

Televisão no Brasil e concentração. Estudo de caso do canal Record News segundo a Teoria do Agir Comunicativo¹

Eva MAUÉS²

Universidade de Aix-Marseille, França

RESUMO

Nosso trabalho busca análise do canal de televisão Record News sob a ótica da Teoria do Agir Comunicativo de Jürgen Habermas com o eixo de estudo baseado na forte concentração de mídia observada no Brasil e em outros países do mundo, especialmente na França (BADILLO et al. 2010). As mídias televisivas no Brasil representam ainda a principal fonte de entretenimento e informação. As receitas publicitárias na televisão brasileira aumentaram de 51% em 2010 para 53% em 2011. É a televisão que detém o maior investimento publicitário entre todos os tipos de mídia e a forte concentração observada no Brasil desempenha papel importante nas estratégias das empresas de mídia. A Teoria do Agir Comunicativo de Jürgen Habermas estabelece critérios que, em nosso estudo, foram aplicados em testes experimentais como forma de análise do canal de TV Record News, da Rede Record (IURD).

PALAVRAS-CHAVE: Televisão; Concentração; Habermas, Record News.

INTRODUÇÃO

O aumento crescente em investimentos publicitários na Televisão Brasileira e sendo esta detentora do maior percentual de investimentos em publicidade (51% em 2010 e 53% em 2011) deixam claro a força da televisão no Brasil. Principal fonte de informação e entretenimento, a televisão suscita objetos de estudos interessantes, que vão desde os estudos das telenovelas até os estudos baseados em índices de audiência e partes do mercado detidas pelas empresas de mídia televisiva como nos casos de estudo sobre a concentração. Nosso trabalho procura fazer uma análise qualitativa do conteúdo do canal televisivo Record News segundo os critérios estabelecidos por Jürgen Habermas na Teoria do Agir Comunicativo (1987). A análise de conteúdo do canal televisivo também é baseada nas emissões do conteúdo exportado para a França, que contém na grade de programação, conteúdos do canal Record, ambos da Rede Record, pertencente atualmente à IURD. O

¹ Trabalho apresentado no Grupo Temático História da Mídia Audiovisual e Visual, que integra o 2º Encontro Regional Norte de História da Mídia e 2º Seminário de História, Cultura e Meios de Comunicação na Amazônia, realizados na Universidade Federal do Pará, nos dias 12 e 13 de novembro de 2012.

² Jornalista, M.Sc. Informação e Comunicação e Novas Tecnologias, doutoranda de Ciências da Informação e Comunicação da Universidade de Aix-Marseille, França. E-mail: evamaues@gmail.com

fenômeno da concentração, observado no Brasil, suscita discussões acirradas entre os proprietários das empresas de mídia e os pesquisadores, que denunciam o prejuízo da concentração para a democratização da informação e para a diversidade de opinião necessária ao público para refletir.

Em um mercado onde as mídias estabelecem uma uniformização de discurso e fazem da guerra pela audiência um motivo para cristalizar sua grade de programação em programas sensacionalistas e apelativos uma discussão sobre o assunto se torna pertinente e atual, suscitando debates complexos e cheios de nuances.

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), o Brasil, com sua população de mais de 190,7 milhões de pessoas tinha nesse mesmo ano 94,7% dos domicílios equipados com televisão (MOREIRA, 2010).

As empresas de mídia presentes no Brasil, segundo Caparelli e Lima (CAPARELLI E LIMA, 2004, p. 24) são Telefonica (Espanha), Telecomunicações; Big Brother, Endemol (Holanda), do grupo Telefonica (Espanha), na TV aberta; News Corporation, Direct TV e NET Sky (Estados Unidos); AOL, Time Warner, internet e TV com AOL, Time Warner, CNN e produtos Harry Potter (Estados Unidos). Países como a Itália (TIM) e Portugal (Portugal Telecom) são também presentes e citados pelos autores, além dos grupos norte-americanos WorldCom/MCI-Embratel.

Essas empresas multinacionais aliam-se a canais nacionais, depois regionais, na concentração horizontal. No Brasil, o fenômeno da concentração, ao mesmo tempo horizontal e vertical, é denominado como concentração “em cruz”.

Nosso trabalho é baseado na dissertação da autora para obtenção do título de Mestre em Informação e Comunicação pela Universidade de Aix-Marseille na França, defendida e aprovada em julho de 2012 na Escola de Jornalismo e de Comunicação de Marseille. A dissertação “Televisão no Brasil: conteúdos, audiências, concentração, estratégias” teve orientação do Prof. Dr. Jean-Baptiste Lesourd, da Universidade de Aix-Marseille.

O paradoxo da televisão generalista descrito por WOLTON (1990) nem sempre é um fator de racionalização e de integração. “ao contrário, é um modo de fazer viver juntas muitas racionalidades” (WOLTON, 1990, p. 139)

É essa racionalização que mesmo os estudos mais consistentes sobre a televisão se tornam difíceis, pois toda a complexidade que as mídias televisivas englobam, fazem imperativamente com que os estudos sobre elas sejam divididos em temas que nem sempre a englobam na sua pluralidade e complexidade como um todo.

A unidade para a ciência discutida por Edgar Morin na Teoria da Complexidade mostra que, por vezes essa unidade é nociva. A cada vez mais, nos grandes institutos de pesquisa é incentivada a interdisciplinaridade nas pesquisas em Comunicação e Informação. Fundamentos da Psicologia Social, Economia, Administração e Novas Tecnologias, assim como a Filosofia e a Epistemologia, são cada vez mais entrelaçados e enriquecem estudos sobre a mídia no campo de pesquisa contemporâneo.

“A complexidade, para mim, é inicialmente um desafio, e não a resposta. Eu estou à procura de uma possibilidade de pensamento através da complicação (isso quer dizer inter-relações incontáveis), através das incertezas e através das contradições. Eu não me reconheço em nada quando diz-se que eu coloco a simplicidade absoluta e a complexidade completa como antagônicas, porque para mim, desde o início, a ideia de complexidade comporta a imperfeição uma vez que ela comporta a incerteza do irreduzível” (MORIN, 2005, p.134).

O presente trabalho é apenas um recorte de todas as infindáveis possibilidades de estudos que a televisão suscita. O estudo de caso é apenas uma pequena amostragem do universo e da diversidade de conteúdo e de todos os aspectos envolvidos nas mídias televisivas brasileiras. Optamos por esse recorte, embora a questão seja bem mais ampliada e aprofundada em nossa pesquisa. O estudo de caso do Canal Record News é uma amostragem do estudo feito sobre a televisão brasileira. Muitos outros trabalhos são capazes de levantar questionamentos e abordar a pluralidade que o tema suscita.

Como mídia de massa, a televisão é dividida em múltiplos aspectos interessantes e que serão objeto de pesquisas futuras em todo o mundo.

TEXTO DO TRABALHO

Segundo a base de dados do Almanaque Ibope em 2010 a televisão brasileira concentrou 51% dos investimentos publicitários em todos os tipos de mídia. Em 2011, esse número subiu para 53%. A televisão ainda é a mídia de maior investimento publicitário no Brasil, onde representa a principal fonte de entretenimento e informação da maior parte da população de 190.732.694 pessoas (IBGE 2010)³. No mesmo ano, 94,7% dos domicílios brasileiros estavam equipados com ao menos um aparelho de televisão. Isso representa mais

³ População brasileira segundo o censo 2010 realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

de 55,4 milhões de domicílios com aparelhos de televisão. No contexto do crescimento econômico a forte concentração⁴ observada nas mídias representa um papel importante nas estratégias de dominação econômica e política do país.

Nesse contexto econômico e social, as influências da televisão enquanto mídia são interessantes de ser observadas.

« Ao nível nacional ou mundial, os grupos dominantes (ex. : aqueles que possuem as empresas multinacionais) se aliam entre si e organizam a oferta cultural (e aí entra a televisão) de maneira a reforçar sua posição dominante. De maneira mais ou menos intencional, a televisão, por meio de seus conteúdos, as normas e os valores que ela veicula, faz, a longo prazo, as ideologias sociais e age sobre as estruturas sociais, econômicas, políticas e culturais. Assim, ela conduz notadamente a uma massificação, uma uniformização de valores e de identidades culturais, mas também a uma supressão dos grupos ou de culturas minoritárias”⁵ (Courbet-Fourquet, 2003, p. 18)

O estudo de caso do canal Record News é uma análise das emissões segundo os critérios estabelecidos do Jürgen Habermas na Teoria do Agir Comunicativo (HABERMAS, 1987), onde antes de mais nada há o pré-requisito da inteligibilidade, ou seja, a mensagem deve partir do pressuposto de que ela é compreensível, que ela é compreendida pelo receptor. De uma maneira breve podemos dizer que, se a mensagem é em língua portuguesa e o receptor dessa mensagem tem o português como língua materna, então a mensagem é compreendida é, portanto, inteligível. Parte-se do pressuposto que os espectadores do canal Record News são brasileiros e compreendem a língua portuguesa, portanto são capazes de compreender as notícias veiculadas pelo canal.

A partir desse pré-requisito partimos para os três critérios estabelecidos por Habermas na Teoria do Agir comunicativo: C1, C2 e C3, sendo C1 Verdade, C2 Sinceridade e C3 Retidão.

Sendo a inteligibilidade um pré-requisito, os três critérios seguintes são critérios de validação da mensagem, sendo C1 um critério objetivo, de verossímil; C2 sinceridade um critério subjetivo aliado aos sentimentos e afetividade e o terceiro C3, retidão é ligado às normas e valores, normas estabelecidas pela lei vigente, normas sociais de conduta dentro de

⁴ O fenômeno da Concentração é um conceito da Economia utilizado para designar as partes de mercado de determinados grupos. No mercado de mídias, ele pode ser determinado pelos índices de Herfindal-Hirschmann (HHI) ou Noam (C4) por meio de cálculos de partes de mercado que as empresas de mídias detém e por níveis de índices de audiência, segundo o qual determina-se se um mercado é mais ou menos concentrado, quanto mais concentrado, mais monopolista. (N.da A.)

⁵ Traduzido do original em francês

uma sociedade ou meio, dentro do contexto em que a mensagem-emissão é veiculada. No nosso estudo de caso as emissões da Record News são avaliadas segundo esses critérios.

NATUREZA		CARACTERÍSTICAS
INTELIGIBILIDADE		PRÉ-REQUISITO
CRITÉRIOS DE VALIDAÇÃO		
C1	VERDADE	OBJETIVO
C2	SINCERIDADE	SUBJETIVO
C3	RETIDÃO	NORMATIVO

Quadro 1: Critérios estabelecidos por Habermas na Teoria do Agir Comunicativo⁶

As ideias de Verdade, Sinceridade e Retidão estão inscritas na estrutura da linguagem cotidiana e do agir comunicativo que é uma forma de comunicação voltada à intercompreensão.

A comunicação entre os indivíduos, pela linguagem verbal, dizem respeito a três mundos : o mundo objetivo das coisas (C1) ; o mundo subjetivo das experiências vividas e dos sentimentos (C2) e em terceiro, ao mundo social das normas e instituições (C3), a retidão, do francês *justesse*, é portanto um critério normativo.

Na Teoria do Agir Comunicativo, Habermas aponta o discurso (*diskurs*) como a única situação linguística ideal porque tem o objetivo de validar opiniões e as normas sobre as quais este mesmo discurso é construído. E vai além quando diz que nas sociedades modernas os espaços de contingência para interações, livres de seus contextos normativos, lançam o desafio do agir comunicativo que todas as trocas, desde a vida privada familiar à vida no espaço público, em todas as formas de troca não institucionalizadas são marcadas pelas *mass media*.

As questões colocadas por Habermas na Teoria do Agir Comunicativo em 1987 são pertinentes ainda hoje no século XXI. O papel das mídias ainda está ligado às estratégias econômicas e políticas e são objeto de manipulação e dominação onde a concentração vertical

⁶ Critérios estabelecidos pela autora a partir de interpretação da Teoria do Agir Comunicativo com orientação de LESOURD, J-B e PEYRON-BONJAN, C. respectivamente orientador e membro do júri da defesa da dissertação “A Televisão no Brasil: conteúdo, audiência, concentração, estratégias” para obtenção de título de mestre em InfoComm NTIC da autora do trabalho.

e horizontal⁷ desempenham um papel importante. O Brasil é ainda frágil na legislação para evitar que a forte concentração presente nas mídias continue fazendo com que poucos grupos em situação dominante continuem ditando as regras do mercado.

ESTUDO DE CASO: RECORD NEWS

O canal Record News foi criado em 2007 e pertence à Rede Record, atualmente da Rede da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Implantado com capital inicial de 7 milhões de dólares, os modelos da Record News foram baseados no canal de notícias norte-americano CNN (Grupo Time Warner). O conteúdo da Rede Record é entremeado ao conteúdo da Record News para o exterior, sobretudo na França, onde o canal difunde notícias e entretenimento.

A metodologia, além de análise das emissões foi a aplicação de questionário qualitativo a jornalistas brasileiros sobretudo para averiguar se os critérios estabelecidos por Habermas na Teoria do Agir Comunicativo surgiam de maneira espontânea na análise do conteúdo televisivo do canal Record News pelos jornalistas brasileiros. Os questionários também buscaram avaliar a forma como a Record News difunde notícias sobre as regiões fora do eixo sudeste Rio-São Paulo, especialmente com questão específica sobre as emissões relativas à Amazônia brasileira nesse canal de televisão.

A maioria dos jornalistas que participaram da pesquisa moram e/ou trabalham no Estado do Pará, na capital Belém.

Para a aplicação do método experimental foram aplicados questionários por email e no suporte SurveyMonkey.

ANÁLISE DE CONTEÚDO

O conteúdo difundido pela Record News na Europa, sobretudo na França, é também acrescido de programação do canal Record. As emissões jornalísticas atendem ao pré-requisito de inteligibilidade e na maior parte das vezes buscam a imparcialidade. As emissões são contrastadas, pois o conteúdo difundido traz também emissões onde os valores e normas cristãs da IURD são mostrados de maneira mais ou menos declarada. Se por um lado há a objetividade e a imparcialidade dos telejornais, há difusões como “Love School” onde a doutrina evangélica é constatada de uma maneira discreta porém presente.

⁷ A concentração vertical é observada quando um canal multinacional, engloba outros nacionais e locais, numa rede. A concentração horizontal é quando um grupo ou empresa detém vários tipos de mídia, como televisão, rádios jornais, revistas. No Brasil é observado a concentração “em cruz”, ou seja, horizontal e vertical simultaneamente. (N.da A.)

O sensacionalismo, como a maioria dos canais televisivos brasileiros, é constante. E a guerra pela audiência justifica a difusão de imagens impactantes, de acidentes nas rodovias, questões litigiosas de casais homossexuais, imagens e cenas de violência e conteúdo policial.

O canal tem credibilidade, portanto ele atende ao critério C1 conforme estabelecido anteriormente. A maioria dos jornalistas acredita que as emissões e notícias veiculadas são verdadeiras. O canal Record News é, portanto, um canal televisivo com credibilidade. Porém no aspecto da enquete sobre as difusões da Amazônia, a maioria acredita que elas não refletem a realidade local. Figura, como na maioria dos canais televisivos brasileiros, a difusão de imagens estereotipadas das regiões fora do eixo Rio-São Paulo, onde somente os aspectos negativos da região são mostrados em cadeia nacional.

Pequenas inserções de quadros com curiosidades, dicas de saúde, viagem, turismo e ecologia são constantes ao longo do dia durante a programação da emissora. O canal deteve os direitos para a emissão dos Jogos Olímpicos de Londres em julho de 2012, o que garantiu uma diferença em termos de audiência. A Rede Record, embora ainda não seja a número um em audiência, conseguiu subir para o segundo lugar, deixando para trás o SBT que há muito tempo ocupou o segundo degrau. (Ibope, 2012).

A Record News deu bastante ênfase à criação da Comissão da Verdade e à Caravana da Anistia nos primeiros meses do ano de 2012. Muitas reportagens foram difundidas com as vítimas da ditadura após o Golpe de Estado de 1964.

O modelo norte-americano da CNN no qual a Record News foi criada e embasada, permanece por assim dizer, na maioria dos canais de televisão não só do Brasil mas do mundo. É cada vez mais comum os modelos norte-americanos de conteúdo e programação inserirem-se no contexto dos países e na França não é diferente. Uma prova disso é a presença massiva das empresas norte-americanas no Brasil que inserem modelos de conteúdo rapidamente absorvidos e que se inscrevem a cada vez mais na preferência do público. Mas um questionamento que fazemos é se a forte concentração dá ao público a capacidade de livre escolha. A televisão difunde a preferência do público ou a preferência do público é determinada por toda a rede de ligações entre os interesses das empresas de mídia em todas as suas relações políticas, econômicas e sociais?

CONCLUSÃO

O resultado da análise dos resultados dos questionários enviados por email aos jornalistas brasileiros é significativo. 18,18% dos jornalistas que receberam a enquete responderam de forma satisfatória às cinco questões propostas e dois moradores do Rio de Janeiro (RJ) realizaram uma análise consistente do canal Record News.

Com o suporte SurveyMonkey o resultado foi bem mais significativo, de 66,7% de jornalistas brasileiros moradores da capital do Estado do Pará, Belém.

No total, nos dois suportes (email e SurveyMonkey) foram enviados 35 questionários, mas observamos que as respostas são homogêneas no suporte email e heterogêneas no suporte SurveyMonkey.

A inteligibilidade, pré-requisito para a aplicação e verificação dos três critérios estabelecidos na Teoria do Agir Comunicativo, foi atingida em 100% dos casos, portanto, a enquete deu segmento à análise do canal Record News segundo os critérios estabelecidos por Habermas.

Nos critérios propostos pelos jornalistas para julgar o canal Record News aparecem espontaneamente as palavras “verdade” ou “veracidade” em praticamente 50% das respostas, sendo que alguns utilizaram sinônimos. Nesse contexto podemos dizer que para os jornalistas o canal tem credibilidade e atende ao C1 estabelecido por Habermas. Outros critérios como ética, valor, qualidade, foram também interpretados como uma noção de credibilidade do canal Record News.

É importante notar que na maioria das análises, a qualidade técnica das emissões é confundida com qualidade de conteúdo, como descreve WOLTON: “Mesmo os profissionais que trabalham na televisão tendem a confundir a qualidade técnica com a qualidade de conteúdo” (WOLTON, 1990). Esse é um paradigma que desde a criação da televisão até o nosso milênio, ainda não foi quebrado. E é comum a qualidade de imagem, velocidade de difusão de notícias, equipamentos e ponta e a questão estética ser analisada e compreendida como “qualidade” em detrimento do conteúdo. O fenômeno descrito pelo cientista francês é presente no Brasil e em muitos outros países.

No Brasil a questão dos ínfimos índices de audiência dos canais públicos e educativos são um exemplo dessa distorção de conceitos.

Os jornalistas são de acordo que o canal Record News não reflete a realidade da região Amazônica em toda a sua complexidade e riqueza. A maioria acredita que as emissões são

negativas, pejorativas e, assim como difundem somente imagens violentas do Rio, difundem somente desflorestamento e grilagem na floresta amazônica.

Os jornalistas não creem na imparcialidade dos canais televisivos brasileiros como um todo e julgam que a Record News, atendendo aos interesses da IURD, utiliza suas emissões para combater os concorrentes com denúncias de escândalos (os jornalistas admitem que as mesmas práticas são utilizadas pelos canais concorrentes).

Segundo os jornalistas, o canal Record News tem qualidade de conteúdo, embora tenham emissões sensacionalistas. O canal não consegue difundir as demais regiões fora do eixo Rio-São Paulo com todas as suas riquezas e peculiaridades. O que impera é o aspecto negativo das emissões regionais.

Quanto ao C3 a maioria dos jornalistas avalia que as emissões da Record News (e há também uma confusão para muitos, pois as análises levam em conta as emissões da Rede Record como um todo e não somente do canal de notícias) são baseadas nas normas de conduta da igreja evangélica. Segundo esse ponto de vista, poderíamos dizer que as emissões são enquadradas nas “normas” estabelecidas pelo público da Rede Record de comportamento, credo e atitude. Embora o canal seja imparcial e informativo, ele permeia sua grade com emissões religiosas ou de cunho religioso, defendendo a prática e os costumes da IURD.

BIBLIOGRAFIA/WEBGRAFIA

BADILLO, P-Y; BOURGEOIS, D; LESOURD, J-B et SCHILLIZI, S. Quality Attributes for Press Articles and Habermas Theory of Communicative Action, *Studies in Communication Sciences*, 10 (2), 2010, pp. 59-74.

BADILLO, BOURGEOIS, LESOURD. *Concentration in the media and information industries in France*. Communication, International Conference on Media Concentration around the World, Institute of Information Security, Yokohama, Japon, 19-21 Janvier 2012.

CAPARELLI, S. E LIMA, V. *Comunicação e Televisão. Desafios da Pós Globalização*. Hacker Editores. São Paulo, 2004.

COURBET, Didier ; FOURQUET, Marie-Pierre. *La télévision et ses influences*. De Boeck&Larcier.Bruxelles, 2003.

D'ALMEIDA, Nicole. Les Essentiels d'Hermès. *L'argumentation*. CNRS Éditions. Paris, 2011.

HABERMAS, Jürgen. *L'espace public. Critique de la politique*. Payot. Francfort, 1978.

_____. *Théorie de l'Agir Communicationnel*. Fayard. Paris, 1987.

MOREIRA, S. Conferência sobre Concentração de Mídia no mundo, Projeto Internacional Concentração de Mídia da Universidade de Columbia. Paris, março de 2011.

MORIN, E. *Introduction à la pensée complexe*. ESF Editeur. Paris, 1990.

WOLTON, Dominique. *Éloge du grand public. Une théorie critique de la télévision*. Flammarion. Paris, 1990.

www.ibope.com.br

IBGE

Observatório da Imprensa

Labjor