecília Malan, correspondente da Rede Globo em Londres, realizou uma reportagem sobre a transformação de espaços abandonados, alguns subterrâneos, em imóveis residenciais e comerciais. No momento da passagem, ela apresenta um novo ambiente, um antigo banheiro público subterrâneo transformado em uma cafeteria (Figura 9). Para isso, ela dá alguns passos, contorna a entrada do espaço e permite que a câmera mostre o lugar, fazendo menção ao local através de gestos e do olhar, e por fim, ao terminar o texto, começa a descer as escadas que dão acesso à cafeteria, que será então mostrada no prosseguimento da reportagem. Nesse

caso, os movimentos foram justificados, tiveram um propósito, e a passagem serviu ainda de elemento de conexão entre conteúdos diferentes na mesma reportagem. Por meio do corpo do repórter, nos aproximamos do local do acontecimento e adentramos o espaço de interesse. Passagens como a de Cecília Malan exploram melhor as possibilidades do corpo do mediador, servindo de instrumento para a condução da narrativa.

Figura 9. Passagem de Cecília Malan, em 2015.



Fonte: Jornal Nacional, 2015.

O “clássico”, no caso da passagem, é o repórter e câmera parados, com enquadramento em plano americano. Um modelo que, como demonstra a análise quantitativa dessa pesquisa, permanece hegemônico. Em reportagens de conteúdos mais difíceis de exercer a criatividade, como política, por exemplo, extrapolar nos movimentos do corpo do repórter e da câmera podem acabar em um resultado de mau gosto e carente de propósito, a não ser a fuga do padrão, sem que para isso se encontre motivos para a ruptura. Entendemos que, em espaços paradigmáticos, como telejornais de referência, a mudança é gradual, exercitada em reportagens de temas mais brandos, que aos poucos contaminam reportagens de temas intermediários até respingar em assuntos mais sérios.

O esforço que ocorreu no final da década de 80, de implementar um repórter em movimento a todo custo, encontrou uma zona de maior equilíbrio na atualidade, em que é preciso buscar justificativas para a interação do corpo do repórter com o ambiente. A experiência profissional na área nos demonstrou que os cinegrafistas mais experientes costumam recorrer a uma frase clássica, ao se defrontarem com repórteres jovens que querem insistentemente incorporar movimento às passagens: “não dá para andar do nada ao lugar nenhum”.

Existe sabedoria no argumento, ou seja, é preciso que os códigos visuais estejam claros para que o movimento encontre sentido no cenário.

Goffman (1985) pontua uma operação fundamental na representação dos papéis que os indivíduos executam diariamente: a manipulação do espontâneo. A habilidade de representar exige o emprego da dose certa de espontaneidade para evitar a descrença do público. Acreditamos que o mesmo se aplica à passagem do repórter, que precisa articular com sabedoria os códigos visuais, como o movimento do próprio corpo, para que a representação permaneça envolta de credibilidade e contribua para a comunicação com a audiência, não sendo um obstáculo à assimilação do conteúdo.

O detalhe do figurino

A aparência física do jornalista de TV é um importante recurso de autoria, que pode ajudar a criar efeitos de aceitação, simpatia e credibilidade. Para Rosário (2009), a moda é a construção de aparência que se consubstancia em discursos, sobretudo midiáticos, aumentando a capacidade de fala do corpo. Ao estudar sobre o figurino no telejornalismo, Aquino (2011) analisa o formato mais conservador de noticiar os fatos, em que se busca sobriedade para transmitir valores de credibilidade e “causar a impressão de distanciamento do público e da forma de falar cotidiana” (p. 99). A autora ainda reforça que diversos aspectos da imagem do apresentador ajudam a compor um conjunto de significados para a audiência, como a aparência física, a postura corporal, o penteado, o vestuário, o comportamento contido, a voz pausada e o uso impecável da linguagem verbal.

Há uma relação próxima entre a forma de se vestir e a intenção de se comunicar com os outros. O figurino é um componente importante para a formação da imagem de credibilidade do indivíduo, e “a televisão, como lente de aumento para todas as características do ser, amplia também essa percepção da indumentária como comunicação, como colaboradora no papel de construção da imagem de credibilidade” (Aquino, 2011, p. 76). Como elemento representativo das mudanças que podem ter ocorrido no telejornalismo no que diz respeito à forma com que o repórter se apresenta visualmente para o público, escolhemos o uso da gravata entre os repórteres homens. Para Martins (2015), a gravata nos telejornais é “uma metáfora para a seriedade e a vigilância que os profissionais devem ter para o bom exercício de suas funções” (documento



eletrônico não paginado). No entanto, a autora pondera que o jornalismo televisivo está, de certo modo, afrouxando a gravata, apostando em um modelo mais solto, com menos formalidade.

Os resultados das análises apontam uma mudança significativa com o passar do tempo. Nas passagens históricas, 71% dos repórteres homens estavam de gravata, enquanto que apenas 29% decidiram não usá-la. Já nas passagens coletadas em 2015, a gravata apareceu em apenas 20% dos casos, contra 80% dos repórteres homens que optaram por gravar sem o acessório. Houve uma inversão de preferência, migrando de um uso praticamente obrigatório para uma frequência eventual.

Uma passagem que ilustra a imposição do uso da gravata nas primeiras décadas do telejornalismo é de 1986, gravada durante a cobertura da explosão da nave espacial Challenger, que incendiou 73 segundos após o lançamento, causando a morte dos cinco tripulantes. Nos dias seguintes ao desastre, o então correspondente da Rede Globo nos Estados Unidos Paulo César Araújo gravou uma passagem na praia, de terno completo (Figura 10), para falar sobre a busca dos destroços da nave especial naquela parte do mar. A formalidade do vestuário destoa do ambiente onde o repórter se encontra. Na maior parte do tempo, a orla não está ocupada por outras pessoas, apenas no final da passagem é possível ver um morador caminhando de camiseta e bermuda bem próximo ao mar. Possivelmente, se fosse nos dias atuais, o repórter dispensaria o uso da gravata e talvez até do paletó, optando por uma camisa arremangada.

Em 24 de outubro de 2015, o correspondente da Rede Globo nos Estados Unidos também gravou uma passagem sobre um tipo de desastre. A reportagem era sobre um furacão que chegou a ventos de mais 300km/h no oceano, mas perdeu força ao atingir a costa da América do Norte. O repórter gravou a passagem em primeiro plano em uma rua de Nova York, onde é possível ver em um fundo desfocado o tráfego de pessoas (Figura 10). Diferentemente do correspondente de 1986, que usou terno completo na praia, Helter Duarte optou por vestir um tipo de jaqueta mais informal.

A gravata é um código visual que expressa um sentido, o qual se modificou com o passar do tempo. Nos anos 1970 e 1980, o acessório contribuía para construção de uma imagem de credibilidade e autoridade. Com o passar do tempo, o sentido passou por ajustes, podendo, dependendo da circunstância, expressar excesso de formalidade e um distanciamento do interlocutor. Atualmente, o repórter conquista a autoridade menos pelo seu posto e mais

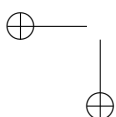
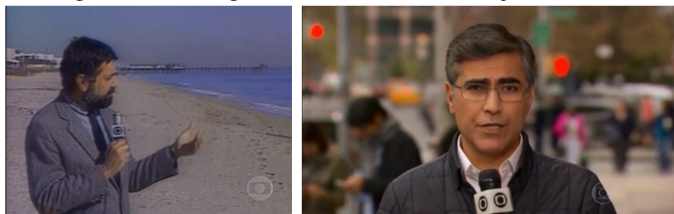


Figura 10. Passagens de Paulo César Araújo, em 1986.



Fonte: Memória Globo, 1986; Jornal Nacional, 2015.

pela sua atuação como ser social que vivencia e testemunha os fatos. Essa persona televisiva precisa encontrar pontos de semelhança com o público a que se reporta, para assim conquistar sua confiança e empatia.

A tomada de decisões sobre o figurino, que é um dos códigos visuais operantes no momento da passagem, também exige o acionamento de uma audiência presumida. Com isso, o repórter mapeia antecipadamente um público para o qual se dirige e ajusta sua aparência para fortalecer o elo com o interlocutor. Deste modo, verificamos que a aparência rígida, sóbria, representada pela gravata, se restringe a situações mais específicas, como por exemplo a cobertura política. O acessório, que no início do telejornalismo era item quase obrigatório, hoje é utilizado por apenas dois de cada dez repórteres homens. A maioria constrói sua própria imagem não mais se apropriando de um item de vestuário que confere credibilidade, mas sim optando por figurinos adequados a cada circunstância, em que o telespectador possa se identificar, desenvolver empatia e assim acreditar nos papéis e cenários construídos para mediar a informação.

Apoio do grafismo

O jornalista, mesmo que queira muito, não mostra ao público o real na sua condição primária, no seu estado de origem. Considerando que toda a apreensão da realidade é mediada, o que é possível fazer é operar o real. Cabral (2012) afirma que os jornalistas não reproduzem o real, mas sim o interpretam. A notícia se apresenta como um simulacro do real, um relato possível, entre tantos, do real. Para a autora, os profissionais que trabalham com a construção da notícia, ao escolherem um fato e não outros, ao narrar de um



jeito e não de outro, estão manipulando a realidade. Segundo Cabral (2012), a manipulação está presente em todo ato comunicativo e deve ser destituída de seu caráter demoníaco. A partir desse entendimento, é possível compreender a tecnologia digital como uma ferramenta para que os jornalistas continuem operando a realidade, com alguns aperfeiçoamentos.

A autora entende que a tecnologia está ajudando os profissionais a simularem o real das notícias televisivas em condições mais favoráveis e criativas, ou seja, estão fazendo o que sempre fizeram, no entanto em melhores condições técnicas e tecnológicas. Nos seus estudos dos gráficos no telejornalismo, Cabral (2012) criou o conceito de realidade expandida, uma capacidade ampliada de apresentar, construir e proporcionar a percepção dos sentidos visuais de mundo, de uma forma mais inteligível. A tecnologia digital “cria imagens no computador para mostrar aos telespectadores o que eles jamais veriam, porque não houve ou não tinha como haver a gravação de imagens” (Cabral, 2012, p. 142).

Entre as passagens históricas, não foi encontrado nenhum tipo de grafismo nas passagens, como já era de se imaginar devido às limitações técnicas da época. Portanto, 100% das passagens históricas não utilizaram grafismo. Entre o material da atualidade, 13% das passagens tem algum tipo de grafismo, contra 87% de casos que não possuem. Como se pode perceber, ainda se trata de uma ferramenta pouco utilizada, e que também depende do avanço tecnológico das emissoras de televisão para ser implementada. Emissoras com departamento de grafismo menos estruturado podem ter sérias dificuldades para implementar com competência o grafismo nas reportagens diárias.

No dia 16 de outubro de 2015, o repórter Bruno Laurence preparou uma habitual matéria sobre o Campeonato Brasileiro de Futebol. O uso da tabela do campeonato para ilustrar a posição dos times é um recurso comum nesse tipo de reportagem. Desta vez, parte da tabela foi utilizada dentro da passagem, em que se percebe o repórter interagindo com a tabela virtual, que se sabe ter sido inserida posteriormente, durante a edição. Já em 14 de setembro de 2015, o grafismo foi utilizado durante uma reportagem sobre a seca no sudeste brasileiro, que prejudicou o abastecimento de água. Como havia chovido recentemente, a matéria mostrou que muitas pessoas estavam aproveitando para armazenar em casa a água da chuva. A repórter Daniela Golfieri gravou a passagem em uma ponte sobre uma represa. A arte é utilizada para demonstrar a quantidade de chuva que havia caído nos últimos dias, e como



as pessoas que tivessem condições de armazenar água da chuva poderiam ter sido beneficiadas. Em um trecho da passagem, a repórter afirma: “Em apenas cinco dias, choveu aqui 133 milímetros. E sabe o que isso significa? Que nesse espaço onde eu estou, com um metro quadrado, caíram 133 litros de água” (Jornal Nacional, 2015).

Figura 11. Passagem de Bruno Laurence e Daniela Golfieri, em 2015.

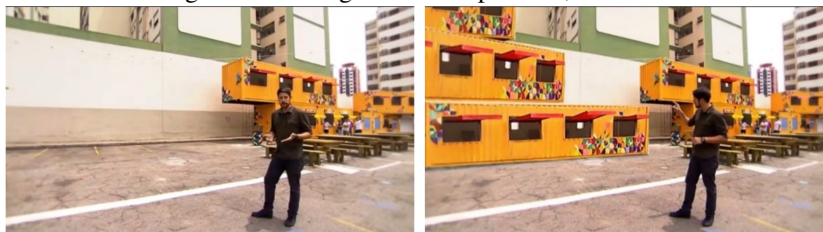


Fonte: Jornal Nacional, 2015.

No dia 24 de outubro de 2015, o repórter Phelipe Siani fez uso do grafismo na passagem de uma reportagem sobre o uso de contêineres em diversas situações do cotidiano, como para fazer moradias, prédios e unidades comerciais. Em uma das partes da matéria, são mostrados contêineres que são colocados em um terreno e podem ser usados para fins comerciais, como restaurantes. Para mostrar a mobilidade das estruturas, que podem ser modificadas de lugar, retiradas ou colocadas com relativa facilidade, o repórter faz o uso da tecnologia digital. Durante a passagem é simulada, por meio do grafismo, a inserção de três novos contêineres no espaço, que depois são virtualmente retirados, acompanhando o raciocínio do texto do repórter.

Percebemos que o grafismo se trata ainda de um recurso pouco utilizado (13%), mas não se pode ignorar que esse tipo de código visual virtual conquistou um espaço em um momento da reportagem até então preservado das interferências da tecnologia. A aplicação do grafismo na passagem acompanha as funções que a tecnologia digital já desempenha no telejornalismo: ajudar o telespectador a compreender melhor uma informação. A tabela virtual do campeonato auxilia o público na identificação das posições dos times e as mudanças que ocorreram na rodada; a caixa d'água virtual deixa mais palpável o quanto se poderia acumular de água com o que choveu nos dias anteriores; e os contêineres que se movem facilmente graças à tecnologia vi-

Figura 12. Passagem de Phelipe Siani, em 2015.



Fonte: Jornal Nacional, 2015.

sam a permitir que o público entenda melhor os aspectos de mobilidade do material.

A performance do repórter diante do vídeo, que tem seu momento emblemático na gravação da passagem, ganha um apoio tecnológico, com a inserção do grafismo como código visual complementar. Entretanto, trata-se de um recurso em fase de implementação, dentro de um telejornal, o Jornal Nacional, que tem à disposição recursos tecnológicos e de pessoal que permitem o uso do grafismo com mais abundância. Em telejornais menos expressivos ou de emissoras com recursos mais limitados, a aplicabilidade do grafismo na passagem se tornaria um desafio tecnológico mais difícil de ser superado, o que restringe seu uso. São caminhos novos abertos pelo uso da tecnologia, que para serem considerados válidos, vantajosos e legítimos, precisam em primeiro lugar estarem à serviço da informação.

Considerações finais

Ao longo desta pesquisa, buscamos aproximar dois universos que insistem em permanecer distantes: o espaço acadêmico e o mercado de trabalho. Nosso foco foi o repórter de televisão, uma peça-chave do telejornalismo que se encontra às margens dos estudos acadêmicos de televisão. Este trabalho chancela a importância no telejornalismo de um narrador que possa transmitir valores essenciais para a audiência, como confiabilidade e competência para mediar a informação. Não há como pensar em uma reportagem de televisão sem um narrador presente, que ajude a entender os fatos, que tenha capacidade de interagir com as fontes, com o espaço e também com o telespectador.

O jornalismo é alicerçado em um conjunto de valores compartilhados entre os profissionais que o operam e seu público. Entre esses valores, um se destaca: a credibilidade. Sem ela, o jornalismo deixa de existir. No telejornalismo, a figura do repórter é o principal instrumento desse valor, pois se trata do sujeito que mais se aproxima da notícia para obter a legitimidade necessária para narrá-la. A passagem, momento em que o repórter aparece na TV, é um carimbo de credibilidade. É nesse instante que o narrador ganha forma, recebe um nome, é inserido dentro do tempo e do espaço, e também se expõe à audiência. Na passagem, o jornalista se apresenta, mostra seu rosto, o lugar onde se encontra e fala diretamente com o telespectador.

Para se comunicar, assim como em qualquer situação de interação de indivíduos na vida cotidiana, o repórter representa um papel, que precisa ser acreditado pelo seu público. Desse modo, a passagem pode servir para o bem ou para o mal. Pode fortalecer o elo de credibilidade entre narrador e audiência e contribuir para o entendimento da informação. Por outro lado, se executada de forma inapropriada, com uma performance pálida ou carregada de exageros, o repórter perde pontos de credibilidade, difíceis de serem resgatados por melhor que seja o todo da narrativa.

A passagem é a assinatura audiovisual do repórter de televisão, um elemento que praticamente nasceu junto com o telejornalismo e tudo indica que continuará sendo um momento-chave, em que o telejornalismo se mostra ao público como sujeito que tem o compromisso de conduzir o telespectador pelo cotidiano compartilhado na televisão. A amostra de 145 passagens, tanto de reportagens históricas (de 1969 a 1990) como contemporâneas (exibidas em setembro e outubro de 2015), permitiu a observação de padrões dominantes e das mudanças que ocorreram ao longo da história do telejornalismo.

Com base nos resultados das análises, podemos afirmar que nos dias de hoje, quando o repórter aparece na TV, ou seja, na passagem, há uma preferência por manter câmera e repórteres parados, enquadrados em plano americano, próximos do local dos acontecimentos, proferindo um discurso com tempo médio de aproximadamente 20 segundos e apresentando-se com um figurino mais informal. Entretanto, é preciso pontuar as transformações verificadas ao comparar o telejornalismo da atualidade com aquele praticado nas primeiras décadas da televisão.

Ainda que o quadro parado seja predominante, tanto o repórter como a câmera estão se movimentando mais atualmente. Segundo a amostra histórica,

em 30% das passagens o corpo do jornalista ocupava o espaço através de movimentos. Hoje em dia, a incidência aumentou para quase metade dos casos (46%). O cinegrafista, com o passar do tempo, também se permitiu explorar mais o espaço através de movimentos de câmera, assumindo um papel de sujeito que interage com a performance do repórter. Entre as passagens históricas, o movimento de câmera foi constatado em 32% da amostra, enquanto nas passagens contemporâneas o índice subiu para 46%. As análises confirmam um aumento de performances mais dinâmicas, mas com uma característica importante: os movimentos não podem ser um fim por si só, devem estar acompanhados de uma justificativa, ainda que sutil, que os torne plausíveis e detentores de sentido dentro da narrativa.

O plano americano, mesmo que permaneça dominante, perdeu força ao longo da história do telejornalismo, cedendo espaço para enquadramentos que contemplam o corpo inteiro do repórter e uma visão mais ampla do lugar dos acontecimentos. Nos anos 70 e 80, o plano americano, em que o repórter é enquadrado um pouco acima ou abaixo da cintura, era utilizado em 90% das passagens. Nos dias atuais, o uso caiu para 75% dos casos. Por outro lado, o plano geral, em que o repórter aparece de corpo inteiro ganhou força: passou de apenas 7% nas passagens históricas para 21% nas passagens contemporâneas.

A duração das passagens passou de uma média de 15,7 segundos para 19,5 segundos, um indicativo de que o momento em que o repórter aparece no vídeo se complexificou. Atualmente, não basta o repórter dizer uma frase curta apenas para mostrar que está perto do fato, como ocorreu em algumas passagens históricas que integram a amostra desta pesquisa. Estar no território dos acontecimentos é condição elementar para o repórter de televisão, que precisa agora utilizar o momento que se dirige diretamente para audiência para enriquecer a narrativa, contextualizando e interagindo de forma mais contundente e atraente com o espaço que o rodeia. E para isso, é preciso mais tempo.

As análises ainda indicaram que o figurino do repórter passou pela mais expressiva mudança. Para avaliar esse aspecto, utilizamos como parâmetro o uso da gravata entre repórteres homens, um indicativo de formalidade e sobriedade. Nas reportagens históricas, a gravata foi usada em 71% das passagens. No entanto, nas passagens contemporâneas, a utilização do acessório despencou, ficando restrito a apenas 20% da amostra. Se no começo do telejornalismo, a gravata era item obrigatório, hoje é um acessório dispensável,



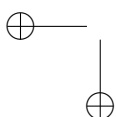
restrito a reportagens mais formais. Prevalece o bom senso de se adequar ao lugar onde o repórter está, livre da imposição de um pedaço do vestuário que não é mais garantia de credibilidade.

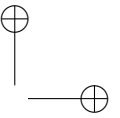
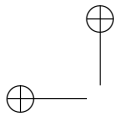
Por fim, o trabalho buscou quantificar a presença de grafismo na passagem, um elemento novo verificado em algumas reportagens durante as observações iniciais do objeto. Por fatores de ordem tecnológica, o artegrafismo está ausente nas primeiras décadas do telejornalismo. Na amostra contemporânea, houve a incidência do recurso gráfico em 13% das passagens. Ainda que sejam casos mais isolados, atualmente o grafismo é utilizado como ferramenta para aprimorar a narrativa do repórter, contribuindo para uma ilustração mais inteligível de aspectos da reportagem, sem fazer sombra ao elemento principal da passagem, que é o próprio repórter em diálogo direto com a audiência. É possível afirmar que há uma tendência de que o recurso passe a ser usado com mais frequência, desde que cumpra a função de auxiliar o repórter durante a passagem.

Os resultados permitiram um mapeamento dos estilos do repórter de TV, que tem na performance uma ferramenta importante para estabelecer um elo com a audiência. Também é preciso destacar que este trabalho, ao se aprofundar no estudo das performances do repórter televisivo, coloca em evidência a importância do corpo e da voz de um narrador para articular a informação na televisão. Os primeiros registros do telejornalismo já indicavam a necessidade de um sujeito para organizar, presenciar e contar as histórias do cotidiano, um papel que permanece fundamental no tratamento das notícias na atualidade.

O tempo passou, as tecnologias e formas de consumo do audiovisual mudaram, as câmeras estão mais aprimoradas assim como a qualidade da imagem da televisão evoluiu. Em meio a essas transformações, o repórter de TV tem um espaço garantido, constituindo-se como um sujeito insubstituível na reportagem, capaz de conferir credibilidade, personalidade, criatividade e humanidade para os relatos. Estes resultados são apenas os primeiros passos de um percurso que não se esgota neste estudo. É preciso avançar mais na investigação dos elementos visuais presentes na participação do repórter no telejornalismo.

Mesmo que faça performances, decore textos, ensaie movimentos e expresse emoções por meio do corpo e da voz, o repórter de TV não é, nem nunca será, um artista. Ele é jornalista e como tal deve se portar, dando prioridade à informação, fazendo uso das ferramentas que dispõe para aprimorar



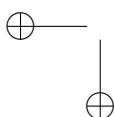


a execução de seu ofício, mantendo os valores éticos e seu dever de verdade. Nas primeiras décadas do telejornalismo, ainda ecoando a rigidez da locução radiofônica, é possível perceber um repórter sóbrio e sério diante da lente da câmera, que assume tal postura em busca de legitimação através da credibilidade transmitida. Hoje em dia, a busca pela naturalidade é mais presente nas passagens, onde o repórter como testemunha dos fatos tenta assumir um papel de contador de histórias. Nem sempre, o profissional acerta o tom, especialmente quando em nome da pretensa criatividade e graciosidade, se vê muito mais uma performance exagerada em cena do que um jornalista que conta e contextualiza fatos.

A televisão pode despertar uma sedução traiçoeira, inclusive nos profissionais que nela atuam. No momento em que o repórter de TV se preocupa mais em “estar bem no vídeo” do que estar bem informado, uma parte do jornalista que há nele está morta. A performance bem executada deve estar sempre à serviço da informação, sem nunca suplantando os princípios deontológicos do jornalismo. Precisamos investigar melhor nossas práticas profissionais, mapear nossos erros, viajar pelo passado, presente e futuro para apontar os caminhos possíveis.

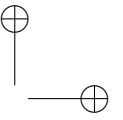
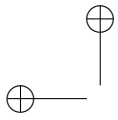
Referências bibliográficas

- Abreu e Lima, L. (2010). *Por uma gramática da reportagem: uma proposta de ensino em telejornalismo*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Pernambuco, Recife.
- Aquino, A. (2011). *Casal nacional: significações do corpo e do figurino no telejornalismo*. Dissertação (Mestrado em Comunicação midiática: práticas sociais e produção de sentido). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal. Disponível em <http://repositorio.ufrn.br:8080/jspui/handle/123456789/16399>. Acessado em 10 de setembro de 2015.
- Aquino, A. (2011). Moda e telejornalismo: o papel do figurino na construção da imagem de credibilidade do jornalista de televisão. *Revista Temática*, Ano VII, (03), Março. Disponível em <http://www.insite.pro.br/>. Acessado em 20 de dezembro de 2015.

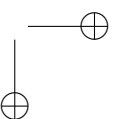
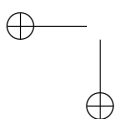


- Becker, B. (2005). *A Linguagem do Telejornal: um estudo da cobertura dos 500 anos do Descobrimento do Brasil*. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais.
- Benjamin, W. (1996). *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. 7ed. 10ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense. (Obras Escolhidas, vol. 1).
- Bourdieu, P. (2011). *A economia das trocas simbólicas*. 7ª edição. São Paulo: Perspectiva.
- Brasil, A. (2012). *Telejornalismo imaginário: memórias, estudos e reflexões sobre o papel da imagem nos noticiários de TV*. Florianópolis: Insular.
- Cabral, Á. (2012). Manipulação, simulação e infoimagem: a realidade expandida no telejornalismo. In F. Porcello; A. Vizeu & I. Coutinho (orgs.). *O Brasil (é)ditado. Coleção Jornalismo Audiovisual*. 1. Florianópolis: Insular.
- Coutinho, I. (2012). *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG*. Rio de Janeiro: Mauad X.
- Eisenstein, S. (1990). *A forma do filme*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora Ltda.
- Goffman, E. (2013). *A representação do eu na vida cotidiana*. 19ª edição. Petrópolis-RJ: Editora Vozes.
- Gutmann, J. (2012). *Formas do telejornal: um estudo das articulações entre valores jornalísticos e linguagem televisiva*. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Universidade Federal da Bahia, Salvador. Disponível em <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/8806/1/Juliana%20Gutmann.pdf>. Acessado em 15 de agosto de 2015.
- Jornal Nacional. Site do. Disponível em <http://g1.globo.com/jornal-nacional/index.html>. Acessado em 10 de julho de 2015.
- Machado, A. (2000). *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora Senac.
- Martins, M. (2015). Quando o jornalismo tira a gravata. *Observatório da Imprensa*, edição 874. Disponível em <http://observatoriodaimprensa.com.br/televisao/quando-o-jornalismo-tira-a-gravata>. Acessado em 08 de dezembro de 2016.

- Memória Globo, Site. Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com>. Acesso em 04 de maio de 2015.
- Memória Globo. (2004). *Jornal Nacional: a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed..
- Nogueira, L. (2010). *Manuais de Cinema III: Planificação e Montagem*. Covilhã: LabCom Books. Disponível pela internet no site http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/nogueira-manuais_III_planificacao_e_montagem.pdf. Acessado em 15 de novembro de 2015.
- Pinto, I. (1997). A dramatização no telejornalismo. *Revista Famecos* (07) , novembro. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre.
- Porcello, F. & Ramos, R. (2012). Âncora na TV – A celebração do discurso do poder. In F. Porcello, A. Vizeu & I. Coutinho (orgs.). *O Brasil (é)ditado*, Coleção Jornalismo Audiovisual, vol.1. Florianópolis: Insular.
- Ramos, F. (2012). *A imagem-câmera*. Campinas: Papirus.
- Revista Exame. (2015). *Em 2013, 97,2% dos lares contavam com televisão*. Reportagem publicada no dia 30 de abril, disponível no endereço eletrônico <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/em-2013-97-2-dos-lares-contavam-com-televisao>, acessado em 10 de novembro de 2015.
- Rezende, G. (2000). *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial*. São Paulo: Summus.
- Rosário, N. (2004). A estética discursiva da tevê e a (des)configuração da informação. *Caderno IHU Ideias*, ano 2 (25).
- Rosário, N. (2009). Corporalidades audiovisuais: transcendência e ludicidade. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cultura. *XVIII Encontro da Compós*, junho, PUC-MG, Belo Horizonte-MG.
- Rosário, N. & Damasceno, A. (2014). A Prescrição do Corpo Televisivo: Interdição, Autoria, Repetição e Trans-aparência. *Revista Comunicação Midiática* (Online), 9(2): 68-81, maio/agosto. Bauru/SP.
- Rossini, M. (2006). O lugar do audiovisual no fazer histórico: uma discussão sobre outras possibilidades do fazer histórico. In A. Lopes; M. Velloso & S. Pesavento (Org.). *História e Linguagens: Texto, imagens, oralidade e representações*, (vol. 1, pp. 113-120). 1ª edição. Rio de Janeiro: 7 Letras.



- Vizeu, A. (2005). *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Calandra.
- Zamin, A. (2014). Jornalismo de referência: o conceito por trás da expressão. *Revista FAMECOS*, 21(3): 918-942, set.-dez. Porto Alegre. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br>. Acessado em 15 de janeiro de 2016.





DOI: 10.20287/ec.n22.a08

The interaction with the news: an analysis of the public behavior on Radio Cidade AM of Brusque's website and fanpage

André Schlindwein & Valquiria Michela John

Universidade do Vale do Itajaí

E-mail: afschlindwein@gmail.com / vmichela@gmail.com

Resumo

A pesquisa analisa quais os tipos de interação realizados a partir dos comentários de notícias da Rádio Cidade AM publicadas em seu site e em sua página no Facebook. O objetivo é o de entender qual o comportamento do internauta diante do conteúdo noticioso apresentado nos meios disponíveis. A coleta foi realizada no site do veículo e em sua *fanpage* no Facebook, no período de uma semana, sendo selecionadas todas as publi-

cações realizadas no período. Entre outros aspectos, foi analisado quais editorias atraem mais o público e como ele interage com o conteúdo. Constata-se que existe uma liberdade no campo de comentários do veículo, porém sem nenhum tipo de moderação. Há maior interação no site da emissora do que com o conteúdo compartilhado na *fanpage* e o assunto que mais gera interação é o de cunho policial.

Palavras-chave: comentários em notícias; interação; redes sociais.

Abstract

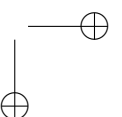
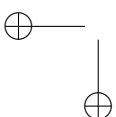
This research analyzes the types of interaction performed through the comments in the news of Radio Cidade AM published in its website and Facebook fanpage. The goal is to understand the behavior of the internet users on the news content shown in the available media. The gathering was held on the radio's website

and in its fanpage on Facebook, during the period of one week, being selected all the content published within this period. Among other things, it was analyzed which sections attract more readers and how they interact with the content. It is noted there is freedom in the comments field of the website, without any restraint.

Data de submissão: 2016-05-05. Data de aprovação: 2016-05-22.

Estudos em Comunicação nº 22, 165-188

Maio de 2016





There is more interaction on the website in its fanpage and the subject that generates more interaction is crime and police.

Keywords: comments in news; interaction; social networks.

Introdução

A Rádio Cidade AM é uma emissora da cidade de Brusque, Santa Catarina. O veículo de comunicação, fundado por Rolf Kaestner, Ilton Oscar Willrich e Rodolfo Burger Neto, está no ar desde 1982, sendo a segunda rádio instalada na cidade. Com um alcance num raio de 100 km, a rádio abrange a cidade de Brusque e municípios vizinhos, como Guabiruba, Botuverá e São João Batista, somando uma audiência de mais de 300 mil habitantes. Em 1999, a emissora foi vendida para os atuais donos, Aldo Antônio Fachinello e Nelson Rodrigues, passando a integrar a Rede Atlântico Sul de Radiodifusão Ltda.

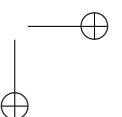
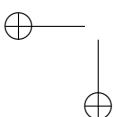
O site ¹ da rádio é uma das principais fontes de informação na região. Sua página no Facebook conta com mais de 32 mil curtidas ². Através desses canais, a população busca se manter informada sobre os acontecimentos locais. É possível afirmar que o site é, de certa forma, independente da rádio, afinal, muitos internautas que frequentam a página da Cidade na internet, não ouvem a emissora nos 850khz. Os principais temas abordados no site da emissora são: política, segurança pública, esporte e prestação de serviço. A quantidade de conteúdo publicado não tem um número definido, com grande variação entre os dias ³. Através das ferramentas de comentários e compartilhamento, disponibilizadas no site, é possível opinar e compartilhar o conteúdo no Facebook.

Fundado em 2004, o Facebook é hoje um dos principais sites de redes sociais. Segundo dados da própria empresa, referentes ao segundo trimestre de 2014, a plataforma possui mais de 89 milhões de usuários no Brasil, e

1. <http://rc.am.br>

2. Número consultado no dia 16 de outubro de 2015.

3. Informação com base nos dados coletados entre 26 a 28 de setembro, de 2015. No dia 26 foram apenas 8 publicações, no dia 27 o maior número, 24. Em 28 de setembro foram publicados 15 posts.





tem um acesso diário de 59 milhões de brasileiros⁴. A plataforma permite manter e criar novas relações de amizade, através da interação pela linha do tempo, ou em grupos de interesse comum. Além disso, os recursos *curtir* e *compartilhar*, disponibilizados pelo Facebook, permitem acompanhar o que está acontecendo ao redor do mundo, ou na região de moradia.

Essas ferramentas também estão disponíveis no site da Cidade, e com isso, além da *fanpage*, é outro meio de ligação e divulgação com o Facebook. As pessoas podem comentar diretamente no site, pela plataforma de comentários do Facebook, ou interagir com o veículo na própria rede social.

A pesquisa aqui apresentada busca compreender de que forma as pessoas analisam e interagem com os conteúdos noticiosos da Rádio Cidade AM em seu site, bem como através dos comentários do Facebook e verificar quais as editorias com maior interação e de que forma ela é feita. Para tal, foi estabelecido como objetivo geral da pesquisa analisar como ocorre a interação dos internautas com as notícias publicadas pela Rádio Cidade AM em seu site e em sua página no Facebook. Como objetivos específicos, buscou-se identificar quais os assuntos que mais geram engajamento do público no espaço de comentários; entender de que forma esse tipo de manifestação é feita e verificar como é a resposta do veículo a partir dos comentários gerados pela sua audiência.

Fundamentação Teórica

Interação e Participação no Jornalismo

Zago e Bastos (2013) enfatizam que, com o passar dos anos, a forma como a distribuição de mídia é feita tem sofrido transformações. Ainda segundo os autores, conforme o surgimento de novos fatores para a distribuição da mídia, como a internet, a circulação de notícias passou por mudanças. Um jornal que tenha sua plataforma online, pode distribuir seu conteúdo através de assinaturas pagas, um portal de notícias, ou até mesmo por meio de feed.

Para Primo (2011), a relação do cidadão com a notícia se transformou com o advento das novas tecnologias. Como afirma o autor:

4. Relatório do segundo trimestre de 2014, divulgado pelo Facebook, e publicado pelo Meio & Mensagem, em 22 de agosto de 2014.



[...] o cidadão não se informa mais apenas através de veículos jornalísticos consagrados, nem aceita a definição de terceiros sobre o que é crível ou que tenha boa reputação. Um interagente na cibercultura consome toda e qualquer informação que tiver contato, segundo suas estratégias particulares de interação na rede. Além de sites jornalísticos, ele também se atualiza através de blogs, Twitter, sites de redes sociais (como Facebook), e-mail, etc. (Primo, 2011, p. 141)

Ainda segundo o autor, é o consumidor de conteúdo que escolhe a importância de cada veículo, sem necessariamente avaliar a origem de tal. E, apesar da concorrência entre os sites tradicionais de notícias e os sites de redes sociais, um depende do outro para obter divulgação e lucro.

Cunha (2013) destaca que a internet possibilita a difusão dos mais variados conteúdos, os quais podem ser discutidos e aprofundados quase que em tempo real. Com isso, veículos de comunicação optam cada vez mais pela propagação de seus materiais em sites e redes sociais.

Estamos em face de um suporte que deu lugar a uma grande diversidade de atividades e gêneros e em particular à voz do leitor que agora é onipresente, comentando e criticando tudo o que dizem os jornalistas, políticos, atores sociais, leitores, compartilhando textos e links, etc. A possibilidade de tornar público seus comentários, de se posicionar em “suas” comunidades discursivas, de serem lidos imediatamente está na base dessa prática dos leitores. (Cunha, 2013, p. 243)

Com essas mudanças, Zago e Bastos (2013) afirmam que a forma como a audiência é medida é feita através do número de acessos e permanência numa página. Com isso, são necessárias estratégias para atrair o leitor. Uma delas é a divulgação nos sites de redes sociais, como o Facebook.

Jenkins, Green e Ford (2014) lembram que, apesar da maior divulgação com os novos meios, o compartilhamento e o boca a boca são antigos:

[...] embora as novas ferramentas tenham proliferado os meios pelos quais as pessoas podem fazer material circular, recomendações boca a boca e compartilhamento de conteúdos de mídia são impulsos que há muito tempo mobilizam as interações entre as pessoas. (Jenkins; Green; Ford, 2014, p. 25)



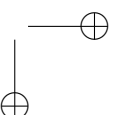
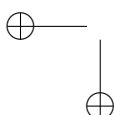
Primo (2007) propõe três tipos de interação: face a face, mediada e quase mediada. Na interação face a face, além da fala, existe a multiplicidade de símbolos, como gestos e expressões faciais, as quais expandem a comunicação. Diferente da primeira, a interação mediada acontece remotamente, o autor usa como exemplos a correspondência e o telefone

Por serem mediadas por um meio técnico, decorre um estreitamento das deixas simbólicas possíveis. Por exemplo, as deixas associadas à presença física não estão presentes na interação via carta ou telefone, ficando acentuada as deixas particulares da escrita (na carta) e da voz (na conversa telefônica). As informações contextuais ali presentes também apresentam características singulares, como o cabeçalho de uma carta (indicando local e data da redação), ou a identificação inicial em uma conversa ao telefone. (Primo, 2007, p. 20)

Além dos meios citados pelo autor como exemplo de interação por mediação, é possível colocar a internet dentre os exemplos. Nela, o equipamento eletrônico e os sites são os mediadores. Primo (2007) cita ainda um terceiro tipo de interação, a interação quase mediada. Neste caso ela é aplicada a meios de comunicação de massa, como jornais, livros e televisão. Ela tem fácil disseminação no espaço e tempo, porém é predominantemente de sentido único.

Para o autor, é preciso lembrar que os estudos da interação por computador não devem focar apenas no meio tecnológico, pois “é desprezar a complexidade do processo de interação mediada. É fechar os olhos para o que há além do computador”. (Primo, 2007, p. 30).

Assim, podemos notar que “[...] o ambiente virtual manifesta todo tipo de ação humana presente na sociedade [...]” (Caminada, 2015, p. 30). Dessa forma, Caminada (2015) explica que os usuários da rede a utilizam da maneira que lhes convém. O conhecimento de cada um é que influencia diretamente no conteúdo feito, ou não. Com o foco em comentários de notícias, o autor observa que “ao mesmo tempo em que são publicadas declarações ponderadas e há a manutenção de diálogo, são também observados todos os tipos de preconceitos, ignorâncias e desconhecimento do assunto [...]” (Caminada, 2015, p. 30).





Redes sociais e sites de redes sociais

O conceito de rede social é algo antigo e antecede o ambiente virtual. Conforme explica Recuero (2004), a formação de uma rede social passa pela interação através das relações entre agentes humanos. Sites de redes sociais podem ser definidos como a interação social ambientada no mundo virtual (Oliveira; Paiva, 2013). Esses sites formam comunidades, através de conexões, tornando-se semelhantes às comunidades tradicionais. Para as autoras, essas redes virtuais acabam gerando a conversação on-line.

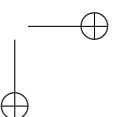
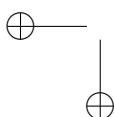
Jenkins, Green e Ford (2014) abordam o conceito de “propagabilidade”, gerada por recursos técnicos para divulgar o conteúdo na web. Esse conteúdo pode interessar a determinada comunidade, conseguindo assim propagar o material produzido. A “propagabilidade” destaca o material de fácil compartilhamento, facilitando a divulgação do conteúdo em lugares variados. Podemos citar como exemplo um vídeo produzido por um canal de música no YouTube, ele pode ser facilmente divulgado por diversas redes, entre elas o Facebook, propagando assim o conteúdo produzido.

Oliveira e Paiva (2013) destacam que, na atualidade, nossas experiências são feitas através de redes e telas e as formas sociais estão ligadas às tecnologias virtuais. Segundo as autoras, isso afeta diretamente nosso cotidiano. Como exemplo desse cenário, podemos observar o uso do Facebook, para a interação através de compartilhamento, curtidas e comentários.

O Facebook

A comunicação digital, graças à interatividade, dá as pessoas várias formas e maneiras de se comunicar na hora de tomar decisões (Oliveira; Paiva, 2013). Assim, o Facebook abre espaço para diferentes expressões. Os autores defendem que, apesar dos benefícios, a conversação no Facebook também pode ser manipulada

[...] a conversação no Facebook resulta de uma sofisticada engenharia de sistemas lógico-matemáticos. Contudo, pode ser manipulada por pessoas com os mínimos recursos cognitivos, considerando as competências tecnológicas contemporâneas tais como "a experiência do usuário" e "intuição" (Oliveira; Paiva, 2013, p. 123-124)



As ferramentas “curtir”, “comentar” e “compartilhar”, disponíveis tanto no próprio Facebook como fora dele, são um exemplo. Elas ultrapassam o simples ato de partilhar algo com outras pessoas conectadas na rede social.

Os atores presentes no Facebook têm diversas sensações afetivas. Esse cenário pode ser percebido nas ferramentas disponibilizadas pelo site, citadas anteriormente. Para Oliveira e Paiva (2013), eles “remetem aos diversos níveis de subjetividade e sociabilidade” que permeiam a vida dos sujeitos.

O site foi criado no ano de 2003, por um grupo de universitários de Harvard: Mark Zuckerberg, Chris Hughes, Eduardo Saverin e Dustin Moskovitz. Inicialmente, a plataforma tinha o nome de *Facemash* e seu objetivo era a interação entres os alunos da própria universidade. No início de 2004, o nome foi alterado para *thefacebook* e, ao final do mesmo ano, a plataforma já possuía um milhão de usuários cadastrados. Em 2005, o Facebook deixou de ser exclusivo dos estudantes americanos e foi disponibilizado em todo o mundo. No ano seguinte, a rede foi aberta para o uso de qualquer pessoa. Com a abertura, o site alcançou a marca de 12 milhões de pessoas.⁵

Dados divulgados em janeiro de 2015 pela *We Are Social*⁶ apontam que a base de usuários ativos mensalmente na plataforma é de um bilhão e 366 milhões de usuários. Com isso o Facebook é a maior site do gênero no mundo. Se somados os números de outros serviços de propriedade do Facebook, como WhatsApp, Instagram e Facebook Messenger, a companhia tem um total de dois bilhões e 766 milhões de usuários ativos mensalmente, em todo planeta. Usuários estes que usam os diversos recursos oferecidos pela plataforma, incluindo o sistema de comentários, disponível em diversos sites, como o da Rádio Cidade.

Procedimentos Metodológicos

A coleta do material foi realizada durante uma semana, entre os dias 30 de agosto e 5 de setembro de 2015. Foram documentados todos os comentários publicados pelos internautas no site e *fanpage* da Rádio Cidade AM.

5. Terra: Facebook completa 10 anos: conheça a história da rede social. 2014. Disponível em: <http://tecnologia.terra.com.br/facebook-completa-10-anos-conheca-a-historia-da-rede-social,c862b236f78f3410VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>. Acesso em: 21/09/2015.

6. Pesquisa disponível em: http://pt.slideshare.net/wearesocialsg/digital-social-mobile-in-2015?from_action=save



A partir dos dados coletados, foi realizada a análise de quais editorias têm maior interação, comparando o número de comentários e compartilhamentos gerados em cada publicação. Com os dados de cada plataforma, ou seja, *fanpage* e site, buscou-se analisar qual meio tem maior manifestação da audiência e de que forma ela atua em cada um deles.

Assim, o procedimento foi o de categorizar as publicações, separando as editorias com mais e menos interação, por dia, e de forma geral. Nessa etapa, o procedimento foi o da análise de conteúdo (Bardin, 1977). Além disso, foram analisados quais personagens aparecem com maior destaque nos comentários, através de procedimentos da etnografia online.

Para Angrosino (apud Fragoso, Recuero & Amaral, 2013), a etnografia serve para descrever os grupos humanos e suas formas de agir. Esta pesquisa se utiliza do método etnográfico como entendido por Fragoso, Recuero e Amaral (2013), mesmo não indo a campo

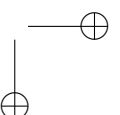
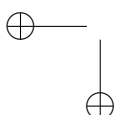
Compreendemos estudos de inspiração etnográfica como aqueles que não utilizam a etnografia como metodologia, mas apenas a narrativa, ou que se utilizam de partes dos procedimentos etnográficos de pesquisa, mas não chegam a ir a campo (Fragoso; Recuero; Amaral, 2013, p. 168)

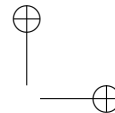
Fragoso, Recuero e Amaral (2013) destacam que a comunicação e constituição de grupos sociais, possibilitada com o surgimento da internet, mostrou que a pesquisa etnográfica também pode ser usada para o estudo das comunidades virtuais, tendo elas ligações off-line ou não.

Para Gebera (2008), a etnografia ajuda a compreender as relações geradas através da internet. Como explica o autor:

A etnografia encarna a percepção mais convincente para a investigação e a compreensão de interações e inter-relações sociais geradas na internet, como resposta à intermediação tecnológica, à pluralidade de paradigmas metodológicos, assim como à diversidade e à complexidade das matrizes etnográficas que se apresentam nas “vivências da rede”, que, em síntese, seu objeto de estudo (Gebera, 2008, p. 83).

Entende-se que a etnografia pode auxiliar na compreensão da comunicação feita através do computador (Fragoso; Recuero; Amaral, 2013). A sustentação da presença etnográfica no campo de estudo, junto ao compromisso





da vida cotidiana dos habitantes de tal campo, forma a etnografia, conforme define Hine (2011). “O status da rede como forma de comunicação, como objeto dentro da vida das pessoas e como lugar de estabelecimento de comunidades, sobrevive através dos usos, interpretados e reinterpretados dela” (Hine, 2011, p.80). A autora explica que a etnografia virtual funciona como uma forma de problematizar a internet. Pois, assim, o ambiente da web vai ganhando sensibilidade durante seu uso.

Seguindo essas proposições, o site e *fanpage* da Rádio Cidade AM foram monitorados antes e após o período de coleta do material analisado. Desta forma, foi possível perceber a maneira como o veículo se comporta no meio online, e como os internautas interagem com a página, bem como identificar os principais personagens que interagem com o veículo. Posteriormente à coleta, foi realizado o contato e entrevista com o sujeito mais atuante nos comentários no site e fanpage da emissora.

Análise e Discussão dos Resultados

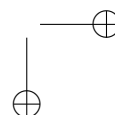
A Rádio Cidade AM⁷

Inicialmente, sua programação era voltada à música e entretenimento, mas após a mudança no controle da emissora em 1999, a informação passou a ter grande destaque nos programas da Cidade. A rádio tem duas edições diárias de seu jornal, o *Jornal da Cidade*, pela manhã, das 6h às 7h30, e ao meio-dia, das 12h às 13h.

No período da manhã, a programação é voltada ao jornalismo. Além do *Jornal da Cidade*, programas como *Cidade em Foco*, *Rádio Revista Cidade*, *Polícia é Notícia* e *Estúdio Mais* preenchem a grade da emissora de segunda à sexta-feira.

O jornalismo passa desde o plantão policial, com as notícias da segurança pública, até serviços, utilidade pública, saúde, política e esporte. Os temas são abordados geralmente em pequenas matérias, ou em entrevistas em estúdio, feitas nos programas matutinos da emissora.

7. A informação sobre o histórico e programação da Rádio Cidade AM foi elaborada com base no site do veículo (<http://rc.am.br>), e do blog História de Brusque (<http://historiadebrusque.blogspot.com>)





Na parte da tarde, a Cidade conta com programas de entretenimento e humor, entre às 13h até às 18h, a partir desse horário entra no ar, até às 19h, a *Parada dos Esportes*, noticiário esportivo da emissora, veiculado de segunda á sexta-feira. O esporte também está presente na cobertura de partidas do Brusque Futebol Clube, e dos Jogos Abertos de Santa Catarina, evento este que ganha destaque na programação.

Durante a noite e finais de semana, a programação é dominada pelo conteúdo musical. Além da transmissão de cerimônias religiosas nas igrejas de Brusque e Guabiruba.

O site da Rádio Cidade

O site tem grande parte do espaço dedicado ao conteúdo noticioso. Em destaque, um grande box, onde as seis principais notícias do momento são mostradas.



Figura 1 – Página inicial do site da Rádio Cidade AM

Homepage do site (<http://rc.am.br>) em 16 de outubro de 2015

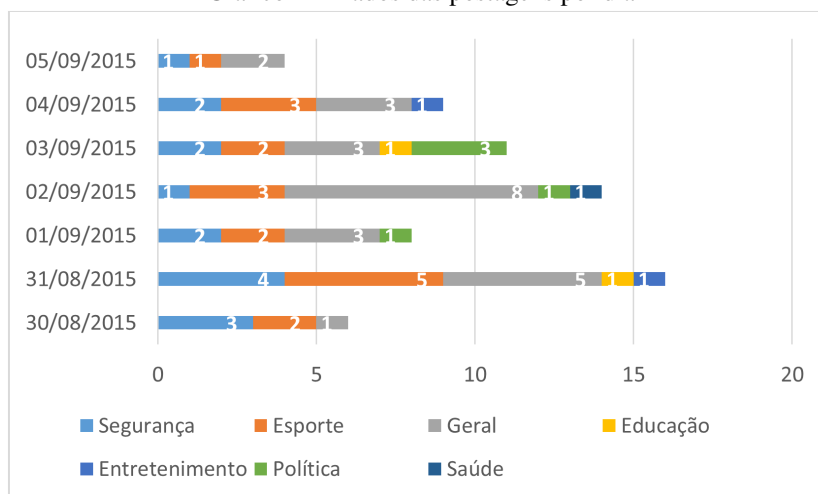
Somando todos os espaços de divulgação, são mostradas 26 matérias na primeira página do site. Também é disponibilizado ao internauta informações sobre o clima na cidade de Brusque, link para contato com o veículo e redes sociais. No topo da página, o menu com as categorias “Início”, “Notícias”, “Classificados”, “Galeria” e “Contatos”. Além de meios para acompanhar a

transmissão da rádio ao vivo via internet, e um letreiro com as últimas notícias publicadas, ao lado de um campo de busca.

Na parte inferior da homepage encontram-se as sessões dedicadas à galeria de fotos, vídeos, classificados, obituário, nascimentos, além de links para consulta a serviços como Detran e Celesc.

Durante o período de sete dias no qual foi realizada a coleta e análise, foram publicadas 70 matérias, distribuídas entre as seguintes editorias⁸: educação, entretenimento, esporte, política, saúde e segurança. Porém, as publicações não seguiram uma média diária, ou quantidade de editorias. O máximo de publicações registradas foi no dia 31 de agosto, com um total de 16 postagens, esse número altera entre 14, 11, nove, oito, e em dois dias, seis publicações. No caso das editorias, as únicas que apareceram todos os dias foram: esporte, geral e segurança. Na sequência vem política, aparecendo em três dias. Finalizando com educação, entretenimento e saúde, registradas em apenas dois dias.

Gráfico 1 – Dados das postagens por dia



8. Definidos na pesquisa, conforme o padrão seguido no jornalismo.

A fanpage da Rádio Cidade

Em sua *fanpage* no Facebook, a rádio possui 32.896 curtidas⁹. Através da plataforma o veículo divulga suas matérias e vídeos. Como visto na imagem abaixo, a forma de divulgação do conteúdo é feita com um texto de chamada, diferente do publicado na notícia, junto ao link para acesso da publicação no site da rádio. Além da foto principal da notícia, buscando assim, chamar a atenção do internauta.

Figura 2 – Fanpage da Rádio Cidade AM no Facebook



Fanpage da Rádio Cidade (<https://www.facebook.com/radiocidadeam850>) em 16 de outubro de 2015

9. Número consultado no dia 16 de outubro de 2015.



No período analisado, o veículo não divulgou todas as publicações feitas em seu site na página do Facebook. Mesmo a coleta de dados realizada na rede social tenha sido retroativa, e alguns posts terem saído da linha do tempo da Rádio no Facebook, a prática foi observada durante o acompanhamento antes e depois da coleta.

Formas de Interação

Dentro de seu site, a Rádio Cidade disponibiliza, em todas as notícias, um espaço onde os leitores podem deixar sua opinião. Essa interação funciona através da plataforma disponibilizada pelo Facebook, e com isso ajuda a identificar aqueles que deixam algum comentário no site. Além disso, tal ferramenta permite o debate entre os comentaristas, através de um mecanismo de resposta direta.

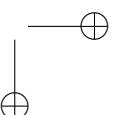
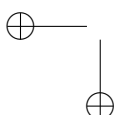
Ainda é possível interagir curtindo ou compartilhando a notícia, maneiras que também são ligadas ao Facebook. Além destas, o site permite o compartilhamento no Google+ e no Twitter, facilitando o acesso dos mais variados públicos, em diferentes locais, evidenciando assim o estímulo à prática do que Jenkin, Green e Ford (2014) definem como “propagabilidade”. Portanto, existe uma dependência, onde o veículo usa as plataformas para divulgação, e essas obtêm o lucro (Primo, 2008).

A interação do público também existe na *fanpage* da emissora, dentro do Facebook. Lá o usuário da plataforma pode curtir, compartilhar ou comentar os conteúdos divulgados, semelhante ao site do veículo. Mas, neste caso, toda a interação acontece diretamente no site do Facebook, sem ligações com a página oficial¹⁰ da Rádio Cidade. Através de todas essas ferramentas “o consumidor é incentivado a contribuir, criticar e fazer-se ouvir” (Bueno; Ribeiro, 2012, p. 6).

Comentários

É através dos comentários que o usuário pode interagir de forma direta e da maneira que desejar, afinal, é um ambiente sem regras definidas, como aponta Quadros (2005). Assim como relatado sobre a disparidade entre o número de postagens por dia, o de comentários se assemelha no sentido de

10. No caso, o site da emissora (<http://rc.am.br>)



não existir uma participação constante nas publicações. Os posts com maior participação foram *Movimento lançará plebiscito sobre separação de estados* (Política), com 65 comentários, *Tragédia no Fórum de Brusque* (Segurança), com 27 comentários, e *Cinquentinhas deverão ser regulamentadas* (Geral), com 14 comentários.

Em sua maioria, os comentários não chegam a dez, como em: *Grupo tenta arrombar joalheria no Centro* (Segurança), com seis comentários, ou *Filhos estão à procura de mãe desaparecida* (Segurança), com sete comentários. Outras notícias não receberam comentários, caso de *Definidos detalhes dos Jogos Escolares* (Esporte), e *Projeto foca ações na saúde de adolescentes* (Saúde).

Nos sete dias de coleta, entre 31 de agosto e 5 de setembro, foram registrados 223 comentários no site da emissora. Foi constatado que Segurança, Política e Geral tiveram maior participação dos internautas, somando 214 comentários. Enquanto Saúde, Entretenimento e Esporte tiveram um total de nove comentários, já Educação não teve participação. Gráfico 2 - Comentários por editoria

Comparando os dados do site com a *fanpage* no Facebook, é possível notar que Segurança também é a editoria com maior participação, totalizando 25 comentários. Na sequência estão Geral com dez, Esporte apenas com dois comentários e Entretenimento sem participação. Na análise das publicações feitas no Facebook, a editoria que teve a maior interação através da ferramenta “curtir”, disponível na *fanpage* da Rádio Cidade, foi Segurança, com um total de 821 curtidas. Em seguida aparecem Geral com 311, Esporte com 38 e Entretenimento com apenas sete.

As postagens de maior engajamento no Facebook são: *Liminar determina restauração de prédio histórico* (Geral), com nove comentários, e *Residência é assaltada em Guabiruba* (Segurança), com sete comentários. Seis postagens tiveram entre quatro e uma participação, já oito publicações não tiveram comentários.

Algo comum nos comentários analisados é a forma de escrita, com a presença de erros de português, palavras ou frases em letra maiúscula, e ausência ou excesso de pontuação. São exemplos: *quando malta um carro deveria pelo ao menos notificar o infrator; quando o mesmo nao e parado na blitis o valor da multa paga a ntificação policia notifica, e é preciso muito calmante – pra não morrer infartado – somos assaltados de todo os lados...*

Figura 3 – Exemplo de escrita nos comentários

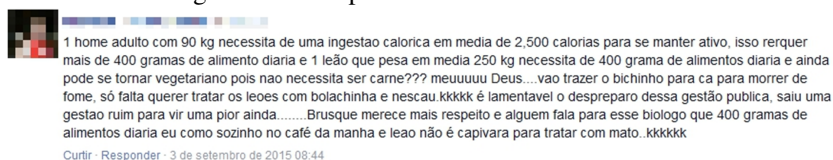
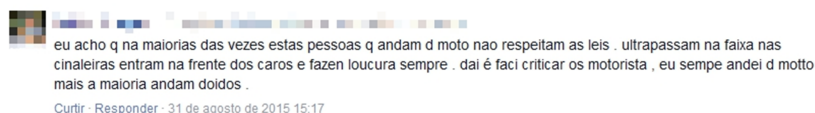


Figura 4 – Exemplo de comentário



A interação nos comentários

Como definição inicial, os comentários foram separados em três categorias: positivos, neutros e negativos, seguindo a proposição de Bardin (1977) quanto à categorização do conteúdo a partir de seus marcadores de juízos de valor. No site foram 30% (68) dos comentários positivos, 31% (70) neutros e 39% (87) negativos. No Facebook os números são semelhantes, 28% (9) positivos, 34% (11) neutros e 38% (12) negativos.

Foram caracterizados como positivos aqueles comentários nos quais são feitos elogios ao veículo ou ao fato noticiado, bem como na existência de uma concordância entre o diálogo dos internautas. Postagens relacionadas à segurança receberam vários comentários positivos, dos quais predomina o elogio à polícia: *PARABÉNSSSSSSSS A TODOS , PONTO FINALLL*, e *A Polícia e a sociedade tem que estar próxima cada vez mais, com a união o sucesso nas ocorrências é garantido!! Parabéns a todos*, comentaram na notícia *Mulher é assaltada no Santa Terezinha*. Outro exemplo é na matéria *Brusquense monitora o clima da cidade há 30 anos*, todos os comentários são positivos ao personagem relatado: *Esse é fera!*, *Parabéns pelo trabalho e dedicação.*, e *Grande ciro groh*.

Já os comentários neutros são aqueles que não expõe uma opinião direta, são risadas, menções a outros usuários, comentários de explicação e até

mesmo perguntas. São exemplos: *Fica perto de onde o Posto, me diga a referência?*, em *Imigrante ganha UBS nova* (Saúde), e *A Centralvig Sistemas Eletrônicos estará participando, venha visitar nosso stand!*, em *Dia 9 começa mais uma Fairtec* (Geral).

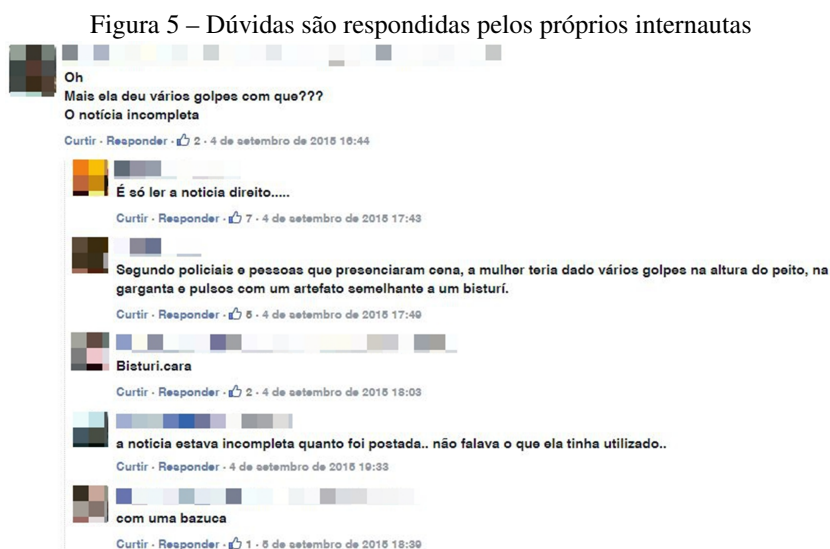
Por último, os comentários negativos. São opiniões contrárias ao tema da notícia ou de outro comentário, ofensas, e críticas ao veículo de comunicação. São exemplos: *Que façamos mais movimentos para unir, e não para separar. Que façamos mais movimentos para amar e integrar, e não para odiar e segregar.*, em *Movimento lançará plebiscito sobre separação de estados* (Política), *Cheio de motorista bosta nessa cidade...*, em *Acidente com moto é novamente registrado* (Segurança).

É interessante destacar que as críticas diretas ao veículo não são frequentes. Nas ocasiões onde esse tipo de fato acontece, os comentários são voltados para algum tipo de erro cometido na matéria, como erros de ortografia e imprecisão ou falta de informações, sendo exemplo o comentário: *area central da cidade, que cidade? brusque, guabiruba?*, publicado na notícia *Tentativa de furto no Banco do Brasil*. Sendo assim mais comuns críticas relacionadas ao tema divulgado, ou comentários feitos por outros internautas.

Deste modo, percebe-se que o público pode criticar diversos atores, como jornalistas, e até mesmo outros leitores, tudo isso acontece pela possibilidade da propagação imediata da opinião dita (Cunha, 2013).

É interessante notar que em nenhuma das postagens analisadas¹¹ a emissora interagiu com os internautas. Houve perguntas complementares à notícia e sugestão de correção de erros, porém, nenhum dos comentários foi respondido. No caso mostrado na figura abaixo, os próprios internautas respondem a um comentário desse tipo.

11. Site e fanpage.



Comentário postado no site da emissora, na notícia *Tragédia no Fórum de Brusque*

A notícia intitulada *Movimento lançará plebiscito sobre separação de estados* se destaca não apenas pelo maior número de comentários¹² dentre todas as publicações analisadas, mas pelo debate entre os internautas. Houve aqueles que apoiavam a iniciativa relatada na publicação e outros que discordavam, e entre eles, pessoas com dúvidas a respeito do tema. Em todos os casos pessoas ligadas ao movimento buscavam responder os comentários feitos, mostrando os pontos defendidos por eles, e explicando as dúvidas levantadas.

Compartilhamentos

Da mesma forma como nos comentários, a editoria com a maior participação através do compartilhamento é a de Segurança. As publicações referentes ao tema foram compartilhadas 219 vezes. Em seguida vem Esporte com 135, e Geral com 63 compartilhamentos. No Facebook, o comportamento se repete, e Segurança aparece com 203 compartilhamentos, um número semelhante ao

12. Foram registrados 65 comentários na postagem.



do site da emissora. É interessante destacar que Esporte tem uma baixa interação através dos comentários, com apenas seis. Porém, é a segunda editoria em compartilhamento, demonstrando que assuntos relacionados ao tema despertam algum tipo de interesse no leitor, mas o debate ou a exposição de opinião é deixada para outros assuntos, como segurança.

A notícia com maior interação através de compartilhamento no site da Rádio Cidade foi *Tragédia no Fórum de Brusque* (Segurança), com 92 compartilhamentos. Nas publicações divulgadas na *fanpage*, duas se destacam. Ambas abordam o desaparecimento de pessoas, e obtiveram um número muito maior de compartilhamentos dentro do Facebook. As postagens são: *Jovem sai da casa da namorada e não é mais visto* (Segurança), com 97 compartilhamentos, e *Filhos estão à procura de mãe desaparecida* (Segurança), compartilhada 84 vezes. No site a primeira notícia teve 20 compartilhamentos, já a segunda 27. Em relação à *fanpage* o número de compartilhamentos é muito menor, porém, se olharmos apenas para o site, são publicações que se destacam nessa forma de interação.

Sendo assim, essas maneiras possibilitam ao internauta divulgar e compartilhar o conteúdo que julga relevante. Como por exemplo, as notícias sobre o desaparecimento de pessoas, publicadas inicialmente no site do veículo, e posteriormente divulgadas pelas pessoas, em diversas redes. Assim, vemos o conceito de “propagabilidade” defendido por Jenkins, Green e Ford (2014), afinal o meio primário disponibiliza ferramentas que ajudam o internauta a propagar o conteúdo, fazendo com que ele chegue em várias outras pessoas.

Personagens em destaque

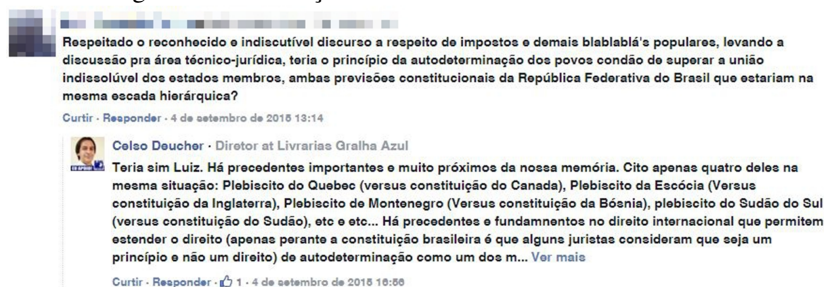
No campo de comentários do site da Rádio Cidade foram identificados dois personagens que se destacaram nessa forma de interação. Um é Celso Deucher, o qual participou ativamente em uma das publicações. Outro é Antônio Carlos Weidgenant perfil mais ativo nas publicações feitas no site da emissora.

Fonte da matéria *Movimento lançará plebiscito sobre separação de estados*, Celso Deucher participou do debate gerado nos comentários da notícia, publicando um total de cinco dos 65 comentários a essa postagem. O papel de Deucher foi o de responder comentários com dúvidas, ou contrários ao movi-



mento, sempre apresentando os pontos levantados pelo movimento *O Sul é o Meu País*, do qual é um dos integrantes.

Figura 6 – A interação de Celso Deucher nos comentários



Além de publicar suas opiniões sobre as notícias postadas, Antônio Carlos Weidgenant usa o espaço de comentários para reivindicar projetos e obras perante ao poder

Público, e solicitar ajuda em causas de proteção aos animais. Em algumas ocasiões ele apenas usa o campo de comentários para a divulgação ou reivindicação. Em outros, escreve seu ponto de vista sobre o assunto da postagem, juntamente com os temas comumente abordados por ele, como se pode perceber nos exemplos a seguir: Figura 7 - Participação de Antônio Carlos Weidgenant nos comentários

Para Antônio¹³ espaços como o da Rádio Cidade, onde o internauta pode participar, é algo importante. Ele vê esse tipo de espaço como um local onde se pode colocar suas ideias, e defender um ponto de vista. Segundo ele as pessoas deveriam participar com maior frequência nos comentários. Sobre as publicações que faz para falar de alguma causa em defesa dos direitos dos animais, Antônio conta que algumas pessoas já entraram em contato com ele para ajudar, não só pelos comentários, mas diretamente pelo Facebook e até mesmo no antigo Orkut.

Esses exemplos podem ser entendidos a partir da perspectiva dos valores que movem os atores sociais nas redes, conforme definidos por Recuero (2009). O primeiro deles é a visibilidade, que depende da presença do ator na rede, e os sites de redes sociais permitem isso, como cita a autora. Podemos

13. Informações obtidas a partir de entrevista realizada com ele em outubro de 2015.



ver esse valor no caso de Antônio, que frequentemente publica comentários no site da emissora, conseguindo assim, um espaço de destaque entre os demais. Através da visibilidade é possível obter outro valor, o da reputação. Neste caso o valor é construído através da visão de outros atores sobre alguém, pela forma de agir nas redes.

O terceiro valor abordado por Recuero (2009) é a popularidade. Esse valor é medido pela audiência, que é perceptível através das conexões e relações nas redes sociais. Por último, o valor da autoridade, onde o ator exerce algum tipo de influência sobre a rede, e da qual existe algum tipo de dependência da reputação. Nesses dois últimos valores, a interação feita por Celso Deucher pode ser destacada, comentários e respostas, ele pode praticar algum tipo de influência no debate gerado, além de divulgar o movimento do qual participa.

Considerações Finais

As ferramentas disponíveis no ambiente virtual proporcionam o fácil acesso à interatividade. Espaços para comentários, como o oferecido pela Rádio Cidade em seu site ou em sua *fanpage*, dão a oportunidade do internauta se manifestar, expondo sua opinião sobre o conteúdo jornalístico publicado, o que também gera desafios aos profissionais que atuam nesses veículos, por exemplo, sobre como gerenciar as interações. Ribeiro (2013) diz que “um dos problemas que ameaça tornar-se crônico para as direções editoriais resume-se na dificuldade de consolidar um modelo sólido na gestão dos comentários dos leitores aos conteúdos publicados”.

No site da Rádio Cidade, assim como em sua *fanpage*, não existe nenhum tipo de moderação dos comentários. Qualquer tipo de opinião, ofensa ou piada, é publicado instantaneamente através do sistema de comentários disponível, gerando assim um território livre, evidenciando um aspecto negativo apontado pela autora quanto à relação entre veículos jornalísticos na web e seu público online. Para ela, a falta de gerenciamento ou de um mínimo de moderação estimula o comportamento de *haters*, por exemplo, e todo veículo deve se preocupar e tentar desenvolver formas de melhor diálogo e mesmo de moderação do público, o que para o autor qualificaria o debate.

Um exemplo de moderação citado por Ribeiro (2013) é do jornal tcheco Novinky, que passou a exigir um cadastro de seus leitores para terem acesso ao campo de comentários. Com a moderação, é possível que exista um debate



real, e a exposição de opinião realmente relevantes. Afinal, um sistema desse tipo exige um maior engajamento do público.

No que se refere ao objeto analisado nesta pesquisa, a editoria com maior atenção do público é a de Segurança. Notícias que tenham como foco acidentes, ou crimes, geraram o maior engajamento dos internautas. Nesses casos, grande parte se manifesta em apoio às ações policiais, e repúdio aos infratores, mostrando até mesmo um discurso de ódio e intolerância.

Mesmo com os meios disponíveis para a interação, ela fica restrita apenas entre os internautas. Em nenhuma das postagens analisadas no site *efanpage*, a emissora se comunicou com sua audiência. Após o período de coleta, houve dois casos na *fanpage* onde a emissora respondeu comentários dos internautas, porém de forma isolada.

Apesar da interação também existir na *fanpage*, e ser semelhante à presente no site da emissora, a página própria da Rádio tem maior participação do internauta nos comentários. Porém, na comparação das publicações na *fanpage* e site, o compartilhamento do conteúdo foi maior no Facebook. Jenkins, Green e Ford (2014) apontam que a circulação de conteúdo mostra o caminho de um movimento mais participativo de cultura. O público deixou de consumir mensagens prontas e passou a moldá-las “compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneiras que não poderiam ter sido imaginadas antes” (Jenkins; Green; Ford, 2014, p. 24). Esse comportamento descrito pelos autores é feito coletivamente.

As formas disponibilizadas pela Rádio Cidade AM para interação e compartilhamento de seu conteúdo, são um exemplo de como o meio online possibilita a difusão de conteúdo, porém ainda com muitos desafios quanto à forma como “dialogar” com o público. Se mesmo um veículo de menor porte, local, e portanto, com um número menor de “seguidores” do que os grandes veículos jornalísticos, como evidencia a análise, ainda não consegue estabelecer uma forma de moderar e dialogar mais ativamente com os internautas, certamente isso aponta para um dos principais desafios da prática do jornalismo no cenário online bem como da própria pesquisa sobre o comportamento do público nesse espaço.

Referências Bibliográficas

Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

- Bueno, T. & Reino, L. (2012). Comentários em notícias expõe o analfabetismo funcional da população brasileira. *Anais...: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*. Recife, 14 a 16/06/2012. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0815-1.pdf>
- Caminada, T. (2015). *Erro jornalístico nos comentários das redes sociais: interações entre leitores e veículos*. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Mestrado em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina.
- Cunha, D. (2013). Violência verbal nos comentários de leitores publicados em sites de notícia. *Calidoscópico*, 11(3): 241-249. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/calidoscopio/article/view/cld.2013.113.02>
- Fragoso, S.; Recuero, R. & Amaral, A. (2013). *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Gebera, O. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet. *Educar*, 42 81-93. Disponível em: <http://www.raco.cat/index.php/educar/article/viewFile/142550/194105>
- Hine, C. (2011). *Etnografía virtual*. Editorial UOC.
- História de Brusque, Os 28 anos da Rádio Cidade AM*. Disponível em: <http://historiadebrusque.blogspot.com.br/2010/12/os-28-anos-da-radio-cidade-am.html>. Acesso em 14 de agosto de 2015.
- Internet Archive: WayBack Machine, Rádio Cidade AM: Rádio Cidade*. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20121014073710/http://www.radiocidadeam.com.br/web/quemsomos.ph>. Acesso em 30 de agosto de 2015.
- Internet Archive: WayBack Machine, Rádio Cidade AM: Grade de Programação*. Disponível em: <http://web.archive.org/web/20150107103938/http://rc.am.br/programacao/> Acesso em 30 de agosto de 2015.
- Jenkins, H.; Green, J. & Ford, S. (2014). *Cultura da Conexão: Criando Valor e Significado por Meio da Mídia Propagável*. São Paulo: Aleph.
- Meio & Mensagem. Facebook tem 89 milhões de usuários no Brasil*. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2014/>

- 08/22/Facebook-tem-89-milhoes-de-usuarios-no-Brasil.html. Acesso em 29 de agosto de 2015.
- Oliveira, S. & Paiva, C. (2013). A conversação em rede no Facebook: três conceitos de interação social. In J. Ribeiro, T. Miranda & A. Soares, *Práticas interacionais em rede*. Salvador: Edufba.
- Primo, A. (2007). *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. 1. ed. Porto Alegre: Sulina.
- Primo, A. (2011). Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. *Intexto*, 25: 144-161.
- Recuero, R. (2004). Teoria das redes e redes sociais na internet: considerações sobre o Orkut, os weblogs e os fotologs. *Anais...: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Porto Alegre, 2004. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/121985795651418859729998795470196200751.pdf>
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet* (p. 191). Porto Alegre: Sulina.
- Ribeiro, F. (2013). Entre o ecrã e o teclado. A participação dos leitores no comentário às notícias do PÚBLICO online. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, 1(1). Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/29413>
- Quadros, C. (2005). A participação do público no webjornalismo. *Revista E-Compós*, 4. Disponível em: <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compós/article/viewFile/56/56>
- Terra: Facebook completa 10 anos: conheça a história da rede social* (2014). Disponível em: <http://tecnologia.terra.com.br/facebook-completa-10-anos-conheca-a-historia-da-rede-social,c862b236f78f3410VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>. Acesso em: 21/09/2015
- Zago, G. & Bastos, M. (2013). Visibilidade de notícias no twitter e no facebook. *Brazilian Journalism Research*, 9(1): 116.