

Entre emissoras públicas e privadas: considerações teóricas sobre disputas de informação



Allan de Gouvêa Pereira

*Mestre em Comunicação pela
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)
Integrante do Grupo de Pesquisa “Laboratório de
Jornalismo e Narrativas Audiovisuais” da UFJF
E-mail: allanguvea@yahoo.com.br*

Iluska Maria da Silva Coutinho

*Doutora em Comunicação pela UMESP, professora do
Curso de Jornalismo da Facom-UFJF e do PPGCOM-
UFJF, e líder do Grupo de Pesquisa “Laboratório
de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais” da UFJF
E-mail: iluskac@uol.com.br*

Resumo: Este trabalho tem por objetivo identificar as estruturas sociais que permeiam a atividade jornalística em TVs públicas e comerciais. Utilizam-se, como estratégia de exemplificação comparativa, os materiais audiovisuais sobre saúde de um canal público e outro privado. Parte-se das noções de que a TV é um dos principais espaços públicos da contemporaneidade e de que a saúde tem se tornado um tema de interesse da indústria cultural. Ademais, pretende-se investigar a abordagem da atividade televisiva enquanto serviço público, que deve ser prestado ou fiscalizado pelo Estado.

Palavras-chave: Informação, TVs, público, privado.

Entre las emisoras públicas y privadas: consideraciones teóricas acerca de disputas de información

Resumen: Este trabajo tiene como objetivo identificar las estructuras sociales que atraviesan la actividad periodística en las emisoras públicas e privadas. Con un criterio de ejemplificación comparativo, se utilizan materiales audiovisuales acerca de la salud en una emisora pública y en una privada. Se parte de la concepción de que la televisión es uno de los principales espacios públicos contemporáneos y que la salud se ha convertido en un tema de interés de la industria cultural. Además, se tiene la intención de investigar la televisión como un servicio público que debe ser proporcionado o supervisado por el Estado.

Palabras clave: Información, televisiones, público, privado.

Between public and private broadcasters: theoretical considerations about information disputes

Abstract: This study aims to identify the social structures that permeate the journalistic activity in public and private broadcasters. It uses TV newscasts from a public and a private broadcaster as a comparative exemplification strategy. Our considerations has as parameters the notions that TV is, nowadays, one of the main public spaces and health has become an important theme from cultural industry. Besides, this article intends to investigate the television coverage as a public service that must be done or supervised by the government.

Keywords: Information, TVs, public, private.

Desde que a atividade de imprensa se tornou uma questão coletiva, emergindo como potencialidade de um espaço de caráter público, surgiram diversos temas de dimensão social. Isso porque em cada sociedade há uma organização ou estrutura política que caracteriza e administra (ou não) o exercício das trocas de informações que estão disponíveis ao grande público, às “massas”. O embate está, muitas vezes, justamente no tocante à liberdade das empresas que exercem a função de produzir, filtrar, hierarquizar, determinar, disponibilizar e vender a sua mercadoria – a informação. E, assim, à medida que se in-

tensificou a luta por maior participação nas decisões e no controle, a imprensa se tornou fundamentalmente uma nova instituição social (Williams, 2011, p. 35).

A informação, nessa perspectiva, configura-se como um bem simbólico que repercute em diversas relações sociais, inclusive as de poder, que ordinariamente representa e influencia a conformação cultural de uma sociedade. Nas palavras de Pierre Bourdieu:

A informação deve ser entendida como um direito do público, para que ele possa exercer sua cidadania, reclamar seus direitos e cumprir seus deveres

É preciso mostrar que, embora seja legítimo tratar as relações sociais – e as próprias relações de dominação – como interações simbólicas, isto é, como relações de comunicação que implicam o conhecimento e o reconhecimento, não se deve esquecer que as trocas linguísticas – relações de comunicação por excelência – são também relações de poder simbólico onde se atualizam as relações de força entre os locutores ou seus respectivos grupos. Em suma, é preciso superar a alternativa comum entre o economicismo e o culturalismo (Bourdieu, 1996, p. 23-24).

Com o advento do rádio e da televisão, a preocupação com o uso desse espaço público se tornou ainda mais efetiva, porque agora as empresas se valem das ondas eletromagnéticas, cujo sinal pode chegar a todos os cidadãos que dispõem dos equipamentos necessários, para a transmissão de seus conteúdos.

Em países como Brasil e Estados Unidos, o modelo de exploração do espaço televisivo, por exemplo, nasceu comercial, isto é, as primeiras organizações jornalísticas objetiva-

vam exclusivamente o lucro, e alcançavam-no por meio de anúncios publicitários. No entanto, à medida que o sistema foi se consolidando e desenvolvendo, e com o entendimento de que o sujeito da esfera pública – o público – portador da opinião pública (Habermas, 2003, p. 14) tem o direito à comunicação e à informação, foi necessário que o Estado passasse a pensar e a adotar medidas para que a atividade tivesse um compromisso para com esse público.¹ Isso porque o surgimento da indústria cultural reconfigurou a esfera pública burguesa clássica, conforme concebia Habermas, e estabeleceu a nova esfera pública, mas que ainda hoje mantém uma mentalidade dessa teoria inicial. A lógica dessa produção cultural deveria, portanto, não só visar o lucro, mas também estabelecer parâmetros que levassem em consideração o bem-estar social.

A troca de informações desenvolve-se não só em relação às necessidades do intercâmbio de mercadorias: as próprias notícias se tornam mercadorias. Por isso, o processo de informações profissional está sujeito às mesmas leis de mercado, a cujo surgimento elas devem, sobretudo, a sua existência (Habermas, 2013, p. 35).

Em outra perspectiva, alguns países como Alemanha e Colômbia, ao contrário, iniciaram as atividades de radiodifusão com modelos públicos, o que significa dizer que o Estado era detentor de uma empresa de comunicação que tivesse como foco, ideal e exatamente, o interesse público. Cabe aqui, no entanto, muitos outros dilemas que dizem respeito à orientação editorial, ao posicionamento político, ao financiamento etc.

Nesse sentido, são muitas as diferenças que determinam a operacionalização dos dois tipos de sistemas, nas mais distintas civilizações. Este estudo, contudo, concentrará seus esforços em problematizar a situação da televisão no Brasil, cujo padrão dominante é

¹ “... o Estado ‘com obrigações sociais’ precisa vigiar para que o equilíbrio de interesses que surge se mantenha no âmbito do interesse geral” (Habermas, 2003, p. 262).

o comercial, mas que possui outro de natureza pública, que ainda é incipiente em relação à realidade de outras nações. É interessante destacar que esse meio de comunicação, no contexto brasileiro, apresenta altos índices de penetração popular, como está ratificado em diversas pesquisas, como o Programa Nacional de Amostra por Domicílios (Pnad) 2011, “Democratização da Mídia” (Fundação Perseu Abramo, 2013) e “Pesquisa Brasileira de Mídia 2014” (Secretaria de Comunicação Social). A última evidenciou, além da ampla presença do veículo no cotidiano da população, a frequência e a intensidade efetivas com que o público consome os produtos televisivos.

Dessa forma, ao pensar a constituição do sistema de televisão brasileiro, é preciso ter em mente que o veículo surgiu há aproximadamente 60 anos, como dito anteriormente, por uma empresa privada. Inicialmente, os programas eram semelhantes àqueles que eram transmitidos pelas rádios, mas aos poucos os produtores foram conhecendo os limites e as possibilidades da televisão, que se popularizou rapidamente - em razão, provavelmente, de uma cultura oral tradicionalmente supervalorizada, que agora estava associada à veiculação de imagens em movimento. O telejornalismo, em especial, foi se desenvolvendo de modo a tentar se espelhar no modelo estadunidense e se consolidou largamente como “lugar da referência” (Vizeu; Correia, 2007) dos brasileiros. Outra característica é que subsiste um oligopólio das comunicações no Brasil, sobretudo no âmbito televisivo, com os poucos canais de TV aberta, que nem sempre alcançam a totalidade do território nacional.

Em suma, é possível dizer que a informação, nesse contexto, deve ser entendida como um direito do público, para que ele possa exercer sua cidadania, reclamar seus direitos e cumprir seus deveres. Se a televisão é, sobretudo, uma das principais ferramentas de acesso à informação e de produção do conhecimento, cumpre observar, analisar

e problematizar a forma e o sentido com os quais as empresas jornalísticas operam. Em ambos os sistemas, público ou privado, deve haver a pressuposição de uma atuação alicerçada nos dispositivos previstos em lei. Não por acaso existem os mecanismos que estabelecem as concessões públicas para as emissoras de rádio e TV, mas não há uma regulação ou fiscalização efetivas da atividade.

Se a informação é um bem indispensável para o funcionamento da democracia, os poderes públicos não só devem garantir que os cidadãos recebam uma informação suficiente e adequada – premissa fundamental para que exista uma livre informação da opinião pública –, mas também uma informação que possa se oferecer tanto através dos meios de comunicação públicos quanto privados (Rodríguez; Villanueva, 2010, p. 14).

Sobre a regulação, há o velho debate em torno da censura e liberdade de expressão, cujo discurso, muitas vezes, acaba defendendo implicitamente uma “liberdade de empresa” que costuma prevalecer, já que não há instrumentos regulatórios definidos para o meio televisivo.

A ideia burguesa de Estado de Direito, ou seja, a vinculação de toda a atividade do Estado a um sistema normativo, à medida do possível sem lacunas e legitimado pela opinião pública, já almeja a eliminação do Estado, sobretudo como um instrumento de dominação. Atos de soberania são considerados apócrifos *per se* (Habermas, 2003, p. 102).

Tendo em vista, desse modo, a dicotomia das TVs públicas e privadas, este trabalho tenta apontar considerações teóricas sobre como se dão os processos de trocas de informações nos dois espaços, a partir de um tema de ordem pública: o da saúde – a título de exemplificação. Em tese, os dois espaços deveriam compartilhar visões de mundo comuns sobre as questões sociais, ou seja, eles deveriam ensejar os ideais de independência, pluralismo, democracia, liberdade e

igualdade. Mas também aqui está o paradoxo da comunicação, a que se referiu Bourdieu (1996, p. 25), porque ela deveria supor um meio comum, o ideal de comunidade, mas a comunicação, segundo ele, só tem êxito se suscitar e ressuscitar experiências singulares, ou seja, marcadas socialmente.

Tais considerações servirão de referência para compreender as possíveis diferenciações existentes no tratamento noticioso oferecido aos assuntos de saúde. Desse modo, levaremos em conta que o tema assume um papel crucial na sociedade, porque diz respeito a todos os cidadãos. Assim como a comunicação, a saúde também é vista como um serviço público, uma demanda social. A sua representação no cenário midiático reivindica, assim, uma série de preocupações éticas e estéticas, o envolvimento de diversos atores sociais, a correção das informações transmitidas, o melhoramento do serviço ofertado pelo Estado, a divulgação de saberes restritos e pouco decodificáveis, além da publicização de políticas públicas ou a denúncia de suas eventuais falhas.

As estruturas performáticas do discurso telejornalístico – a questão da saúde

Pôde-se notar, à medida que a saúde foi aparecendo como um tema cada vez mais recorrente na mídia, pressupostamente, que há um interesse por parte dos receptores em relação ao assunto, uma vez que a mídia tem produzido cada vez mais conteúdos sobre saúde, atendendo a um suposto interesse do público que vem se confirmando por meio da audiência dos programas desse gênero. Por outro lado, contudo, as empresas jornalísticas passaram a investir no viés informativo e performativo que a saúde pode conferir, de forma que passam também a criar necessidades, atrair o interesse do público que, a seu turno, irá consumir esse bem simbólico, mas também os produtos da indústria que patrocina os programas e os conteúdos levados ao ar.

É importante considerar a lógica capitalista de funcionamento das comunicações, mas ainda levar em conta que a veiculação do assunto na mídia vem revestida de processos que podem, em alguma medida, possibilitar o desenvolvimento humano, a qualidade de vida das pessoas e influenciar a organização do poder. Por essa razão, é pertinente compreender os efeitos sociais do que é dito nos meios de comunicação, mas principalmente como é dito. Como assinala Bourdieu (1996, p. 27 e 83), nenhuma palavra é inocente, e a mídia, por inferência, atua como o porta-voz, o representante da sociedade, ao falar e agir em nome do grupo a que também se dirige.

O ato de dizer publicamente também constitui uma tarefa altamente complexa, pelo simples fato de que não é possível retratar a totalidade da realidade social em discursos verbais e visuais. Soma-se a isso as necessidades de enquadramento, o imperativo do tempo, as limitações estruturais e, no caso em questão, as tensões naturais inerentes à própria interlocução entre dois campos sociais distintos. Toda e qualquer apropriação midiática do real prevê, desse modo, um reducionismo; a expectativa ideal (ou utópica), por outro lado, é um conteúdo mais diverso, aprofundado e com pluralidade de vozes.

Em uma sociedade como a nossa, conhecemos, é certo, procedimentos de exclusão. O mais evidente, o mais familiar também, é a interdição. Sabe-se bem que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa (Foucault, 2009, p. 9).²

A abordagem da saúde nos meios de comunicação também mobiliza um modo particular de dizer o que precisa ser dito. Isso

² Em outro estudo (Gouvêa; Coutinho, 2013), identificamos, a título de ilustração, que em determinada amostra de matérias telejornalísticas sobre saúde, os pacientes eram quase sempre interditados no discurso jornalístico, ou seja, não tinham espaço para falar na sequência audiovisual; muito embora sejam representados, a todo momento, como estratégia de humanização/sensibilização/dramatização do relato noticioso.

porque é preciso que a forma e o conteúdo do discurso estejam para as exigências do mercado. Em outras palavras, trata-se de uma questão de que é preciso tornar acessível um conhecimento complexo que é da competência de um grupo restrito. Além disso, é preciso “suavizar” determinadas falas, a fim de que não passem a ideia de algo grosseiro, vulgar ou banal. Por isso, a fórmula jornalística quase sempre lança mão de discursos que, nas palavras de Bourdieu:

Constituem sempre *eufemismos* inspirados pela preocupação de “dizer bem”, de “falar direito”, de produzir produtos ajustados às exigências de um determinado mercado, *formações de compromisso* resultantes de uma transação entre o interesse expressivo (o que deve ser dito) e a censura inerente a relações particulares de produção linguística (...) que acaba se impondo a um locutor dotado de certa competência social, ou melhor, de um poder simbólico mais ou menos importante sobre estas relações de força simbólicas (Bourdieu, 1996, p. 66, grifos do autor).

O autor também entende que o sentido social das trocas linguísticas é uma espécie de expressão simbólica de todos os traços sociologicamente pertinentes ao mercado e que vai orientar a produção do discurso. No caso dos discursos de autoridade, haveria uma especificidade, porque não basta que ele seja compreendido, mas precisa ser reconhecido como tal para que tenha seu efeito próprio. Nas pautas de saúde, quase sempre o depoimento médico é aquele que exerce esse papel de autoridade, justamente para que determinada informação, além de compreendida, seja reconhecida como autêntica, verdadeira.

A dinâmica social do fazer televisivo

Para entender a dinâmica de funcionamento dos operadores que orquestram diversas questões de cunho social, partiremos da noção geral de Raymon Williams de que “a televisão tem alterado o mundo em que vivemos” (2011, p. 23), que apresenta varia-

das formas de interpretação. Contudo, para as reflexões que travaremos, é mais fundamental entender que a televisão é mais uma tecnologia que pode ser caracterizada como “uma força que atua por si mesma e cria novos estilos de vida, ou bem é uma força que atua por si mesma e que fornece os materiais para que surjam novos estilos de vida” (Williams, 2011, p. 26).

Em um contexto em que domina a lógica de produção comercial, é necessário investigar esse caráter em dois níveis:



Não há como contestar que, pelo menos na situação brasileira, a televisão comercial ocupa uma posição estratégica de centralidade

Como a realização de programas para obter lucros em um mercado conhecido, como um canal para transmitir publicidade; e como uma forma política e cultural diretamente modelada pelas normas de uma sociedade capitalista e dependente delas, que vende tanto os bens de consumo como um “estilo de vida” baseado neles, em uma escala de valores gerada localmente pelos interesses capitalistas e pelas autoridades do país, e organizada internacionalmente como um projeto político pelo poder capitalista dominante (Williams, 2011, p. 59).

Nessa conjuntura, seria dispensável dizer que as emissoras de televisão privadas querem manter a sua dominação e articular seu *modus operandi* a fim de garantir o seu interesse de delinear e comandar uma sociedade de consumo,³ ainda que isso ocorra sob o véu do disfarce de que todo o seu fim é atender à demanda do seu público.

³ Na perspectiva de Adorno (*apud* COHN, 1973, p. 129), a ideia de massa não como medida, mas ideologia da indústria cultural – homogeneização dos estilos de vida, dominação.

No caso brasileiro, a TV é o núcleo dinâmico da indústria cultural, em nível nacional, que estabelece estruturas de poder e ainda é um mecanismo de controle social (Bolaño, 2014). Todavia, de acordo com o pensamento de Gabriel Cohn (1973, p. 110), é preciso dissolver o “mito da onipotência dos meios de comunicação”, porque também subsistem outras formas de disputa por estabelecer as estruturas de poder. Apesar disso, não há como contestar que, pelo menos na situação brasileira, a televisão comercial ocupa uma posição estratégica de centralidade. Haveria, portanto, uma saída para esse modelo aparentemente fechado em si mesmo?

É preciso examinar a ideologia enquanto linguagem a ser analisada em termos estruturais nas diversas modalidades de discursos



A resposta é, *a priori*, negativa no sentido de que essas relações parecem estar cristalizadas no seio da sociedade. No entanto, paralelamente, subsistem outros sistemas que se propõem a se constituir como meios alternativos. Para efeitos de estudos e análise do contexto brasileiro, a experiência mais significativa nesse sentido é a do surgimento de um canal público de televisão, de abrangência nacional, que só se tornou realidade em anos recentes.

Com isso, a perspectiva de investigação assume um viés fortemente ideológico, porque agora o governo financia a execução de um modelo que, pelo menos em seus princípios, deve garantir a supremacia de determinados valores sociais, que privilegiem a coletividade e não promovam políticas partidárias.

Os meios públicos não só cumprem uma função de serviço público, quanto garantem o direito à informação da cidadania. Fazem-no também quando contribuem com a sua formação cívica, cultural, social; a educação entendida em sentido profundo e universal; quando asseguram pautas de conduta em campos como a saúde, a prevenção de acidentes, a atenção aos setores mais vulneráveis da sociedade, a educação à distância. Em suma, quando contribuem para gerar uma consciência crítica coletiva (Rodríguez; Villanueva, 2010, p. 33).

Neste trabalho, há uma expectativa ideológica no tocante da qualidade do serviço de informação, seja ele público ou privado, mas ainda mais engajado no primeiro. Para discutir a questão da ideologia, Gabriel Cohn procurou entendê-la de modo referente ao objeto da análise sociológica e concernente aos conceitos usados na sua análise, que equivale dizer o interesse pelas manifestações concretas da ideologia e a presença do mesmo fenômeno no nível dos enunciados teóricos que se propõem explicá-los. Ao mobilizar o pensamento geral de Geiger, Cohn assinala que “toda ideologia repousa na teorização e objetivação de uma relação sentimental primária existente entre locutor e seu objeto” (1973, p. 137), na qual a ideologia é uma teoria ilegítima, um fenômeno parateórico. Por conseguinte, Piaget expressa que a ideologia é uma representação das coisas que centra o universo sobre a sociedade humana, sobre suas aspirações e conflitos.

Para Cohn, haveria uma concepção de ideologia mais rica:

O essencial é que o domínio ideológico diz respeito as representações “vivas” dos sujeitos, individuais ou coletivos na medida em que estão centradas neles, ao passo que o domínio da ciência é o das operações lógicas socialmente pertinentes (Cohn, 1973, p. 143)

Em Althusser, a ideologia está no plano do “vivido” e este, por sua vez, se articula e se mantém por efeito da “deformação imaginá-

ria”, no nível da aparência. Eliseo Verón complementa que se trata de uma “excrecência” das condições de existência.

A ideologia não é um tipo particular de mensagens, ou uma classe de discursos sociais, mas um dos muitos níveis de organização das mensagens, do ponto de vista de suas propriedades semânticas. A ideologia é, então, um *nível de significação*, que pode estar presente em qualquer tipo de mensagens, mesmo no discurso científico (Verón *apud* Cohn, 1973, p. 147, grifo do autor).

Nesse cenário, a ideologia é tida como base das dimensões da prática social. É preciso examiná-la enquanto linguagem a ser analisada em termos estruturais, pela localização dos sistemas de regras inconscientes que definem a sua articulação nas diversas modalidades de discursos. Herbert Marcuse (*apud* Cohn, 1973, p. 151) vai dizer que a absorção da ideologia pela realidade não significa o fim da ideologia; ao contrário, a cultura industrial altamente desenvolvida é mais ideológica que as precedentes (a ideologia está no próprio processo de produção).

Por fim, segundo Cohn, no contexto da indústria cultural, a análise epistêmica deve se concentrar sobre o produto, o conteúdo, *as mensagens*, assim como Bourdieu empreendeu, para que se estabeleça, de fato, uma sociologia da comunicação.

● **Disputas simbólicas da informação televisiva: o exemplo das pautas de saúde**

Com o objetivo de mapear algumas das estruturas sociais que permeiam o fazer jornalístico em âmbitos público e privado, observando ainda as justificativas já enunciadas, foram escolhidos dois produtos televisivos que hipoteticamente representam experiências que materializam os embates discursivos do lugar de fala de cada emissora. No espectro das emissoras comerciais, a Rede Globo aparece como o canal mais consolidado, com maiores índices de audiência

e que está no cerne de todas as discussões no que se refere às comunicações no Brasil. Seu telejornal mais expressivo, o Jornal Nacional (JN), é o seu produto telejornalístico mais representativo, que ocupa o horário nobre da programação. Já no âmbito dos canais públicos, a TV Brasil é a iniciativa, de cadeia nacional, que tem como promessa ser uma emissora não governista e que não visa ao lucro. A edição noturna do Repórter Brasil (RB) constitui a sua mais efetiva experiência em telejornalismo diário. Para estabelecer um escopo de exemplos para as considerações teóricas realizadas, selecionamos uma semana de edições dos dois telejornais (de 7 a 12 de abril de 2014)⁴, com vistas a examinar o conteúdo das mensagens desses produtos, no que se refere aos possíveis efeitos sociais da veiculação de informações sobre saúde.

A amostra coletada no telejornal global demonstrou que a abordagem da saúde nesse meio de comunicação representa uma disputa de sentidos no que se refere à política, ao poder, ao papel do Estado no âmbito da dinâmica das questões de saúde. Isso está evidente em quatro das cinco matérias encontradas, sendo que duas delas discutem mais veementemente a participação do poder público nessas questões. A primeira matéria analisada, por exemplo, se coloca como uma denúncia de que o Estado está legislando, arbitrariamente, em favor da iniciativa privada. O fato é que o Congresso Nacional aprovou uma proposta, durante a votação de outra Medida Provisória (MP), que reduz as multas aplicadas pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) às operadoras dos planos de saúde que cometerem infrações em relação as suas resoluções. A matéria ouve um especialista que critica a medida e narra a visão do relator do projeto, que afirma que o objetivo era coibir os abusos do Estado. No

⁴ A escolha de período se deu pela necessidade de atualidade das reflexões propostas. O resgate do material foi possível porque as duas emissoras disponibilizam os conteúdos na web (tvbrasil.ebc.com.br/reporterbrasil/ g1.globo.com/jornal-nacional/)

entanto, o enquadramento, o depoimento de um deputado que se opôs e as informações veiculadas deixam implícito um posicionamento contrário à proposta. No dia seguinte, uma nota informou que o Ministério da Saúde declarou ser contra a proposta aprovada no Congresso. Nesse caso, fica patente a noção de que a imprensa atua como um poder paralelo, que age no sentido de representar a sociedade, ao denunciar algo que lhe parece equivocado, que deve ser legitimado pela opinião pública.

Ainda no campo das tensões políticas, o telejornal também noticiou nesse período que profissionais da saúde estavam realizando um protesto contra os planos de saúde e a ANS. As reivindicações eram a ampliação da rede credenciada e a correção dos valores dos honorários. A matéria não integrou entrevistas com os atores sociais envolvidos, apenas algumas imagens da manifestação. Os argumentos dos profissionais e das instituições em questão foram dados pelos âncoras do telejornal - o que reduz sensivelmente a possibilidade de os mesmos expressarem suas opiniões da forma que desejam. Mais uma vez, há um embate entre o público e o privado, cujos desdobramentos podem reverberar no plano social. O poder estatal, enquanto prestador do serviço de saúde pública, novamente aparece no JN para anunciar que o Ministério da Saúde vai avaliar a eficácia de um medicamento administrado em pacientes diagnosticados com a Gripe A, por conta da publicização de um estudo que teria contestado o uso do 'tamiflu' para esses casos. Nesse último produto, o telejornal parece apresentar um serviço de utilidade pública, que tenta esclarecer à população uma informação pouco acessível.

Apenas um conteúdo veiculado nessa semana não tratou diretamente de gestão da saúde enquanto serviço público. O telejornal veiculou a notícia de um estudo científico que teria beneficiado alguns pacientes que ficaram paraplégicos, de modo que voltaram a ter alguns estímulos após um tratamento

com choques elétricos na coluna vertebral. O êxito desse ato comunicativo era, provavelmente, demonstrar, a partir de casos singulares/particulares, uma descoberta que representa uma esperança para determinado grupo social. Essa noção é indicada pelas histórias personificadas que são narradas ao longo da sequência audiovisual.

A pesquisa de produtos que versam sobre saúde no âmbito do telejornalismo público da TV Brasil apresenta algumas distinções em relação ao modelo comercial dominante. Em primeiro lugar, não houve silenciamento do veículo nos assuntos que foram alvo de crítica/denúncia no JN. O caso da aprovação da medida que reduz a punição dos planos de saúde, por exemplo, foi abordada no RB como um "penduricalho" inserido na votação de outra MP e ainda como uma proposta que prevê um "perdão bilionário" às operadoras. Parece, nesse sentido, que a crítica foi mais veemente sobre os legisladores que agiram favoravelmente à iniciativa privada. A matéria deu voz ao relator da proposta e ao Ministério da Saúde, mas não foi atrás de lideranças políticas que votaram contra. Foi inserida, contudo, a opinião de um popular que também criticou a medida. Sobre os protestos dos médicos no dia mundial da saúde, o telejornal público também não cobriu amplamente o fato, mas contemplou uma entrevista com um representante dos manifestantes e deu a informação oferecida pela associação que representa a associação dos planos de saúde.

No contexto da noção de que a mídia promove estilos de vida, foram ao ar quatro outros conteúdos audiovisuais: uma reportagem sobre a importância da doação de órgãos seguida de uma explicação sobre como fazer, outra matéria sobre os malefícios da poluição sonora e um debate no estúdio sobre parto normal. Vale ressaltar a presença efetiva dos médicos que apresentam os argumentos de autoridade para garantir a credibilidade das informações e a participação/representação do público que opina acerca

dos assuntos tratados. Também aqui nota-se o forte papel pedagógico exercido pelo meio, sobretudo quando transmite o quadro “Repórter Brasil explica” para contar detalhadamente como se dá o processo de doação de órgãos. No debate sobre o parto normal, destaca-se o espaço para aprofundamento do assunto (que raramente acontece no contexto comercial) e não há um posicionamento explícito; ao contrário, o assunto é colocado em discussão entre um especialista (médico obstetra) e uma representante da sociedade civil. Uma última matéria divulgou o projeto de um neurocientista brasileiro que elaborou um protótipo de exoesqueleto, que deve ser usado por um portador de deficiência física para dar o “ponta pé” inicial da Copa do Mundo no Brasil. Uma notícia que poderia ganhar ares de esperança ou descoberta científica foi enquadrada mais como um fato curioso e relacionado ao esporte.

Considerações finais

Percebe-se que a TV de exploração comercial faz, muito esporadicamente, críticas indiretas a problemas do sistema, reproduzindo a concepção de uma nação subdesenvolvida, inclusive no setor de saúde. O canal público promove críticas mais frequentes, mas nem sempre sustenta equilíbrio jornalístico – por outro lado, divulga com maior clareza, assiduidade e objetividade as políticas públicas oferecidas pelo governo. Ambos os casos revelam, porém, enquadramentos provenientes de modelos e políticas editoriais que, de alguma maneira, foram se naturalizando ao longo tempo, caracterizando o serviço de disponibilização de informações.

De um modo geral, a comunicação não será uma ferramenta que dará conta de resolver todos os problemas que subsistem nas extensões continentais do Brasil, mas pode se constituir como um instrumento viabilizador de mudanças estruturais do sistema, se cumprir com eficiência o seu papel de interesse público, preconizando ideais de de-

mocracia e igualdade, a fim de que a população tenha acesso, pelo menos, aos direitos básicos previstos nos diversos instrumentos jurídicos existentes.

Nesse sentido, é indispensável que as emissoras tenham um real engajamento social, independentemente dos fins a que se inclinam, já que o meio televisivo se aproveita de um espaço que pertence a todos os cidadãos. Para isso, o Estado precisa aprimorar (ou estabelecer pragmaticamente) seus mecanismos tanto no modo de dar manutenção à sua experiência de alternativa comunicacional como no papel de ser o agente



Cabe ao Estado fiscalizar e criar mecanismos eficazes para que todas as emissoras exerçam a sua função social que visa à liberdade da população

que defenda, acima de tudo, o interesse da população no âmbito da saúde pública e de outros setores cruciais para a vida em sociedade, além de fiscalizar efetivamente da exploração comercial desse espaço público. É necessário, dessa maneira, corrigir velhos percalços sociais desse setor, sobretudo em função das relações de poder travadas entre as grandes empresas de comunicação (que concentram largamente o poder de “dizer” no país) e as elites políticas, que, não raro, são proprietárias de algumas delas. Esses mesmos representantes são aqueles que atuam na concessão da exploração comercial dos meios eletrônicos, especialmente.

A prática da emissora pública corresponde à expectativa de uma democratização maior da participação popular. No entanto, o quase silenciamento do público nos meios públicos e privados compromete a represen-

tação da sociedade civil, que não pode, por exemplo, reivindicar eventuais direitos que não são disponibilizados pelos serviços públicos ou, ainda, apontar as deficiências e as fragilidades da vida social. A atividade jornalística deve, desse modo, buscar contemplar esses ideais, a fim se constituir, efetivamente, como estratégia de se configurar como espaço público contemporâneo, dando visibilidade e voz àqueles os quais representa.

Ainda no campo de batalhas sobre o que é publicizado no espaço público de radiodifusão, deve-se pensar, discutir e estabelecer parâmetros para regular o seu conteúdo. Cabe ao Estado, portanto, fiscalizar e criar mecanismos eficazes para que todas as emissoras exerçam a sua função social, no sentido de promover a cidadania, a igualdade, a educação e o conhecimento, com vistas à liberdade e à autonomia da população.

(artigo recebido abr.2015/aprovado abr.2015)

Referências

- BOLAÑO, C. América Latina e Economia Política da Comunicação. In: I Curso de Verão da Associação Latino-americana de Investigadores da Comunicação, 2014, Universidade de Brasília.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas linguísticas**: o que falar quer dizer. São Paulo: Edusp, 1996.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2014**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014.
- COHN, G. **Sociologia da Comunicação**: teoria e ideologia. São Paulo: Pioneira, 1973.
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. São Paulo: Loyola, 2009.
- GOUVÊA, A.; COUTINHO, I. Telejornalismo e saúde: abordagens do câncer nos noticiários da televisão brasileira. In: Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação, 36, 2013, Manaus, AM. **Anais eletrônicos...** Manaus: UFAM, 2013. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0988-1.pdf>> Acesso em 20 jul. 2014.
- HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública** – investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- RODRIGUEZ, F. N.; VILLANUEZA, E. **Medios de servicio público y transparencia** – análisis y medición de su desempeño. Quito: Ciespal, 2010 (Tradução livre).
- VIZEU, A.; CORREIA, J. C. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, A. **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- WILLIAMS, R. **Televisión: tecnología y forma cultural**. Buenos Aires: Paidós, 2011 (Tradução livre).