



**Modo de endereçamento do Teleberri, da ETB2:
estilo e posição de sujeito para análise da identidade basca¹.**

Edinaldo Araújo Mota Junior²

Resumo

O presente artigo busca compreender o modo de endereçamento do telejornal basco Teleberri, da emissora ETB2, e como a identidade local é utilizada para configurar este endereçamento. Adota-se o conceito de modo de endereçamento visto como estilo para compreender as escolhas comunicativas do programa e o modo de endereçamento como posição de sujeito para entender como a identidade basca é apropriada pelas características do gênero televisivo e do subgênero telejornal. A análise do modo de endereçamento, permite ver como a identidade basca participa do processo de construção de um estilo e também de interpelação a audiência basca, através apropriação dos aspectos culturais específicos do País Basco., o que exigiu investigar como ela se insere neste processo. Desta forma, o artigo analisa a identidade através do gênero televisivo como categoria cultural, ou seja como uma prática cultural e discursiva, no centro do mapa das mediações proposto por Jesús Martín-Barbero.

Em tempos de convergência midiática, globalização e multiculturalismo, a questão da identidade cultural torna-se importante para pensar como estas mudanças estruturais estão reconfigurando as práticas sociais e culturais. O jornalismo como instituição social e a televisão como tecnologia e forma cultural (WILLIAMS, 1997) permite que vejamos apropriados os valores da sociedade contemporânea. Pensar o telejornalismo enquanto construção social nos possibilita compreender os modos como são feitos os diferentes jornalismo espalhados pelo mundo, levando em consideração os aspectos inerentes aos contextos sócio-culturais onde são construídos estes jornalismo.

Pensando nas discussões sobre as diferentes formas de (tele)jornalismo feitas no mundo e como esta construção social reforça um sentido identitário, específico de uma

¹ Este artigo é resultado do trabalho de conclusão do curso de Jornalismo da Universidade Federal da Bahia intitulado 'Modo de endereçamento e identidade basca: análise do telejornal Teleberri, da ETB2', sob orientação de Itania Maria Mota Gomes.

² Graduado em Jornalismo em 2010 pela Universidade Federal da Bahia, atualmente é pesquisador voluntário do Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo (www.telejornalismo.facom.ufba.br)

ou várias culturas, este artigo tem como problema de pesquisa a análise do telejornal basco *Teleberri*, exibido na emissora regional ETB2, através do conceito de modo de endereçamento como posição de sujeito e como estilo. Esta análise de quem o telejornal pensa que o seu telespectador é e a relação de simbiose criada entre produção e recepção pretende direcionar a pesquisa para o âmbito da identidade: como o telejornalismo – uma instituição social e uma forma cultural – reforça ou ressignifica os valores identitários de uma região, no caso a basca?

O *Teleberri* é o telejornal da emissora Euskal Telebista 2 (ETB2), pertencente ao grupo de comunicação Euskal Irrati Telebista (EITB), subvencionado pelo governo basco. Criado em 1983, a segunda edição do *Teleberri*, nosso objeto empírico, é o telejornal mais visto na região até o ano de 2009, quando começam a cair seus índices de audiência. Exibido todos os dias às 20h58, o programa situa-se no prime time da televisão basca e concorre com outros telejornais locais e nacionais como *Telediario 2* (TD2), primeiro telejornal espanhol da Televisión Española (TVE) que por muito tempo foi líder de audiência, além dos telejornais das emissoras privadas *Informativo 21h* (Telecinco) e *Noticias Cuatro 2* (Cuatro) – no âmbito local, concorre com *Diario Local* (Telebilbao), que inicia às 21h30. Nosso objeto empírico situa-se na primeira rede televisiva de caráter autônomo da Espanha, que participou de um longo processo de luta política para consolidação de um sistema televisivo regional.

A luta política referente ao processo de abertura da EITB faz parte de uma série de lutas da Comunidade Autônoma Basca, ou Euskadi. Atualmente, o que é reconhecido oficialmente como País Basco é a “*Comunidad Autónoma Vasca*” (CAV), constituída por três províncias: Gipuzcoa, Alava e Vizcaya (Hegoalde ou País Basco sul). Mas o movimento nacionalista basco considera que o seu território está constituído por sete províncias. As quatro províncias restantes são a Navarra, que pertence à Espanha, e Lapurdi, Zuberoa e Bera Nafarroa no departamento dos Pirineos Atlânticos (Iparralde ou País Basco norte), sob a jurisdição do Estado francês.

Principal produto telejornalístico da emissora ETB, em 2009, o comando do *Teleberri* é dividido entre as apresentadoras Vanessa Sánchez – de segunda a quinta-feira – e África Baeta – na bancada nas sextas-feiras, sábados e domingos. As apresentadoras do *Teleberri*, no papel das principais figuras interlocutoras entre o

telejornal e a audiência buscam criar um ambiente de proximidade com sua audiência, no sentido de uma transmissão leve das informações. Ao mesmo tempo, apoiam-se na proximidade do contexto para criar o ambiente da notícia. O local ganha a importância, valor-notícia que guia todo o telejornal, e a estratégia da proximidade revela a relação direta entre o telejornalismo produzido pelo *Teleberri* e o discurso hegemônico da identidade basca³.

Esta análise se sustenta nos pressupostos teóricos dos estudos culturais e na metodologia de análise de telejornalismo, proposto por Itania Gomes no âmbito do Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo. A proposta de Gomes (2007) diz que, para analisar um programa telejornalístico, é preciso ter métodos adequados que possam garantir discussões acerca das premissas básicas do jornalismo. Além disso, discussões que garantam as especificidades do gênero televisivo e onde se possa pensar como um programa se endereça ao seu público, criando esta identidade do programa.

O (TELE)JORNALISMO PARA OS ESTUDOS CULTURAIS

Pensar o (tele)jornalismo, de acordo com Raymond Williams (1997), significa ter em contato dois pressupostos: o jornalismo como instituição social e forma cultural. É conceber a televisão como tecnologia e forma cultural, entendendo como se dão as relações entre formato e suporte; da mesma forma, conceber o jornalismo enquanto instituição social é pensar na formação do campo e nos valores que lhe são agregados. A atividade telejornalística deve ser pensada dentro do seu contexto social, econômico, político, e acima de tudo cultural. Isso porque, para Gomes (2007), a concepção de que o telejornalismo enquanto instituição tem como função tornar informações publicamente a disposição foi algo construído, portanto “é da ordem da cultura e não da ordem da natureza do jornalismo ter se desenvolvido deste modo em sociedade específicas” (GOMES, 2007, p. 4).

³ Durante o trabalho analítico (Cf. MOTA JUNIOR, 2010), partimos para analisar as principais discussões sobre produtos culturais do País Basco em busca do discurso hegemônico acerca da identidade basca. Através da análise de movimentos musicais, artísticos, programas audiovisuais como seriados e programas de sátira, pudemos perceber que os discursos hegemônicos sobre a identidade basca se sustentam no nacionalismo basco, movimento político e social criado no século XIX que pregava a afirmação dos valores da cultura basca. Neste movimento, existe o apego à cultura popular e aos símbolos e costumes que remetiam à época em que estas tradições eram dominantes.

Deste modo, o jornalismo é concebido como um processo em que estes elementos da ordem da cultura reconfiguram as premissas e valores que definem a prática jornalística. Portanto, uma construção social que se desenvolve em certa formação histórica, econômica, política e cultural específica “e cumpre funções fundamentais nessa formação” (GOMES, 2007, p. 4).

MODO DE ENDEREÇAMENTO: POSIÇÃO DE SUJEITO

O conceito de modo de endereçamento é proveniente da análise fílmica para pensar em **posições de sujeitos** (ELLSWORTH, 2001). Este conceito nos permite refletir quem aquele filme pensa que o seu receptor é através da experiência estética, matrizes culturais e posicionamento social da recepção diante da obra, baseado na idéia de interpelação. Para a autora, a experiência de ver os filmes e os sentidos que damos a eles não são simplesmente voluntários e idiossincráticos, são relacionais.

Ellsworth (2001) sustenta a ideia de que existem dois momentos: no primeiro, conceitua modo de endereçamento como algo que está no texto e que age sobre seu espectador. No segundo momento, ela define o modo de endereçamento como um evento que ocorre em um espaço social e/ou psíquico entre o texto e o uso que se faz dele. Existe uma 'posição' no interior das relações e dos interesses de poder, “[...] para a qual a história e prazer visual do filme estão dirigidos. É a partir desta '**posição-de-sujeito**' que os pressupostos que o filme constrói sobre quem é o seu público funcionam com o mínimo de esforço” (ELLSWORTH, 2001, p. 15). A noção de posição de sujeito é vista como lugar no interior das relações de poder pelo processo de sujeição através da ideologia.

A autora sugere que o endereçamento de um texto envolve certas escolhas por parte da produção - no caso dos filmes, a utilização de enquadramentos específicos e outras escolhas narrativas. Segundo Mansterman (*apud* ELLSWORTH, 2001), a câmera nos coloca em uma determinada *posição física*; identificar e ter consciência desta *posição física* é identificar a *posição social* que nos está sendo oferecida. Inclui-se, portanto, aspectos interpretativos da audiência - sensibilidade estética, grau de atenção, hábitos televisivos e posicionamento social dos sujeitos (GUTMANN, 2005, p. 44). Em razão destes aspectos e das escolhas feitas pelo filme, não existe um único modo de

endereçamento, mas várias posições que criam uma relação entre produtores e receptores.

Daniel Chandler (2003) parte do conceito de modo de endereçamento como posição de sujeito e acrescenta a ideia de que existe uma relação que se constrói entre texto e espectador que associa o modo de endereçamento a aspectos sociais, ideológicos e textuais. Chandler (2003) investe na noção de gênero para compreensão daquilo que compõe a audiência e aquilo que se convencionou culturalmente enquanto linguagem televisual. Para ele, o gênero é um código compartilhado culturalmente que posiciona os leitores no momento do consumo. Uma relação imbricada em que o sujeito que consome busca valores culturais que possam ser compartilhados com aquilo que o gênero oferece enquanto produto. Portanto, os modos de endereçamento, para Chandler (2003), são as formas pelas quais produção e recepção constroem uma relação através e pelo texto. “Um gênero também pode ser visto incorporando determinados valores e pressupostos ideológicos e, procurando estabelecer uma visão de mundo particular⁴” (CHANDLER, 2003).

Quando falamos em posições de sujeito para o telejornalismo tratamos do texto e de algo externo a ele. Seria, portanto, analisarmos a posição de sujeito como aquilo inerente aos discursos hegemônicos. O posicionamento do sujeito diante o produto midiático depende da disputa pelos discursos, e, portanto, as relações de poder mostram-se importantes fatores de análise de como certo telejornal posiciona a sua recepção. Ao falarmos de disputas, tratamos também de práticas sociais, e, portanto, de como as disputas permitem a conformação da nossa identidade em relação com os produtos da cultura. Não é o telejornal que conforma uma identidade, mas as disputas discursivas entre a produção e o consumo, daquilo que é culturalmente aceito com o que é naturalizado através da televisão.

Aproximando as discussões teóricas ao nosso objeto de análise, Teleberri permite analisarmos o modo de endereçamento como posição de sujeito para entender como o programa busca um telespectador ideal. Isto não significa que Teleberri estabeleça o tipo de consumidor, mas negocia com valores da ordem da cultura que direciona aquilo que

⁴ “[...] a genre can also be seen as embodying certain values and ideological assumptions and as seeking to establish a particular worldview”.

é noticiado a quem se sente pertencente a ela. *Teleberri* constrói, através de diferentes elementos, um contexto em que o telejornal se dirige para os bascos, independentemente da sua localização geográfica dentro do seu território histórico.

O telejornal se constrói através de uma organização das notícias que convoca não só os bascos das regiões centrais (províncias de Araba, Gipuzcoa e Bizkaia), já que surge no território nacionalmente espanhol e sob vigência das leis deste Estado. Direcionam-se, mais exatamente, àquilo que os pesquisadores⁵ chamam do território histórico, que se resume na palavra *Euskal Herria* – os territórios da Comunidade Autônoma Basca, Reino de Navarra, e províncias sul-francesas (Lapurdi e Iparralde). Isto está presente tanto no texto verbal como na própria construção e organização das notícias do telejornal. Podemos concretizar esta afirmação com o exemplo visto no dia 06 de fevereiro de 2009, em que a apresentadora África Baeta lê uma nota coberta e chama um link ao vivo direto da cidade de Etxegarate, na região de Guipúzcoa.

Tabela 2 - Nota coberta e link ao vivo sobre nevasca

TEXTO	IMAGEM
<p>ÁFRICA BAETA (OFF): <i>Voltamos a estar em alerta em Guipúzcoa, Bizkaia, Álava e Navarra. Foi determinado alerta laranja por risco de neve. Em Iparralde, alerta amarelo por risco de chuva. Além disso, na Comunidade Autônoma Basca se esperam rajadas de vento de 100 km/h. Em geral, a cota de neve está próximo aos 500, 400 metros [de altitude] e em alguns pontos a neve atinge 40 cm de espessura.</i></p>	 <p><i>Sequência de imagens de estradas e montes nevados</i></p>
<p>ÁFRICA BAETA (ESTÚDIO): <i>A princípio, precipitações em cotas altas, Alfredo Castresana, a rede viária permanece limpa a esta hora.</i> CHAMA LINK AO VIVO</p>	

⁵ Cf. ESPINOSA, José Marí Lorenzo. **Un pueblo en marcha:** el nacionalismo vasco – resumen, cronología y documentos. Bilbao: 2004.

ALFREDO CASTRESANA (LINK): *É isso mesmo. Aqui, a normalidade é quase absoluta na rede de estradas de Euskal Herria. Aqui no povoado de Etxegarate nevou a algumas horas, mas de maneira tímida e não chegou a escoar. E agora, podem ver: a estrada está quase completamente seca (sic). Como dizia, sem problemas na rede principal de estradas. E o mesmo se pode dizer da rede secundária com uma só exceção: em Navarra, no porto de Belagua, a partir do quilómetro 12, se precisa o uso de correntes [para os pneus, contra a neve]. Portanto, normalidade, sem problemas. Neste momento, não neva, mas não se aconselha relaxar, já que se espera que o tempo vá piorar nas próximas horas e se aconselha aumentar a precaução ao volante.*



Ao pensarmos no link ao vivo para a atualidade jornalística – e a referência à instantaneidade (FRANCISCATO, 2003, p. 149) –, no âmbito do telejornal local, pensamos na transmissão de informações que façam parte do contexto da região em questão. No âmbito da atualidade da notícia, transmitir informações de territórios limítrofes nos permite ver à quais telespectadores e para quais localidades este telejornal se dirige. Isto porque, quando o jornalismo utiliza como elemento legitimador o interesse público, ou seja, o fato de tornar informações de interesse da sociedade em algo público, ele o faz pensando que estas informações vão ser consumidas por determinado grupo de telespectadores. No exemplo acima, ao atualizar o telespectador sobre a situação da rede viária em razão da nevasca, o telejornal inclui como parte do seu público interessado sobre esta notícia cidadãos navarros e cidadãos basco-franceses, convocando-lhes através dos nomes das regiões.

MODO DE ENDEREÇAMENTO: ESTILO

Itania Gomes (2007), ao propor uma metodologia para analisar telejornalismo, recorre aos avanços do conceito de modo de endereçamento pela perspectiva dos estudos da recepção televisiva para pensá-lo como aquilo que é característico das práticas comunicativas de um programa, a maneira que ele conquista o seu público e cria um tom ou um estilo de interpelá-lo que o identifica ou o diferencia dos demais. Seria, então, levar em conta formatos do gênero como contexto textual, aspectos da produção do texto, de composição da audiência, aspectos institucionais e econômicos, como contexto social e ideológico, e característica do meio, no caso o televisivo, que dizem respeito à tecnologia.

Desta forma, o conceito permite que entendamos como certas estratégias utilizadas pelo programa criam uma relação de interação com seus telespectadores. “A análise do modo de endereçamento associada ao conceito de gênero televisivo [relação de interação] deve nos possibilitar entender quais são os formatos e as práticas de recepção solicitadas e historicamente construídas pelos programas” (GOMES, 2007, p. 20). O conceito de gênero permite analisar quais as apostas que o programa faz para acessar as matrizes culturais da sua audiência, ou seja, quais as competências comunicativas deste programa para que o telespectador o consuma tendo como referência as experiências sociais vividas. O modo de endereçamento permite vermos estas pistas e como o programa cria uma identidade baseada na sua competência de comunicação.

Itania Gomes (2007), em experiências no Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo (Facom – UFBA), operacionaliza o conceito para fins metodológicos. Gomes (2007) propõe quatro operadores que possam guiar o analista no processo de investigação, sempre tendo como referência as premissas e valores do jornalismo, além do conceito de gênero televisivo e estrutura de sentimento⁶. Estes operadores, a saber *mediador*, *contexto comunicativo*, *pacto sobre o papel do jornalismo e organização temática*, servem para articular elementos que encontramos no texto – parte semiótica dos programas – juntamente com características sociais, culturais, políticas do programa, do jornalismo, e da emissora. São operadores que não se sustentam isoladamente, ao contrário, a sua validade está na articulação entre eles, e principalmente, o confronto entre a contextualização.

Esta operacionalização permite olharmos para o nosso produto buscando entender como as escolhas comunicativas do programa se relacionam com o modo que é feito o jornalismo em determinada emissora e, conseqüentemente, como os valores desta instituição social é configurado e reconfigurado levando em conta o seu processo histórico. Portanto, ao dizer que o modo de endereçamento indica uma identidade do

⁶ Estrutura de sentimento, um conceito criado por Williams, mas que não foi muito desenvolvido pelo autor, propõe uma estrutura em que sejam, enquanto analistas, capazes de perceber os deslocamentos que certo tipo de elementos fazem ao longo da história. Aquilo que é da ordem da estrutura e que podemos relacionar com aquilo que vemos hoje. Permite, enquanto analista, que analisemos o processo histórico, encontrando elementos dominantes, residuais e emergentes. Para Gomes (2007), é um conceito importante para pensar o jornalismo e os deslocamentos dos valores e premissas associados à prática jornalística.

programa, ele possibilita entender como esta identidade (a do programa, e não a nossa) a configurada pela relação simbiótica entre produção e recepção.

Podemos ver as escolhas comunicativas no corpus analisado do *Teleberri*. o *Teleberri* começa sua exibição com a escalada: diferente do estilo que conhecemos em que os âncoras fazem a leitura das principais manchetes do dia em estilo *ping-pong* entre eles, no telejornal basco os “titulares”, como são chamados, exploram mais a articulação de imagem e texto verbal como estratégia de conquista do público. Não são os âncoras, em seus papéis de mediadores, que, através da sua imagem, convocam o telespectador a assistir ao telejornal. É por meio daquilo que a equipe do programa produziu ao longo do dia que o telejornal convida os telespectadores a acompanharem toda a edição do programa – inclusive porque, como podemos perceber ao longo das análises das edições completas, as imagens exibidas são as mesmas utilizadas nas reportagens.

A não-presença do repórter, para marcar um lugar de imparcialidade, é uma tentativa do telejornal basco que segue uma tradição forte adotada pelo telejornalismo francês (cf: TRINDADE, 2008, p. 44). Ao mesmo tempo em que negocia com este tipo de tradição para reforçar certa isenção, *Teleberri* demonstra, através de elementos da linguagem televisiva e jornalística, que inclui o seu discurso na construção das notícias.

O fato de priorizarem fontes oficiais e especializadas e as sonoras editadas dos entrevistados muitas vezes nos dão pistas de como *Teleberri* constrói este texto único através das reportagens. A noção de quadro narrativo (cf: GUTMANN, 2006) nos ajuda a entender qual moldura é empregada na construção do discurso da reportagem. Muitas vezes, o tempo de fala escolhido através de edição permite perceber este enquadramento, e no *Teleberri* as vozes ligadas ao governo ganham mais destaque dentro das matérias. Na edição do dia 12 de fevereiro de 2009, um VT discute a posição contrária do governo espanhol aos questionamentos populares sobre o impacto ambiental da construção de um novo complexo carcerário na região de Álava. As duas sonoras da secretária geral de assuntos penitenciários, Mercedes Gallizo, é aproveitada a partir da coletiva de imprensa. A repórter transpõe, para o *off*, os principais pontos apresentados pela secretária. Em contraponto, a Conselheira do Meio Ambiente, Esther

Larrañaga, é entrevistada naquele momento exclusivamente pela EITB e a sua declaração ganha mais tempo dentro da reportagem.

As reportagens e notas, exibidas durante o período analisado, coincidem com a época em que estourou na Espanha a crise econômica, e o tratamento dado pelo telejornal às notícias buscavam exaltar a capacidade econômica do País Basco e menosprezar os valores absolutos do resto da Espanha. Portanto, enquadravam as notícias sob a ótica do nacionalismo basco, compartilhando com o povo basco as notícias que informavam a boa situação da região. A televisão pública basca segue, portanto, as tradições da televisão pública espanhola que, na sua formação, funcionou como principal instrumento de propaganda governista. Por exemplo, uma nota lida pela apresentadora sobre a divulgação de qualificações de risco por parte da agência Standard destaca o bom desempenho das comunidades basca e navarra neste estudo, após uma série de reportagens discutindo a realidade destas regiões.

Nota sobre solvência econômica – Edição 03 de fevereiro de 2009

**Vanessa Sánchez:
(ESTÚDIO)**

Mas, apesar de tudo, a Comunidade Autónoma Basca e Navarra mantêm a tripla A, que é a máxima qualificação em solvência econômica que outorga a Agência Standard, uma das agências nacionais mais importantes de qualificação de risco. É a primeira vez que uma região europeia supera a solvência ante o Estado que pertence. E isso se deve a autonomia fiscal, segundo esta agência. Faz duas semanas que Standard Course retirou uma das três A da Espanha..

A partir da nota, percebemos as estratégias utilizadas pelo telejornal para construção e reforço de uma imagem da região do País Basco. O excesso de adjetivações corrobora para o objetivo – destacamos a utilização de “a máxima qualificação”, para destacar o grau conquistado, e “uma das agências mais importantes” para dar credibilidade à notícia.

A relação do *Teleberri* com o governo basco, presente em diversos elementos da sua composição, permite que analisemos o pacto do programa construído em relação ao jornalismo. O telejornal se sustenta nos discursos das vozes oficiais governistas e destacam que as informações ali transmitidas não são de sua autoria. Algumas outras escolhas do programa nos mostram uma tentativa comum, a de favorecer o governo em questão, o que nos diz sobre a relação com a premissa jornalística da imparcialidade.

Os princípios que regem a produção jornalística na emissora, estabelecidos na época da sua criação, se baseiam nos valores da “objetividade, veracidade e imparcialidade das informações” (*apud* ATXAGA *et alii*, 1999), mas, a partir do momento em que torna-se meio de forte divulgação governista, *Teleberri* e EITB evidencia a quebra de um acordo estabelecido durante a sua formação ao veicular um conteúdo tendencioso⁷. Assim, a noção de interesse público, prevista neste acordo deontológico, evidencia que o telejornal utiliza a noção de serviço de interesse ao público sustentado, em realidade, por interesses partidários. Aqui voltamos as premissas tratadas no capítulo teórico em que levantamos a discussão sobre o quarto poder (ALBUQUERQUE, 2009): o papel desempenhado pelo *Teleberri*, no que tange a vigilância, se confunde com o papel de divulgar as atividades governistas. Como afirma Albuquerque (2009),

O poder da imprensa deriva do fato da sua habilidade de definir o que é e o que não é notícia e, deste modo, de selecionar que temas merecerão a atenção pública. Graças a este poder, a imprensa serve “como o único canal sistemático de comunicação entre o Congresso e o Executivo que continua a funcionar mesmo quando os outros entram em colapso (ALBUQUERQUE, 2009, p. 7)

A escolha das fontes, por exemplo, é um ponto que se distancia da noção de objetividade que assume o telejornal na sua produção, como no VT da edição do dia 03 de fevereiro que trata das negociações do governo espanhol com os bancos.

Notas sobre bancos – Edição 03 de fevereiro de 2009

Vanessa Sánchez:
(ESTÚDIO)

Todos os olhos seguem sobre os bancos que não dão crédito para que o dinheiro circule, ainda que as razões para este comportamento tenham diferentes explicações, segundo uns e outros. Zapatero não pôde arrancar ontem um compromisso firme dos bancos em sua terceira reunião e hoje o ministro da Indústria disse que o governo está perdendo a paciência.

E uma entidade bancária que dá algum sinal positivo é Caja Laboral, que se mostrou convencida de que encontrará a forma de baixar o valor das hipotecas às pessoas desempregadas tal como pediu o Conselho de Moradia, ainda que reconheçam que é um tema complicado.

Iñaki Gorroño – Diretor *Estamos em conversas avançadas com o governo basco para tratar de*

⁷ É importante frisar que, com esta afirmação, não partimos em defesa da imparcialidade. Entretanto, na análise do programa, podemos afirmar que EITB rompe um acordo estabelecido, de antemão, com a sua audiência a partir do momento que se propõe gerar conteúdo jornalístico pautado na imparcialidade e não o faz.

**adjunto Caja Laboral
(SONORA)**

articular tecnicamente esta proposta lançada pelo conselheiro Javier Madrazo aos meios... para tornar possível o objetivo final que é ajudar aos desempregados. É complicado, mas a nossa vontade é de fazê-lo e seguramente encontraremos os meios técnicos e as modalidades para levá-lo adiante.

**Vanessa Sánchez:
(NOTA-PÉ)**

Estas declarações foram dadas hoje na apresentação dos resultados do ano passado. Caja Laboral também teve benefícios, ganhou 100 milhões de euros, mas este foi 45% menos que o ano anterior por um mau investimento na empresa financeira estadunidense Liman Brothers, que acabou quebrando. Caja Laboral inaugura um ano difícil em que sua morosidade passará de 2,2% em 2008 a 5,5%, uma cifra alta. Mas, sem dívida, bastante inferior a que espera a média do setor.

No caso transcrito, o telejornal utiliza como exemplo contrário ao noticiado sobre os bancos espanhóis a entidade pública basca Caja Laboral. O banco basco é o mesmo que patrocina o bloco de esporte do *Teleberri*, através de uma vinheta exibida diariamente. Demonstra, portanto, que o critério de escolha das fontes e coberturas noticiosas não estão relacionadas somente a um critério jornalístico senão ao fator comercial.

Ainda na análise das fontes, podemos adentrar ao lugar de fala assegurado às fontes do telejornal, ou seja, lugar construído pelo discurso – no seu sentido foucaultiano de um mecanismo de disputa de poder – e a sua relação com o contexto (BRAGA, 1997). Quem ganha voz no telejornal basco são as fontes especializadas: são àqueles que tornam a informação credível e dão o respaldo que o telejornal precisa para que o seu telespectador acredite no que assiste. Nas reportagens políticas, as vozes especializadas são dos atores políticos envolvidos no fato noticiado, e quando se trata de um debate político através da disposição das sonoras (principalmente quando analisamos a cobertura das eleições), percebemos um tempo maior dado aos representantes do Partido Nacionalista Vasco (PNV).

O cidadão comum tem lugar assegurado quando se torna protagonista do fato – quando fazem a cobertura de protestos e entrevistam somente os manifestantes – ou quando há um processo de narrativização da reportagem – buscam contar histórias das fontes para tratar de um tema específico. Quando o cidadão é entrevistado como forma de testemunho, ele não é creditado, ou seja, para o *Teleberri* estas fontes não possuem importância na construção da matéria para que o telespectador saiba seu nome e o que faz, e possa, assim, entender a sua fala dentro de um contexto mais amplo.

A predileção pela cobertura e pela voz oficial permite perceber que telejornal é construído sob uma posição editorial definida hegemonicamente a partir das experiências na Espanha com a televisão pública. O lugar da rede basca na divulgação de propostas e ações governistas se encontra no telejornal não só em acontecimentos relacionados à política e economia, como também em iniciativas ligadas à ciência e tecnologia, através de pesquisas científicas realizadas na região, e em fatos relacionados à gestão cultural.

DESAFIOS PARA ANÁLISE DA IDENTIDADE

Durante o processo de análise do nosso objeto empírico, percebemos que identificar os modos de endereçamento do *Teleberri* nos trazia consigo duas perspectivas sobre o conceito. A primeira, como mostramos, se refere ao fato do telejornal se endereçar a um público específico – e aqui não falamos em público-alvo, mas em um público culturalmente específico, que compartilha com aquele produto televisivo aspectos naturalizados da cultura basca. Por outro viés, analisamos como o produto escolhe a suas formas de se comunicar com este público basco, criando assim o seu estilo de transmitir as notícias, a maneira como abordá-las, aquilo que o público espera ver no telejornalismo da emissora.

O desafio de analisar o modo de endereçamento por estes dois vieses foi uma necessidade do produto. A análise realizada acima, sustentada na metodologia proposta por Gomes (2007), permitiu vermos que o *Teleberri* lida com a noção de jornalismo regional, através da seleção das notícias e critérios de relevância geopolítica, como mecanismo para o estabelecimento de um pacto com o seu telespectador. Além disso, o programa cria um contexto físico e mental para um telespectador específico: ele se direciona ao basco, e, portanto, convoca do telespectador o repertório cultural específico da região.

Portanto, a identidade basca participa do processo de construção de um estilo e também de interpelação da audiência, o que nos exige investigar como ela se insere neste processo. A proposta de análise de telejornalismo que assumimos utiliza o conceito de gênero televisivo para entender como o receptor orienta sua interação com o

programa através “das expectativas geradas pelo próprio reconhecimento do gênero” (GOMES, 2007, p. 19).

Tratar o gênero como uma estratégia de interação e uma categoria cultural nos permite ver o telejornalismo como produto que participa do circuito da cultura nos moldes de Stuart Hall (1997b). O que significa dizer que, na conformação da cultura, os sujeitos partilham sentidos e negociam discursos, e, portanto, constroem uma identidade. É através da articulação dos elementos da linguagem, da produção jornalística e da representação da cultura, ou seja, da configuração do subgênero telejornalístico, que a identidade torna-se uma competência comunicativa para o programa em questão.

Posto isto, a análise da identidade coloca o gênero como categoria cultural no centro do mapa das mediações, de acordo com as aproximações feitas por Gomes (2010). Isto significa que, munidos de uma análise discursiva que configura o gênero como práticas sociais partilhadas, a análise permite ver como a identidade basca é mediada e configura o processo de interação entre produção e recepção.

Ao abordar as matrizes culturais, podemos perceber a sua marcação dentro do *Teleberri* como mecanismo de reforço desta identidade hegemônica. Dentro do nosso corpus escolhido, são inúmeras as situações em que podemos analisar as produções à luz daquilo que é da ordem dos movimentos culturais da sociedade basca.

O primeiro ponto, ao adentrar neste assunto, é a questão da língua própria. O telejornal é apresentado em espanhol e encontra-se em uma emissora basca que se propõe a emitir uma programação 100% em língua nacional. Entretanto, nos deparamos a todo momento no telejornal com certa naturalização de expressões e palavras em basco que, ademais de terem um significado definido, fazem referência a um acervo cultural que *Teleberri* acredita que seus telespectadores tenham. Expressões como *gabon*, boa noite em basco, e *agur*, adeus na língua regional, são utilizadas na maioria das edições, e ao utilizá-las os apresentadores não fazem qualquer tipo de tradução.

No esquema das mediações, Barbero (2008) destaca que as matrizes culturais, aquilo que é da ordem da construção cultural, se relacionam com as lógicas de produção

através da institucionalidade, que seria a mediação responsável pela “regulação dos discursos que, da parte do Estado, buscam dar estabilidade à ordem constituída e [...] fazer se reconhecer, isto é, re-constituir permanentemente o social” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 19). Quando definimos o que, ao longo do tempo, se constitui como identidade basca, percebemos que a EITB e, neste caso, o *Teleberri* funcionam como agentes reguladores do discurso identitário basco. Trata-se de identificar a emissora como uma instituição que exerce pressão no meio social e impõe significados e valores para a recepção⁸. Através de reportagens que negociam com estas matrizes culturais, através da utilização da língua basca ou também do enquadramento da notícia, *Teleberri* reforça o discurso hegemônico de que a sociedade basca se caracteriza pelo nacionalismo étnico e histórico.

A própria natureza da emissora e a sua trajetória de formação nos evidenciam o seu poder regulador: EITB surge como proposta do Partido Nacionalista Vasco (PNV) e torna-se conhecida por ser porta-vez da informação governamental da região. Desta forma, EITB incorpora as tradições oriundas do PNV, principalmente os ideais do nacionalismo basco pregado por Sabino Arana no século XIX. Desta forma, *Teleberri*, como principal produto informativo, negocia com as tradições do movimento nacionalista e as reproduz em forma de discurso presente no seu formato televisivo.

Podemos avançar, ainda, sobre como o interesse público e as noções apresentadas de vigilância do jornalismo, no caso do *Teleberri*, configuram a identidade basca através do programa. O jornalismo se sustenta em um discurso socialmente aceito em circulação e, como prática social, conforma a identidade daqueles que o utilizam como importante meio de acesso a informação.

Considerando um discurso social como um conjunto de locuções, textos e falas em circulação que visa, primeiro, construir a identidade de um grupo e promover o engajamento de seus participantes nesse discurso, e, segundo, legitimar o grupo socialmente apontando a importância de sua existência para a própria sociedade, Wilson Gomes (2005) explica que o “interesse público” está no centro do discurso social do jornalismo, parâmetro usado pelos jornalistas para justificarem suas reportagens, para a estruturação dos produtos jornalísticos e para o cumprimento de seu papel social. (SILVA, 2010, p. 45)

⁸ O conceito de instituições que utiliza Barbero é proposto por Williams (1979) em *Marxismo e Literatura*, quando define o percurso de uma análise cultural. Para Williams, pensar nas instituições como lugar da pressão de significados não reduz o lugar da recepção. Segundo o autor, onde há movimentos hegemônicos, co-existem movimentos de contra-hegemonia, o que seria, então, pensar em negociações.

Desta forma, ao se sustentar no interesse público, o telejornal conforma um discurso específico, legitimado por um serviço público e como interesse de uma gama de espectadores, que circula, gera a conversação no âmbito social e produz atitudes (a concordância, a discordância, o debate público). Entretanto, ao funcionar como ‘ramo’ do governo, *Teleberri* cria um discurso único, negocia e reforça com seus telespectadores a identidade dominante basca, referente ao movimento nacionalista. Assim, percebemos a importância não só do telejornal e da emissora na configuração desta identidade, mas como o governo, em associação ao jornalismo, reforça este discurso em dominância.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso de. As três faces do quarto poder. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós**. n. 10, 2009. Disponível em: < http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1068.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2010.

BRAGA, José Luiz. ‘Lugar de fala’ como conceito metodológico no estudo de produtos culturais e outras falas in FAUSTO NETO, Antonio & PINTO, Milton (Orgs.) **Mídia e Cultura**, Rio de Janeiro, Diadorim/Compôs, 1997, p. 105-120.

CHANDLER, David. Mode of Address. In: CHANDLER, David. **Semiotics for Beginners**. Disponível em <www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotc.html>. Acesso em 13 nov. 2010.

DEUZE, Mark. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. in **Journalism**, London: Sage Publications, 2005, Vol. 6(4): 442–464.

ELLSWORTH, Elizabeth. Modo de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, Tomaz T. (org.). **Nunca fomos humanos: metamorfoses da subjetividade contemporânea**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo: bases para sua delimitação teórica**. Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

GOMES, Itania M. M. . Das utilidades do conceito de modo de endereçamento para análise do telejornalismo. In: Elizabeth Bastos Duarte e Maria Lília Dias de Castro. (Org.). **Televisão: entre o mercado e a academia**. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2006, v. 1, p. 107-123.

GOMES, Itania Maria Mota. **Metodologia de Análise de Telejornalismo (II): Um protocolo de análise de gênero televisivo como categoria cultural**. Projeto de Pesquisa apresentado ao CNPq – Produtividade em pesquisa 2012/2015. Salvador, 2010.

GOMES, Itania Maria Mota. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós**. n. 8, 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/126/126>>. Acesso em: 16 abr. 2010.

GUTMANN, Juliana. F. Quadros narrativos pautados pela mídia: framing como segundo nível do agenda-setting?. **Contemporânea**, Salvador, v. 4, p. 25-50, 2006.

HALL, Stuart. The work of representation. In: HALL, Stuart (Ed.). **Representation: cultural representation and signifying practices**, London, Sage, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Pistas para entre-ver meios e mediações. In: _____ . **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008

MITTELL, Jason. A cultural approach to television genre. In: **Cinema Journal**, 40, nº3, Spring 2001, p. 01-24]

MOTA JUNIOR, Edinaldo A. **Modo de endereçamento e identidade basca**: análise do telejornal Teleberri, da ETB2. 2010. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010. Disponível em: <http://telejornalismo.org/wp-content/uploads/2010/05/TCC_Edinaldo_final.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2011.

SILVA, Fernanda Mauricio. **A conversação como estratégia de construção de programas jornalísticos televisivos**. 2010. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação e Cultura Contemporânea, Departamento de Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura** (Trad. de Waltensir Dutra), Rio de Janeiro: Jorge Zahar, [1971]1979;

WILLIAMS, Raymond. **Television: technology and cultural form**, 2ª, London: Routledge, 1997, 164pp.