

2

Pertencer ao global, pertencer ao local

O grande silêncio das coisas muda-se no seu contrário através da mídia. Ontem constituído em segredo, agora o real tagarela. Só se vêem por todo lado notícias, informações, estatísticas e sondagens. Jamais houve uma história que tivesse falado ou mostrado tanto.

Michel de Certeau

Hoje vemos o mundo de dentro de casa. A televisão nos conecta, muitas vezes em tempo real, com o que acontece do outro lado do planeta, ao menos com o que é considerado notícia. O encurtamento de espaços propiciado pelo avanço da tecnologia nos coloca frente a frente com a queda das torres gêmeas, a guerra do Iraque, as devastações provocadas por *tsunamis* e furacões.

O telejornalismo que busca exaustivamente cobrir as notícias que não param de se acumular tenta dar conta de promover o contato do telespectador com o que acontece de “importante” no mundo. A tela do aparelho de TV nos traz imagens chocantes, emocionantes, impactantes, que têm a missão de nos revelar o que é real.

Os meios de comunicação de massa homogeneízam os acontecimentos de diferentes países, de diferentes culturas. Um espectador médio muitas vezes não sabe bem diferenciar a guerra do Iraque do conflito entre palestinos e israelenses. Marshall Berman² declara que os sistemas de comunicação de massa “embrulham e amarram, no mesmo pacote, os mais variados indivíduos e sociedades”. Estamos em contato com os que estão distantes de nós, mas esta aproximação é ilusória, os fatos nos são traduzidos. Sabemos que o que nos chega é uma versão do real. Uma versão formatada, editada para se

² BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar*. São Paulo: Companhia das Letras, 1982, p.16.

adequar à linguagem jornalística; para cumprir com a missão de ser imparcial, clara, objetiva. Para Milton Santos, hoje somos capazes de conhecer o que é o “acontecer do outro”, mas o autor adverte que “a informação instantânea e globalizada por enquanto não é generalizada e veraz porque atualmente intermediada pelas grandes empresas da informação”.³ Portanto, o que nos chega é um ponto de vista sobre o real.

2.1

Globais ou deslocados?

Vemos o mundo através de lentes, muitas vezes deformantes, mas que de certa forma satisfazem a nossa angústia diária produzida pela obrigação de sermos globalizados. Quando as torres gêmeas foram atacadas em Nova York no dia 11 de setembro de 2001, provavelmente grande parte dos telespectadores em todo o mundo acompanharam avidamente todos os detalhes da tragédia que eram fornecidos incessantemente pela TV.

Essa notícia atraiu o telespectador que não viveu fisicamente a tragédia (como nós, brasileiros) porque era sensacional, chocante, inusitada. Podemos estabelecer uma diferença básica entre sentimento do receptor novaiorquino e o sentimento dos outros telespectadores naquele 11 de setembro: os moradores da cidade afetada pelos atentados receberam uma notícia que lhes pertencia, que lhes dizia respeito diretamente. Os outros receptores, principalmente os não-americanos, foram, provavelmente, atraídos por um sentimento de projeção. Uma descrição de Edgar Morin, feita no início dos anos sessenta a respeito da recepção de notícias sensacionalistas se aplica até hoje. O autor compara a catarse, definida por Aristóteles como o processo de purgação ou eliminação das paixões que se produzia no espectador das

³ SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*. São Paulo: Record, 2006, p.28.

tragédias gregas, com o que acontece com o telespectador das notícias sensacionalistas da cultura de massa:

(...) a presença no sensacionalismo, do horrível, do ilícito, do destino e da morte na vida quotidiana, é atenuada pelo modo de consumo jornalístico; o sensacionalismo é consumado, não segundo o rito cerimonial da tragédia, mas à mesa, no metrô, com café com leite. Os mortos das notícias sensacionalistas ainda que bem reais, enquanto os mortos de teatro são simulados, estão afinal mais *longe* do leitor do que os mortos shakespearianos o estão do espectador. As vítimas do sensacionalismo como da tragédia são *projetivas*, isto é, são ofertadas em sacrifício à infelicidade e à morte. (...) A catarse é como que digerida no quotidiano, isto quer dizer que o grande tema de sacrifício “eles morrem em meu lugar”, se atenua num “são eles que morrem, e não eu”.⁴

O exemplo da notícia do atentado contra as Torres Gêmeas é extremo, mas ilustra a diferenciação que queremos estabelecer aqui entre a recepção que se dá por projeção e a que se dá por identificação. As notícias internacionais, principalmente as grandes tragédias, atraem a maior parte dos telespectadores por um sentimento de *voyeurismo*. A vontade de assistir, de dentro de casa, ao que acontece com os que estão distantes de nós é plenamente satisfeita pela televisão globalizada. Ela divulga e enquadra a notícia, organiza o caos.

A *CNN*, rede internacional de telejornalismo, fornece, vinte e quatro horas por dia, um mosaico de informações, imagens e análises que pretende dar conta de tudo o que acontece de “relevante” no planeta. Transmissões ao vivo de repórteres “heróis” diretamente da guerra, seja ela na Bósnia, no Iraque ou em Israel; entrevistas com personagens envolvidos nos acontecimentos; imagens e sons estupefacentes; análises aprofundadas com “especialistas” nos mais variados assuntos. Um canal de TV a cabo que lança mão das mais variadas ferramentas para oferecer uma cobertura “completa” das notícias globais.

Entrando em contato diariamente com uma enxurrada de informações, buscamos querer saber cada vez mais. O jornalismo ao mesmo tempo satisfaz

⁴ MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX – volume 1: Neurose*, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997, grifos do autor.

e alimenta essa necessidade, é o mediador entre a vida privada e a esfera pública. E o jornalismo veiculado pela televisão incrementa ainda mais a ilusão do contato com o que é considerado fato pertinente e merecedor de divulgação. As notícias pré-selecionadas são a nossa ilusão de realidade. É o que Luis Carlos Fridman chama de “miragem eletrônica”:

É possível saber o que afeta o mundo todo e não estar em lugar algum. Dito de outra maneira, o contato visual com tudo o que é humano navega em narrativas midiáticas que preenchem a subjetividade contemporânea de coleções de sensações e impressões fugidias.⁵

As redes de comunicação contribuem para a sensação de deslocamento vivida pelo indivíduo contemporâneo. As impressões fugidias que colecionamos, que chegam até nós pelo gigantesco aparato mundial de geração e divulgação de informações, nos dão apenas uma sensação de pertencimento no mundo. Ao ter acesso fácil a imagens e depoimentos de acontecimentos que chocam o planeta, sentimos que de alguma forma participamos deles? Ao nos comovermos com o sofrimento de uma criança atingida por uma guerra na África ou no Oriente Médio, nos sentimos menos culpados? Os meios de comunicação nos dão a oportunidade de ter uma relação apenas virtual com o que acontece fora da nossa realidade cotidiana.

2.2

O sujeito globalizado

As fronteiras se dissolvem, a globalização desloca as identidades nacionais. Sentimos hoje que o mundo é menor, as distâncias são mais curtas. Paralelamente a sua vida diária, cotidiana, o indivíduo contemporâneo se esforça para ser pertencente ao mundo. O sentimento de se estar enraizado em

⁵ FRIDMAN, Luis Carlos. *Vertigens pós-modernas*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000, p.17.

uma nação se enfraquece na medida em que esta nação tem que estar cada vez mais globalizada, economicamente e culturalmente. Stuart Hall explica como as identificações globais hoje afetam as identidades nacionais:

Os *fluxos culturais*, entre as nações, e o consumismo global criam possibilidades de “identidades partilhadas” – como “consumidores” para os mesmos bens, “clientes” para os mesmos serviços, “públicos” para as mesmas mensagens e imagens – entre pessoas que estão bastante distantes umas das outras no espaço e no tempo. À medida em que as culturas nacionais tornam-se mais expostas a influências externas, é difícil conservar as identidades culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas através do bombardeamento e da infiltração cultural.⁶

Para se adequar ao mundo globalizado, o indivíduo da contemporaneidade deve se guiar pelos valores legitimados pelo modo de vida ocidental, capitalista e dominante. De acordo com Luis Carlos Fridman⁷, os seres humanos hoje têm a obrigação de ser informados, autônomos, criativos e de se sentir à vontade na instabilidade. O homem pós-moderno deve descartar sua necessidade por segurança e valorizar o tempo presente, sem se preocupar com o futuro. Os valores propagados pela sociedade contemporânea e ecoados nos meios de comunicação são o bem-estar, a felicidade, o prazer momentâneo, o consumo. Somos constantemente lembrados de que temos que desfrutar da vida.

Zygmunt Bauman compara o homem pós-moderno com o homem da modernidade analisado por Sigmund Freud no início do século XX. Em seu livro *O Mal-Estar da Civilização* (1930), Freud observou que o homem abria mão do prazer momentâneo e de grande parcela de liberdade para garantir em sua vida segurança e estabilidade, que eram os pré-requisitos para se atingir a felicidade. Bauman constata que este homem moderno descrito por Freud é diferente do homem de hoje, pós-moderno, para o qual felicidade é sinônimo de bem-estar, amor, liberdade de escolha.

⁶ HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*, Rio de Janeiro: DP&A, 2003, p.74, grifos do autor.

⁷ FRIDMAN, Luis Carlos. *op.cit.*

Passados sessenta e cinco anos que *O mal-estar na civilização* foi escrito e publicado, a liberdade individual reina soberana: é o valor pelo qual todos os outros valores vieram a ser avaliados e a referência pela qual a sabedoria acerca de todas as normas e resoluções supra-individuais devem ser medidas.⁸

2.3

Paradoxo

Dentro desse quadro, Manuel Castells nos apresenta o paradoxo entre a rede e o ser. Ao mesmo tempo em que o indivíduo é levado a ser mais um dentro do grande público mundializado, ele busca a sua identidade, seja ela coletiva ou individual. Por mais que, como explica Bauman, a liberdade individual e o usufruto do presente sejam hoje valores que superam a necessidade de segurança, em algum lugar o homem ainda precisa se ancorar:

(...) a identidade está se tornando a principal e, às vezes, única fonte de significado em um período histórico caracterizado pela ampla desestruturação das organizações, deslegitimação das instituições, enfraquecimento de importantes movimentos sociais e expressões culturais efêmeras. Cada vez mais, as pessoas organizam seu significado não em torno do que elas são ou acreditam que são. Enquanto isso, as redes globais de intercâmbios instrumentais conectam e desconectam indivíduos, grupos, regiões e até países, de acordo com sua pertinência na realização dos objetivos processados na rede, em um fluxo contínuo de decisões estratégicas. Segue-se uma divisão fundamental entre o instrumentalismo universal abstrato e as identidades particularistas historicamente enraizadas. *Nossas sociedades estão cada vez mais estruturadas em uma oposição bipolar entre a Rede e o Ser.*⁹

A partir deste paradoxo estabelecido por Castells podemos chegar ao tema que nos aproxima do objeto específico desta dissertação. Esta maneira de viver individualizada e ao mesmo tempo mundializada, que privilegia o presente e valoriza menos as raízes do passado e os projetos do futuro altera

⁸ BAUMAN, Zigmund. *O mal-estar da pós-modernidade*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998, p.9.

⁹ CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. Volume 1. São Paulo: Paz e Terra, 2003, p.23, grifo do autor.

também a relação do sujeito com o lugar onde vive, seu sentimento de pertencimento. Bombardeados por informações, valores, bens culturais e de consumo padronizados para um público mundial, o que resta da nossa relação com o local?

Michel Maffesoli (2003) explica que a informação tem uma força relacional por ser capaz de estabelecer comunhão entre indivíduos e grupos:

(...) as pessoas não querem só informação na mídia, mas também e fundamentalmente ver-se, ouvir-se, participar, contar o próprio cotidiano para si mesmas e para aqueles com quem convivem. A informação serve de cimento social. Mais do que saber se Bush vai ou não invadir o Iraque, um leitor, um ouvinte, um telespectador distante da área desse conflito quer saber, com frequência, de coisas muito menos sérias, mas não menos importantes para a coesão social.¹⁰

Seriam essas “coisas menos sérias” as notícias do cotidiano, da cidade? As notícias locais dizem respeito ao ambiente em que o receptor está inserido, interessam por identificação, falam de fatos que interferem na sua rotina diária. Por isso, podemos supor que a relação do espectador com a notícia local seja diferente de sua relação com a notícia global.

2.4

A cidade, o cotidiano

No momento em que a globalização nos atinge com tanto impacto, a cidade, o bairro, podem ser o lugar em que o sujeito se reconhece. Podemos considerar a cidade como geradora de um sentimento de pertencimento local, diferente da necessidade angustiante e nunca satisfeita de se conectar com o

¹⁰ MAFFESOLI, Michel. *A Comunicação sem Fim (Teoria Pós-Moderna da Comunicação)*. Revista FAMECOS: Mídia, Cultura e Tecnologia, n° 20, Abril 2003, Porto Alegre: Departamento de Comunicação Social da PUC-RS, p.15.

mundo. A cidade faz concretamente parte da vida cotidiana do indivíduo. Nela ele é sujeito, pertencente. Jesús Martín-Barbero nos revela que:

(...) o lugar significa nossa ancoragem primordial: a corporeidade do cotidiano e a materialidade da ação, as quais são base da heterogeneidade humana e da reciprocidade, forma primordial da comunicação. Pois, ainda atravessado pelas redes do global, o lugar continua sendo feito do tecido e da proximidade dos parentescos e vizinhanças.¹¹

Mesmo uma cidade global como Nova York, gera, em seus moradores (que vêm de todas as partes do mundo) algum sentimento de pertencimento. Mas de que maneira essa cidade se desenha no imaginário de seus moradores ou de quem está nela de passagem? Ao observar Manhattan do alto das Torres Gêmeas (elas ainda estavam de pé...) Michel de Certeau estabeleceu uma diferença entre a cidade panorama e a cidade percorrida nas ruas, a do cotidiano dos cidadãos. Vendo a cidade de cima, desconhecemos suas práticas, ela é um todo homogêneo. A torre de 420 metros “muda em legibilidade a complexidade da cidade e fixa num texto transparente a sua opaca mobilidade”.¹² Certeau opõe a cidade vista de cima com a cidade vivida e percorrida pelos cidadãos:

(...) “embaixo” (down), a partir dos limiares onde cessa a visibilidade, vivem os praticantes ordinários da cidade. Forma elementar dessa experiência, eles são caminhantes, pedestres, *wandersmänner*, cujo corpo obedece aos cheios e vazios de um “texto” urbano que escrevem sem poder lê-lo. (...) As redes dessas escrituras avançando e entrecruzando-se compõem uma história múltipla, sem autor nem espectador, formada em fragmentos de trajetórias e em alterações de espaços: com relação às representações, ela permanece cotidianamente, indefinidamente, outra.¹³

Esta cidade tecida por seus moradores no percorrer pelas ruas, no cotidiano, é vivida no dia-a-dia, e se compõe, como diz Certeau, de fragmentos e trajetórias que se entrecruzam incessantemente. Esta cidade gera em seus habitantes algum sentimento de pertencimento? Ou o contato

¹¹ MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Ofício de cartógrafo – travessias latino-americanas da comunicação na cultura*, São Paulo: Edições Loyola, 2004, p.269.

¹² CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994, p.171.

¹³ *ibidem*, grifos do autor.

com o caos urbano é similar ao contato com o mundo oferecido pelos meios de comunicação, composto pelas “impressões fugidias” descritas por Fridman? De que maneira estes mesmos meios de comunicação que nos trazem o global, podem nos trazer também o local, o lugar ao qual pertencemos fisicamente?

2.5

Pertencimento local

Como acontece com a nossa relação com o mundo, nós nos articulamos com o espaço do nosso cotidiano também através dos meios de comunicação. Na proporção em que a confiança dos cidadãos no poder público se enfraquece, a mídia toma para si a responsabilidade de ser a referência do espaço público.

Retomando a metáfora de Michel de Certeau, podemos dizer que sem a mediação dos meios de comunicação, uma cidade grande como Nova York ou o Rio de Janeiro é percebida pelo cidadão de uma maneira mais fragmentada, individual. Ao percorrer as ruas, cada pessoa traça o seu caminho, utiliza a cidade de acordo com a sua rotina. Cada um tem sua percepção da cidade, cada um a utiliza de sua maneira. As grandes metrópoles de hoje não têm mais centros, praças públicas onde possa se dar uma verdadeira interação da população. Os shopping centers, que poderiam ser identificados como um espaço agregador, não reúnem em um mesmo espaço cidadãos, mas sim consumidores.¹⁴ Os shoppings estão inseridos na cidade, mas é como se não fizessem parte dela. Como explica Beatriz Sarlo:

¹⁴ Nestor García Canclini, em *Consumidores e cidadãos* (2001) defende a idéia de que no consumo se constrói parte da racionalidade integrativa e comunicativa de uma sociedade. Este trabalho – dentro desta questão específica –, procura estar em consonância com o pensamento de Beatriz Sarlo, diferente do de Canclini.

Como uma nave espacial, o shopping tem uma relação *indiferente* com a cidade à sua volta: essa cidade é sempre o espaço externo, sob a forma de autopista ladeada por favelas, avenida principal, bairro suburbano ou rua de pedestres. Dentro de um shopping, ninguém se importaria em saber se determinada ala, onde se encontrou a loja procurada, é paralela ou perpendicular a uma rua qualquer, no exterior; acima de tudo, o que não se pode esquecer é em que prateleira está a mercadoria desejada. No shopping, não só se anula o sentido de orientação interna, como também desaparece por completo a geografia urbana.¹⁵

Se concordamos com Beatriz Sarlo e não consideramos que nos shoppings se dê uma verdadeira integração entre os cidadãos e a cidade; e se pensarmos que nas ruas das metrópoles as pessoas raramente se encontram, seja porque quase não andam a pé, ou simplesmente por não se conhecerem e não se perceberem, resta aos meios de comunicação a missão de desempenhar um papel agregador. Portanto, defendemos aqui a hipótese de que a relação do cidadão com uma metrópole, seja ela do norte ou do sul, Nova York ou Rio de Janeiro, é hoje em grande parte mediada pela comunicação de massa. Néstor García Canclini, ao estudar a Cidade do México, faz uma descrição que se aplica a qualquer grande cidade da América Latina:

A desintegração da cidade gerada pela expansão demográfica e pela mancha urbana diminui o papel organizador do centro histórico e o uso compartilhado dos espaços públicos, que propiciavam experiências comuns de vida na capital mexicana. Essa desconexão entre os habitantes de zonas afastadas por duas ou três horas de viagem é “compensada” pelas conexões dos meios de comunicação de massa. A expansão territorial e a massificação da cidade, que reduziram as interações entre os bairros, ocorreram dos anos cinquenta para cá, ou seja, no mesmo lapso em que se difundiram por toda a cidade o rádio, a televisão e o vídeo, novos vínculos eletrônicos, invisíveis, que reconstroem de modo mais abstrato e despersonalizado os nexos entre os habitantes, ao mesmo tempo em que nos conectam com a simbologia transnacional.¹⁶

Os meios de comunicação são hoje a nova praça pública. Eles são a principal e em muitos casos a única fonte de informação sobre os mais

¹⁵ SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna*, Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004, p.16. grifo da autora.

¹⁶ CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos – conflitos multiculturais da globalização*, Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999, p.136/137, grifo do autor.

diversos assuntos que dizem respeito ao cidadão: política, violência, cotidiano, eventos culturais, previsão do tempo. É também através do jornalismo que é possível fiscalizar o desempenho de um governante, é pelas fotos do jornal e pelas imagens da TV que o cidadão conhece o rosto de seu prefeito, pois é praticamente impossível cruzar com ele nas ruas da cidade.

Para Mauro Wilton de Souza¹⁷, a prática de pertencimento público se dá através da recepção midiática. O autor explica que ainda que o acesso midiático aconteça a partir de experiências privadas, as práticas de recepção podem ser vistas hoje como práticas de pertencimento a um público-comum. O processo comunicacional permeia a configuração do espaço público:

(...) o pertencimento parte da esfera subjetiva para se realizar na dimensão de algo que ora é chamado de comum, ora de público, mas que de alguma forma traduz a desocultação e sintonia das práticas vividas no cotidiano e sua realização no social e cultural mais amplo, sua realização no buscado estar junto coletivo.¹⁸

A vida cotidiana da cidade é um denominador-comum às mais variadas identidades que compõem o grande público. Eles partilham dos mesmos problemas, a rotina caótica é vivida por todos os habitantes. Engarrafamentos atrapalham o dia de trabalho do executivo e da empregada doméstica. O telejornalismo local se configura hoje como uma arena na qual os telespectadores/cidadãos podem partilhar as suas vivências com a cidade.

O receptor se conecta com a cidade através do telejornal; assiste pela tela da televisão cidadãos que vivem problemas semelhantes aos dele. O telejornal local é um mediador entre o receptor e a cidade, influencia o sentimento de pertencimento do cidadão em seu espaço público. Podemos supor que quando vê na TV a notícia que afeta seu cotidiano, o telespectador se sente mais pertencente à sua comunidade.

¹⁷ SOUZA, Mauro Wilton de. *Práticas de recepção mediática como práticas de pertencimento público* in: SOUZA, Mauro Wilton de (org.). *Recepção mediática e espaço público*, São Paulo: Paulinas, 2006.

¹⁸ *ibidem*, p.233.

Como micro-narrativas da cidade, as reportagens fazem com que o telespectador que assiste ao jornal de casa se identifique com o que está vendo, porque a notícia local efetivamente faz parte de sua vida cotidiana. Fernando Resende nos esclarece que os fatos jornalísticos são “fios que tecem a ação comunicativa”.¹⁹ Podemos supor que as histórias do cotidiano da cidade podem ser mediadoras de nossa relação com o espaço público, ajudando-nos a construir um sentimento de pertencimento com o lugar onde vivemos.

(...) os fatos jornalísticos não são ilhas de acontecimentos, isoladas, como parece supor o fazer jornalístico contemporâneo. São, sim, linhas contínuas que alinhavam o mundo, costura que deve contribuir para que o homem sintase parte, e, se possível entenda, (d)o objeto que ele mesmo constrói.²⁰

Como Fernando Resende, Beatriz Sarlo também nos ajuda a pensar em como a televisão fabrica os mitos cotidianos que permitem que nos sintamos mais pertencentes à nossa comunidade, mesmo que este pertencimento esteja mais no plano do imaginário do que no concreto:

A televisão joga com transparência e, nesse jogo, responde a uma demanda por rapidez, eficácia, intervenção personalizada, atenção às manifestações da subjetividade e particularismo que seu público não encontra em outra parte. Os sujeitos televisivos adoram a proximidade (mesmo sendo uma proximidade imaginária) e a televisão lhes repete que ela, a única, está sempre perto. Na tormenta relacional das grandes cidades, a televisão promete comunidades imaginárias e nelas vivem aqueles que hoje estão céticos quanto à possibilidade de fundar ou fortalecer outras comunidades.²¹

¹⁹ RESENDE, Fernando. *O jornal e o jornalista: atores sociais no espaço público contemporâneo*, in: SOUZA, Mauro Wilton de (org.). *Recepção mediática e espaço público*, São Paulo: Paulinas, 2006.

²⁰ *ibidem*, p.195.

²¹ SARLO, *op.cit.*, p. 79.

2.6

Comunicação em processo

Exploramos neste capítulo o papel do jornalismo, e mais especificamente do telejornalismo, na constituição de um sentimento de pertencimento, seja ele global ou local. Estabelecemos que quando se trata do telejornalismo que tenta dar conta das notícias do mundo, o telespectador recebe uma grande quantidade de informações que descrevem uma “realidade” mais fragmentada. O que chega ao receptor, tomando novamente emprestada a expressão de Luis Carlos Fridman, são “impressões fugidias”.

Por outro lado, quando o telejornalismo fala da cidade do telespectador, o sentimento de pertencimento gerado pode ser considerado mais sólido, apesar de continuar no plano do imaginário. O receptor neste caso convive em seu cotidiano com os fatos que são notícia para o telejornal local.

Estabelecemos aqui que os meios de comunicação de massa, e mais especificamente o telejornalismo, influenciam de uma maneira ou de outra a relação do telespectador com o espaço público, seja este mais abrangente, como o global, ou mais restrito, como o local. Para nos aprofundarmos no papel do telejornalismo como mediador entre o cidadão e o espaço público, tomamos por princípio olhar para a comunicação social como um processo. Esta visão se apresenta hoje nos estudos do campo da comunicação social como uma articuladora dos papéis dos dois pólos tradicionais do sistema de comunicação: o emissor e o receptor.

Nessa perspectiva, procuramos não mais enxergar a transmissão da informação unilateralmente, depositando o poder somente nas mãos do produtor. A visão dos meios de comunicação de massa como massificantes e alienantes da sociedade, embasada pela vertente teórica da Escola de Frankfurt, é fundante do conhecimento sobre o jornalismo e ainda predomina

no senso comum. Entretanto, ela é cada vez mais contestada no meio acadêmico especializado nesta área de conhecimento. Jesús Martín-Barbero explica que a concepção instrumentalista dos meios de comunicação os converteu em meras ferramentas de ação ideológica:

(...) a ideologização impediu que se interrogasse qualquer outra coisa nos processos além dos *rastros do dominador*. Nunca os do dominado, e muito menos os do conflito. Uma concepção “teológica” do poder – uma vez que este era considerado onipotente e onipresente – levou à crença de que bastava analisar os objetivos econômicos e ideológicos dos meios massivos para se descobrirem as necessidades que provocavam e como submetiam os consumidores. Entre emissores-dominantes e receptores-dominados, nenhuma sedução, nem resistência, só a passividade do consumo e a alienação decifrada na imanência de uma mensagem-texto nunca atravessada por conflitos e contradições, muito menos por lutas.²²

Fernando Resende chama a atenção para a necessidade de se ressignificar o papel dos meios de comunicação na sociedade e de se olhar para a relação entre eles na perspectiva de um processo:

No espaço público contemporâneo, entendo que a comunicação, se verdadeiramente vista e praticada como processo, é “elemento contributivo” porque tece e desenrola os fios locais e globais; é “indicativo de ação” porque, mediante os meios, apresenta a trama, fazendo com que seus atores a (re)conheçam; é “mediador de culturas” porque, com os meios, viabiliza a troca de conhecimentos. Nesse contexto, os meios enquanto espaço de configuração do processo, antes de ser os vilões dominadores, são parte do jogo de poder, jogo que entra em cena com a eclosão de novas possibilidades de negociação de sobrevidas.²³

O olhar para a comunicação como um processo afasta a visão do emissor como detentor único do poder de transmissão unilateral de informações e também não privilegia o receptor como senhor absoluto de sua leitura. Neste trabalho, o que nos interessa é debruçar sobre o papel do telejornalismo como mediador e observar a sua relação com o telespectador. A questão, enfim, não

²² MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*, Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2003, p.291.

²³ RESENDE, *op.cit.*, p. 188, grifos do autor.

é estudar a emissão e a recepção isoladamente e nem considerar que cada uma delas tenha um poder ilimitado. Martín-Barbero pondera:

(...) não gostaria que o estudo da recepção viesse nos afastar dos problemas nucleares que ligam a recepção com as estruturas e as condições de produção. (...) Ainda hoje, há gente que pensa que a recepção é programável e que o pobre receptor não é senão uma vítima manipulada dessa recepção. O outro extremo é desconhecer todos os saberes dos produtores, saberes cada dia mais especializados, mais profundos. Esses dois extremos não são contraditórios.²⁴

Tomamos aqui como referência, portanto, um olhar para a comunicação que se dá na conexão entre as duas esferas: produção e recepção. O sujeito constrói o sentido da sua vida cotidiana através de modelos vindos dos meios de comunicação, mas ao mesmo tempo, decodifica as informações recebidas usando seu repertório individual. Martín-Barbero explica que não se pode pensar que o receptor faz o que quer com a mensagem. A mediação que se dá entre emissor e receptor é o lugar que deve ser estudado. De que maneira um age com o outro.

A hipótese que pretendemos explorar nesta dissertação é a de que quando se trata de notícias da cidade o receptor tem a chance de participar mais ativamente do processo de comunicação. Tanto o telejornal local quanto o telespectador que o assiste pertencem à mesma cidade e compartilham dos seus acontecimentos. Considerando o telejornal local como um mediador da relação entre o cidadão e o espaço em que vive, podemos nos afastar da análise da comunicação baseada no modelo de transmissão unilateral da informação e nos enriquecer com uma visão mais complexa.

A complexidade traz dificuldades na análise de nosso objeto. Edgar Morin alerta que o pensamento complexo deve enfrentar “a bruma, a incerteza, a contradição”.²⁵ Porém, este é um desafio que merece ser encarado, pois:

²⁴ MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social, in: SOUZA, Mauro Wilton de (org). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo, Brasiliense, 1995, p.56.

²⁵ MORIN, Edgar. *Introdução ao pensamento complexo*, Lisboa: Instituto Piaget, 1990, p.21.

Enquanto o pensamento simplificador desintegra a complexidade do real, o pensamento complexo integra o mais possível os modos simplificadores de pensar, mas recusa as conseqüências mutiladoras, redutoras, unidimensionais e, finalmente, ilusórias de uma simplificação que se toma pelo reflexo do que há de real na realidade.²⁶

Esta dissertação pretende observar o telejornalismo, mais especificamente o telejornalismo local, em sua relação com o telespectador. Estamos, portanto, tomando como princípio que esta relação existe. Ela, evidentemente, não se constitui em um diálogo em que as duas partes envolvidas estão no mesmo nível. A voz dominante é sem dúvida a da produção, mas como observaremos com mais detalhes no decorrer deste trabalho, a voz do receptor se faz também presente na constituição da notícia.

²⁶ *ibidem*, p.9.