

Cidadania e Estado na sociedade midiaticizada: O programa Linha Direta sob a ótica da Recepção. Uma aproximação ao campo

Daniel Barsi Lopes¹

RESUMO

O presente artigo trata de uma abordagem exploratória de campo com os telespectadores do programa *Linha Direta*, procurando investigar, a partir das teorias da recepção, de que forma essa audiência pode configurar o exercício de sua cidadania no combate à violência urbana, não mais tendo a comunidade e o Estado como eixo centralizador, mas sim sendo capitaneado pela televisão. Os telespectadores selecionados são funcionários de uma fábrica de tintas do RS.

Palavras-chave: recepção, cidadania, Estado, violência, *Linha Direta*

ABSTRACT

The present article brings an exploratory field approach with the viewers of the program *Linha Direta*, investigating, from the theories of the reception, how this audience can configure the exercise of its citizenship in the fight against urban violence, with the television being the main axis, instead of the community and the State. The selected viewers are employees of a RS' plant of inks.

Keywords: reception, citizenship, State, violence, *Linha Direta*

1 – Introdução

As pesquisas que se dedicam à análise e à apreensão da temática da violência na mídia têm extrema relevância para o estudo científico, visto que envolvem dois dos maiores fenômenos de nossa atualidade: a proliferação desenfreada da violência urbana e os meios de comunicação de massa em seu intenso processo de midiaticização². A maneira como ambos os

¹ Daniel Barsi Lopes é publicitário, bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará, mestrando no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos, bolsista Capes e membro do grupo de pesquisa Processocom. E-mail: daniel_barsi@yahoo.com.br

² “Tendência à ‘virtualização’ ou telerrealização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias de

fenômenos se interpenetram, gerando um tratamento peculiar dado à violência urbana pelos meios de comunicação hodiernos – com seu alto poder de penetração nas massas –, e as conseqüências daí decorrentes são de grande importância para a sociedade.

A violência nas cidades, desde os processos de intensa urbanização e modernização ocorridos em fins do século XVIII e início do XIX, parece acompanhar o desenvolvimento de nossa sociedade, mostrando-se sempre presente na vida dos indivíduos, de uma forma ou de outra. No entanto, essa “cultura da violência” tornou-se, ao longo dos últimos anos, um dos fenômenos mais problemáticos de nossa sociedade contemporânea, especialmente em um país como o Brasil, onde as desigualdades sociais são alarmantes. Hoje todos somos, indistintamente, vítimas da violência, seja diretamente – quando somos, nós mesmos, alvos de seus atos – ou indiretamente – quando temos que mudar nossos hábitos e rotinas, alterar nossas relações com a liberdade e modificar nossas interações com o espaço público urbano como forma de prevenção da criminalidade.

A população, especialmente das médias e grandes cidades, mas sem excluir, de modo algum, as pequenas, vive atualmente um momento de tensão e medo, gerados pelo sentimento de total impotência frente à situação caótica causada pela criminalidade urbana. As pessoas têm medo de sair de casa para a escola, para o trabalho, entre outras atividades cotidianas e corriqueiras, pelo simples fato de que não sabem se voltarão para a segurança de seus lares (se é que ainda podemos chamar os lares de lugares seguros), se resistirão à exposição nas ruas violentas da cidade. Indo ao encontro disso, é imprescindível salientar os resultados de pesquisa recente, que mostram o Brasil atualmente como o quarto país mais violento do mundo³.

Com base nisso tudo que foi exposto, faz-se de grande importância estudos que dêem conta de abordar como essa cultura da violência – articulada às questões do Estado e da cidadania – é apropriada pelos telespectadores, a partir dos programas televisivos que a abordam de uma maneira sensacionalista⁴ e espetacularizada⁵, como o *Linha Direta*, da Rede Globo de Televisão.

comunicação” (Sodré, 2002, p. 21). Trata-se a comunicação midiática de um estágio da comunicação. Estágio no qual a mídia passa a mediar ainda mais as relações humanas – cada vez menos feitas face-a-face – e a experiência pessoal passa a ser intercambiada pela técnica. A mídia, aliada a esta técnica, deixa de ser apenas auxiliar para se tornar o cerne da questão.

³ Dados do relatório elaborado pela Organização dos Estados Ibero-Americanos para Educação, Ciências e Cultura (OEI). Fonte: Jornal Zero Hora, 17/11/06.

⁴ Angrimani (1995, p. 13) lança mão do dicionário Aurélio para definir sensacionalismo: “S.m. 1. Divulgação e exploração, em tom espalhafatoso, de matéria capaz de emocionar ou escandalizar”. Também acerca desta palavra, o dicionário eletrônico Houaiss no diz que sensacionalismo significa: “uso e efeito de

A ida ao campo, que motivou a produção deste artigo, tem como base fundamental a procura, a partir da ótica dos indivíduos telespectadores da atração televisiva, às respostas a esse questionamento central norteador da pesquisa, descrito no parágrafo acima.

Esta imersão empírica é referente ao projeto de pesquisa desenvolvido pelo autor no mestrado⁶ e surge como parte do processo de coleta de dados exploratórios para o desenvolvimento da investigação. É relevante deixar claro, desde o início, que para o projeto que se está encaminhando na pós-graduação foram selecionados, até o momento, três cenários de pesquisa, escolhidos com base em tentativas e investigações, ocorridas na fase exploratória do andamento. Para a produção deste artigo, porém, foi eleito um desses cenários (o primeiro, cronologicamente, a ser posto em obra) para ser trabalhado mais detalhadamente, visto que a quantidade de dados obtidos com os três cenários juntos ultrapassaria a configuração prevista para um artigo científico.

Iniciaremos, então, contextualizando o surgimento desse programa tão singular na grade televisiva nacional, remontando a meados dos anos noventa do século passado.

2 – O surgimento do *Linha Direta* no cenário televisivo brasileiro

É sabido por todos nós que programas que apelam para o grotesco e para o sensacional já há muito tempo fazem parte do cenário audiovisual brasileiro, inclusive estando, anteriormente ao desenvolvimento da televisão, já presentes no rádio e em sua programação assistencialista⁷ e na imprensa escrita, por meio de jornais sensacionalistas⁸, configurando o

assuntos sensacionais, capazes de causar impacto, de chocar a opinião pública, sem que haja qualquer preocupação com a veracidade”.

⁵ O conceito de *espetáculo* que cunhamos aqui diz respeito à maneira sensacionalista com que um determinado assunto pode ser abordado pela mídia, ganhando destaque e espaço nos meios de comunicação. É dada aos assuntos uma roupagem de espetáculo, de show, desvirtuando a abordagem séria acerca do tema, que, a partir de então, passa a ter uma análise superficial do seu conteúdo, sendo destacados somente aqueles pontos que possam causar polêmica, “estardalhaço”. O assunto acaba sendo banalizado pela extensa exposição nos veículos midiáticos. Não podemos, de modo algum, mesmo sabendo de suas críticas e de seus limites, deixar de resgatar os conceitos de *espetáculo* oferecidos por Guy Debord em seu clássico livro “A sociedade do espetáculo” (1997), tais como: “pseudo-mundo à parte, objeto de mera contemplação; imagem autonomizada; relações entre pessoas mediadas por imagens; capital, em tal grau de acumulação, que se tornou imagem; e o mundo real transformado em imagens”. Acerca do jornalismo-espetáculo, faz-se importante resgatar Barros e Silva (*apud* Borelli e Priolli, 2000, p. 74), quando dizem, acerca desse tema, que: “atrofia dos assuntos de relevância pública, espetacularização da vida íntima, ênfase no *showbiz* e sentimentalismo exacerbado [...] são recursos estratégicos, legítimos e desejáveis quando a notícia se torna exclusivamente refém das oscilações de audiência”.

⁶ Pesquisa que tem como título provisório “Cidadania e Estado na sociedade Mídia: o programa *Linha Direta* sob a ótica da recepção”.

⁷ Programas que retratam espetacularizadamente as mazelas da comunidade, tendo como eixo central o “oferecimento” de ajuda aos ouvintes que ligam ou se encaminham ao estúdio de gravação. Podem ser dados

que no Brasil ficou conhecido como “imprensa marrom”⁹. Podemos afirmar até que esse tipo de programação na TV foi se desenvolvendo ao longo do desenvolvimento da própria televisão em nosso país, em uma espécie de “movimento cíclico”. De tempos em tempos essa “onda popular”, pautada no “grotesco escatológico, numa disfunção artística” (Sodré, 1972), retirava-se e retornava à cena, sempre de acordo com a concorrência entre os canais e o interesse das emissoras (Capparelli e Lima, 2004), mas o certo é que sua presença deixou alguns programas gravados na memória da televisão brasileira. A generalização desse tipo de atração ao longo da história da televisão, no entanto, não é motivo suficiente para impedir-nos de tentar enquadrar mais especificamente uma certa ênfase que houve na última década do século XX no ressurgimento desses programas na TV brasileira. Para contextualizarmos o surgimento do *Linha Direta* na grade de programação¹⁰ da Rede Globo, como também para analisarmos o surgimento dos outros programas televisivos que se utilizam de métodos sensacionalistas de exibição da violência, tais como *Cidade Alerta*¹¹, *Brasil Urgente*¹², entre outros, temos que voltar à meados da década de noventa, mais especificamente à época do surgimento do Plano Real e da “fase da “multiplicidade da oferta” (Brittos, 2000) na televisão brasileira.

O plano econômico do governo de Itamar Franco, que trouxe como consequência o controle da inflação e a estabilização da economia, também teve grande responsabilidade pelo surgimento de um novo público na recepção televisiva, público esse que passou a ter acesso à televisão como meio de comunicação a partir desse novo panorama econômico criado em seu governo. Com o controle da inflação e a estabilização da economia, houve uma maior facilidade das camadas economicamente menos favorecidas em poderem adquirir, pela primeira vez, determinados aparelhos eletro-eletrônicos, dentre eles, destacam-se a televisão.

Em 1993, existiam cerca de 31 milhões de aparelhos em uso. De 1994 a 1998, foram vendidos cerca de 28 milhões de aparelhos, quase dobrando o número

como exemplos os programas radiofônicos assistencialistas de Sérgio Zambiasi, senador pelo Rio Grande do Sul e de Anthony Garotinho, ex-governador do Rio de Janeiro.

⁸ Como os jornais *Última Hora*, *Diário Popular*, *Notícias Populares*, *O Povo*, *O Dia*, *Jornal da Rua*, dentre outros.

⁹ No Brasil, quando se quer acusar pejorativamente um veículo, o termo utilizado é “imprensa marrom”, possivelmente uma apropriação do termo francês para procedimento não muito confiável (Angrimani, 1995, p. 22).

¹⁰ Grade de Programação é a síntese de programação da emissora, contendo, entre outras informações, programas e respectivos horários.

¹¹ Exibido na Rede Record. No momento da elaboração deste trabalho o programa encontra-se fora do ar, sem previsão de retorno à grade.

¹² Exibido pela Rede Bandeirantes.

existente em 1993. E o fato mais significativo é que, desse total, cerca de 6 milhões foram comprados por famílias que estavam adquirindo sua primeira televisão. Esses novos telespectadores estão localizados nas classes D e E (Borelli e Priolli, 2000, p. 148).

A partir de então, uma nova parcela da população tem, pela primeira vez, acesso à televisão¹³. Uma parcela econômica e culturalmente menos favorecida. Faz-se interessante, também, a partir das perspectivas oferecidas por esta nova fase no cenário receptivo brasileiro, refletir sobre as novas configurações que se processam nas relações entre esses públicos e a televisão, quando a assistência muitas vezes migra da praça onde está instalado o aparelho-receptor para a contemplação da comunidade, ou da casa do vizinho¹⁴, para a assistência no lar, fazendo com que os telespectadores tenham mais oportunidades, eles mesmos, de determinação dos canais a serem consumidos, em vez de assistirem ao que foi determinado pelo controlador da TV da praça ou pelo vizinho.

Em conjunto com todos esses movimentos de transformações, entra em cena a “fase da multiplicidade da oferta”, em meados da década de noventa do século XX, caracterizada pelo desenvolvimento das inovações técnicas e pela convergência tecnológica, propiciando alianças entre os conglomerados midiáticos e, conseqüentemente, a cada vez maior aproximação entre a produção de suas atividades, como televisão, cinema, rádio, internet, mídia impressa, além dos serviços de telefonia fixa e celular. Esse momento também passa a oferecer ao mercado televisivo novos canais em UHF e por assinatura e uma maior concorrência entre as emissoras na disputa pelos telespectadores, apesar da liderança oligopólica da Globo (Brittos, 2006). A chegada das TVs pagas, que tem uma programação mais diferenciada e segmentada, já que atuam para um público mais exigente e de maior poder aquisitivo, faz com que haja uma migração de camadas das classes¹⁵ A e B da televisão aberta para os canais pos assinatura.

Esses fatores, em conjunto, apresentam dados novos à realidade para a televisão brasileira. Há, a partir de então, uma nova audiência televisiva, composta por mais pessoas

¹³ É importante ressaltar que o governo dos militares teve, também, grande participação na disseminação do uso do aparelho-receptor, na década de setenta.

¹⁴ Nas cidades de interior, especialmente na região nordeste do país, ainda hoje se observa a assistência de TV nas praças e/ou na casa de vizinhos. Há cerca de dez anos essa característica era ainda mais forte.

¹⁵ É importante deixarmos claro que a palavra *classe* aqui está relacionada ao uso do substantivo pelo IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. Ou seja, *classe* como nos referimos aqui está vinculada às categorizações hierárquicas do IBOPE feitas através de pesquisa. Nessas pesquisas é avaliado o contexto sócio-econômico dos indivíduos, com base nas informações de escolaridade, profissão, posse de bens, dentre outros. A partir da análise dos dados advindos com a pesquisa é feito um perfil do telespectador, então distribuído em categorias, classes, que podem ser A, B, C, etc.

das classes C e D – que muitas vezes não tiveram acesso à educação de qualidade, cultura e outras formas de entretenimento – e por menos pessoas das classes A e B. E as emissoras de televisão aberta têm que se adaptar a esse novo panorama receptivo, se não quiserem perder audiência e, conseqüentemente, dividendos.

As emissoras menores, com uma grade de programação menos estável do que a da Rede Globo, portanto mais flexível para mudanças, resolveram apostar nesse novo mercado e “usá-los como estratégia de apelo para garantir uma quantidade significativa de audiência” (Rondelli, *apud* Mendonça, 2002, p. 62).

É neste momento, então, que surgem os programas *do Ratinho*¹⁶ e *do Leão*¹⁷. Faz-se interessante refletir sobre a importância desses comunicadores na solidificação desse gênero de programação. “Eles são capazes de chamar a atenção do volátil telespectador por seu espetáculo, por sua ‘performance’, inclusive, corporal” (Borelli e Priolli, *op. Cit*, p. 130). Foi nesse ambiente televisivo que também surgiram verdadeiros “ícones” do grotesco, como as personagens “Tiazinha” e “Feiticeira¹⁸”, as dançarinas Carla Perez e Sheila Carvalho¹⁹. Na “fase da multiplicidade da oferta”, segundo Brittos (2006, p. 24):

a busca da captação rápida do consumidor, já que as dinâmicas de fidelidade deste para com os distribuidores e produtores é cada vez mais tênue, tem promovido a expansão de critérios de formatação de produtos de fácil assimilação, o que tem sido chamado, no caso dos mercados televisivos, de popularização das programações”.

¹⁶ Ratinho, personagem do apresentador Carlos Massa, foi repórter do programa *Cadeia* e apresentador do programa policial *190 urgente*, ambos na CNT. Mas foi na Rede Record que despontou como apresentador do programa *Ratinho Livre*, que em muitos momentos forçou a Rede Globo a atrasar o *Jornal Nacional* e esticar a novela das 21h para tentar diminuir a audiência do concorrente. O apresentador, com seu estilo exagerado, defende que é mais barato matar os bandidos que mantê-los presos (matéria da revista VEJA, 18/03/1998).

¹⁷ Gilberto Barros, o Leão, também despontou como apresentador na Rede Record, comandando o programa *Leão Livre*, uma espécie de sucessor de Ratinho (quando este foi para o SBT), que tinha o mesmo formato e conteúdo do primeiro. Ambos os apresentadores concorriam diretamente, na grade nobre noturna, especialmente no fim da noite Até o fim de 2006, no entanto, Gilberto Barros encontrava-se na Rede Bandeirantes, apresentando o programa *Boa noite Brasil*, com outro perfil, com atrações como gincanas, musicais, júris e a participação de artistas. Em janeiro de 2007 o programa foi extinto e atualmente o apresentador encontra-se fora da grade da emissora.

¹⁸ Ambas personagens oriundas do programa *H*, da Rede Bandeirantes, apresentado à época por Luciano Huck.

¹⁹ Dançarinas do grupo baiano de axé *É o Tchan*.

E assim vão surgindo nas emissoras brasileiras programas desse gênero, além de programas ditos de “variedades” ou “femininos”, no horário vespertino²⁰, que dedicam um espaço para a “sociedade”, para a “denúncia”, enfim, para a abordagem de forma espetacularizada da violência. Segundo Capparelli e Lima (2004, p. 100), “o grotesco passou a assistencialismo, sensacionalismo, linguagem chula e show de variedades”.

A Rede Globo de Televisão ficou fora deste cenário por cerca de dois ou três anos. Durante esse tempo, viu o programa do apresentador Carlos Massa, o Ratinho, perder em audiência somente para a novela das 21h e para o humorístico *Casseta e Planeta*. Faltava à maior emissora de televisão do país um programa que tivesse um apelo mais popular, que tentasse atrair essa nova fatia de audiência recém-chegada²¹. Mas, como se daria a chegada de um programa deste gênero numa emissora cujo “padrão de qualidade²²” é reconhecido internacionalmente? Vale a pena, aqui, acerca da relação padrão de qualidade x *Linha Direta* resgatar Capparelli e Lima (op. Cit, p. 99), quando dizem que:

[O Padrão Globo de Qualidade] pode manter-se tecnicamente, mas perde sua aura ética e estética, no momento em que os outros canais ameaçam de alguma forma a primazia da rede. Um dos exemplos é o programa *Linha Direta*, entre os de maior audiência de 2000: diante da ameaça da Rede SBT nos anos 1980 e 1990, que ganha pontos na audiência, a Rede Globo mantém o padrão técnico de qualidade e recria programas próximos do grotesco escatológico em versão chic.

3 – O programa *Linha Direta*

Sintaticamente, podemos dizer que o *Linha Direta*, exibido todas às quintas-feiras desde maio de 1999 pela Rede Globo de Televisão, mostra dois²³ episódios de crimes não solucionados pela Justiça, crimes esses nos quais os acusados (ou parte deles) estão foragidos.

²⁰ O horário vespertino é dedicado, em muitas emissoras, aos programas de variedades, mais voltados para o público feminino. São programas que têm como atrações a presença de artistas, cabeleireiros, estilistas, culinharistas e um grande espaço dedicado às fofocas do mundo televisivo.

²¹ No entanto, é importante que tenhamos claro que pesquisas do IBOPE indicam que esses programas são assistidos, também, por parcelas relevantes das classes A, B e C (fonte: Ibope Telereport: Mai/2005).

²² “A TV Globo é, sem dúvida, a implementadora de um modelo vencedor de padrão de qualidade que, desde os anos 70, vem norteando todas as demais televisões brasileiras” (Borelli e Priolli, 2000, p. 79). “Instituindo um padrão de qualidade, leva em consideração questões técnicas, éticas e estéticas, tornando seus produtos reconhecidos pela audiência. Esse padrão funciona como um modelo diretor, normalmente conhecido como Padrão Globo de Qualidade” (Capparelli e Lima, 2004, p. 99).

²³ Existem exemplos de episódios em que esse número não se confirma, mas o padrão é de dois casos exibidos por semana.

É mostrada uma pequena reconstituição da vida de vítima e acusado, focando em como ambos, vítima e acusado, se conheceram e passaram a se relacionar – cabe ressaltar, aqui, que a ênfase se dá na história de vida da vítima, “que tem sempre um passado feliz, embora batalhador” (Mendonça, 2002, p. 86) – e uma simulação do crime. Após a simulação, as fotos dos foragidos são exibidas e um número de telefone para denúncia anônima é mostrado.

É claro que a lógica e o funcionamento do programa são extremamente mais complexos do que o que foi, grosso modo e simplificadamente, descrito aqui. É importante ressaltar, ainda, que o *Linha Direta* destaca-se por ser o único programa do gênero policial²⁴ exibido pela Rede Globo e por carregar o seu tão renomado “padrão de qualidade”.

O *Linha Direta* construiu para si uma imagem de programa de “utilidade pública”, pois está a serviço da sociedade, em busca de solucionar os casos que a justiça, por sua “lentidão e incompetência”, não foi capaz de resolver. A denúncia, o fato do telespectador poder denunciar por telefone, sem ser identificado, o paradeiro do foragido é o grande trunfo do programa, o que, para a emissora, é o diferencial em relação aos outros, que “mostram por mostrar”, sem nenhum comprometimento com a população, sem dar a oportunidade de participação à esta sociedade, “ávida por justiça”.

Será justamente porque a justiça não funciona a contento que o programa se propõe ‘heroicamente’ a intervir, mobilizando a sociedade para que esta, sob o comando da TV Globo, ajude, ‘com sua parte’, a fazer a justiça funcionar (Mendonça, 2002, p. 38).

O programa, uma outra janela jornalística dentro da televisão, pode ser considerado um gênero híbrido, pois se utiliza de dois dos maiores fenômenos de audiência da Rede Globo: o telejornalismo e a telenovela²⁵, ambos aliados ao espetáculo. Pode-se, inclusive, dizer que o *Linha Direta* é uma junção dessas duas categorias televisivas, tendo em seu conteúdo tanto aspectos jornalísticos, tais como o levantamento de fatos, dados, depoimentos,

²⁴ É importante que tenhamos em mente, desde já, que a Rede Globo não inclui o *Linha Direta* no gênero de programas policiais, mas enquadra-o como um programa jornalístico prestador de um serviço de utilidade pública. Como ele mostra casos policiais mal ou ainda não resolvidos pela justiça, exibindo reconstituições de crimes, depoimentos de profissionais e de familiares envolvidos, laudos periciais, dados do Ministério Público, enfim, como ele se utiliza de todos esses artefatos, seguindo um perfil semelhante ao de seus predecessores nos Estados Unidos e na Inglaterra, não vemos restrição (e nem preconceito) quanto ao uso, em nossa pesquisa, da terminologia “policial”, apesar de termos claro que o *Linha Direta* se configura complexo demais para ser enquadrado somente como um gênero desse tipo, estando ao programa da Globo imbricado uma série de outros fatores.

²⁵ Ao final da exibição do programa, os créditos da atração mostram “Central Globo de Jornalismo” e “Central Globo de Produção”.

etc., como também aspectos de dramaturgia, já que as histórias dos crimes são recontadas por meio de simulações.

3 – Objetivos da pesquisa de campo

Procuramos, com esta pesquisa de campo, iniciar a abordagem empírica preliminar do projeto, testando instrumentos, formas de aproximação, dentre outros aparatos metodológicos.

O objetivo da pesquisa empírica, aliada ao referencial teórico, é compreender como os indivíduos elaboram, constroem e exercem a sua cidadania na sociedade marcada pelo fenômeno da midiatização, especialmente no que concerne ao combate à violência urbana.

Interessa à pesquisa investigar, à luz das teorias da recepção, como os telespectadores interpretam e produzem sentidos a partir das mensagens emitidas com o programa *Linha Direta*. Enfim, é importante que possamos analisar o vínculo Violência-Estado-Cidadania-Televisão, a partir do programa, para, com isso, oferecermos nossa contribuição à pesquisa em Comunicação. Contribuição tanto de cunho prático, ao propormos o estudo acerca de temas tão presentes e relevantes em nossa sociedade midiatizada contemporânea como cidadania e Estado, analisados no contexto da violência urbana, quanto de cunho teórico, quando propomos à Pesquisa em Recepção – que tem especificamente na América Latina um marco em seu desenvolvimento nos anos 1980, e, a partir de então, uma geração de conhecimento nesse sentido com grande respaldo no campo comunicacional – novas possibilidades de pesquisas, encaminhamentos e resultados, contribuindo com a construção da visão do “receptor²⁶” como um indivíduo produtor de sentidos a partir de sua inserção cultural.

Importa a nós, estudiosos da comunicação, compreender como se dá um combate à violência não mais feito somente através da comunidade, ou então tendo o Estado como eixo centralizador, mas sim uma manifestação capitaneada pelos meios de comunicação de massa, especialmente a televisão. Indo ao encontro dos interesses dessa pesquisa, é importante resgatar Orozco (2003, p. 11), quando esse autor questiona “Cómo se está constituyendo el sujeto individual y colectivo como ciudadano de un país e del mundo, cuando la mayor parte

²⁶ Nomenclatura passível de muitas críticas devido ao seu reducionismo. Não deve haver mais espaço no campo da comunicação para a visão do “receptor” como aquele que apenas “recebe”.

de su constitución está mediatizada por sus múltiples vínculos com médios y tecnologías de información?”

3 – O cenário escolhido

O cenário selecionado para a imersão empírica e análise exploratória, com vistas ao desenvolvimento da pesquisa com os telespectadores do *Linha Direta*, é o da fábrica Tecbril. A Tecbril é uma indústria no ramo de tintas, especializada em tintas para madeiras, localizada em Forquetta (pequeno distrito campestre próximo à Caxias do Sul), Rio Grande do Sul. Iniciou suas atividades em 1990 e, desde então, foi ampliando sua presença no mercado de tintas. Atualmente, sua fábrica conta com 4.000 metros quadrados de área construída, onde trabalham cerca de 80 funcionários. A indústria fabrica produtos que são distribuídos para todo o país e até mesmo exportados para mercados internacionais.

É interessante que retratemos o ambiente da fábrica, a maneira como ele se configura, sua disposição espacial. Inúmeras latas enormes de tintas encontram-se no amplo estoque, ao lado de grandes depósitos onde os materiais químicos são misturados dando origem às tintas. Caminhões constantemente chegam para fazer entregas de matéria-prima e, posteriormente, serem recarregados com produtos para entrega, gerando uma incessante circulação de funcionários, tudo isso acontecendo em uma espécie de grande galpão aberto (devido às constantes entradas e saídas de material, um espaço fechado torna-se limitador). Em espaços fechados encontram-se os laboratórios, onde novos tipos e tonalidades de tintas são cuidadosamente elaborados, texturas são testadas, enfim, os laboratórios funcionam como espaços de testes e experimentos, onde as novas tecnologias são colocadas a serviço da qualidade. Também há outro espaço fechado, onde funciona o escritório administrativo.

O interesse por este tipo de cenário oferecido pela Tecbril se dá pela relevância que os dados obtidos a partir dos sujeitos colaboradores advindos dele podem surtir para a pesquisa. É relevante que investiguemos, que adentremos o mundo do trabalho, o espaço social dos trabalhadores, que interagem entre si e com seus superiores, que ao final de cada mês têm contas a pagar, que ao final de cada dia de trabalho cansativo em uma fábrica de tintas têm relações outras que ocupam suas vidas, como as que traçam com a família, com os amigos, com o bairro, com a política, com a cidade, etc. São indivíduos inseridos em uma determinada cultura – e temos, a partir de Orozco (1991), a importância da mediação cultural como uma espécie de “intermediadora” entre as demais mediações – que é gaúcha mas, ao mesmo tempo é entrecruzada pelas tradições trazidas e mantidas pelos imigrantes e seus descendentes, como

as festas, as comidas, a colheita e preparo do vinho, a língua, dentre outras características dessa hibridação que talvez até venha se esvaecendo na capital do estado, mas que ainda é tão presente na serra gaúcha. Como esse trabalhador de indústria, envolto (a partir de suas relações com a empresa) completamente no mundo capitalista e globalizado (apesar de estar situado geograficamente e culturalmente num pequeno distrito do interior do Rio Grande do Sul) e em suas lógicas de rapidez, lucro, constantes mutações, redução de custos (mesmo que deles não tire vantagem própria) exerce a sua cidadania? Como ele interpreta a atuação do Estado frente ao fenômeno crescente da violência urbana? Como ele pode – se pode, de que maneira –, através da televisão, configurar a sua posição social, econômica e política em nossa sociedade? E como ele interage com o *Linha Direta*, ele mesmo envolvido com essa manifestação anti-impunidade promovida pela TV?

Como esses jovens funcionários – visto que a maior parte da amostra selecionada, como veremos adiante, advém da faixa etária de 18 a 29 anos –, ainda no início de suas carreiras profissionais; cheios de sonhos e expectativas; inseridos num período geralmente marcado por dúvidas e incertezas, já que são recém saídos da adolescência e há pouco iniciados na vida adulta, cheia de responsabilidades e cobranças; com pretensões de formar uma família e de querer um mundo melhor para seus futuros filhos, manifestam-se frente ao problema da violência urbana em nossa contemporaneidade, a partir da intermediação da televisão?

4 – Marco Teórico

A pesquisa será norteadada pelo aporte teórico oferecido pelos pesquisadores latino-americanos, dentre eles destacam-se Martín-Barbero e Orozco Gómez, e outros autores que analisam a recepção a partir das perspectivas apontadas pelos primeiros.

A partir das valiosas contribuições teóricas desses pesquisadores, entendemos a recepção televisiva não como um ato isolado de se estar frente à tela da TV, mas como um **processo**, que se inicia antes do indivíduo ligar a televisão e tem prosseguimento após o momento em que o aparelho é desligado. É importante que tenhamos em mente que o processo de recepção é contínuo, que, utilizando-se da perspectiva de Palo Alto²⁷, que diz estarmos *em comunicação*, é relevante destacarmos, também, que estamos *em recepção*.

²⁷ Escola fundada em 1942, nos Estados Unidos, tendo como precursor Gregory Bateson. Afirma, dentre outras coisas, que todos os comportamentos humanos têm valor de comunicação, pois há interrelação, diferente do funcionalismo, onde a comunicação é entendida a partir de dois pólos: emissor e receptor.

Os autores latino-americanos trazem à tona a importância de se analisar a inserção social e a identidade cultural para investigar os espaços de recepção e de interação entre os receptores. Temos, a partir de então, uma ênfase na cultura, vendo-a como primordial para entender e analisar os processos comunicacionais. Surge como necessário, nessa perspectiva cultural da recepção, resgatar a visão de Grisa (2003, p. 49), quando este autor, seguindo a vertente dos estudos latino-americanos, nos diz que “o texto por si só não é capaz de gerar nenhum sentido. A mensagem não pode causar nenhum efeito se não houver uma interação ‘cultural’ do receptor com essa mensagem”. Devemos ter a cultura como um espaço privilegiado para se evidenciar e se alcançar os processos comunicacionais.

Também a partir dos trabalhos dos autores latino-americanos a importância das mediações começa a tomar conta de uma pesquisa alternativa de recepção, que busca uma metodologia e um processo diferenciados dos da pesquisa tradicional, esta mais focada nos efeitos da exposição dos indivíduos à televisão. A ênfase nas mediações sócio-culturais da audiência nos proporciona um conhecimento amplo e mais aprofundado acerca do contexto em que esses sujeitos receptores estão inseridos. Interessante quando Bianchi (2006, p. 145), nos diz que:

A partir da oferta midiática, o receptor constrói seus próprios percursos, suas próprias processualidades. As leituras que executa sobre aquilo que é ofertado é mediada por múltiplas relações que passa a firmar ao longo de sua trajetória social, familiar, educacional e com a própria mídia. Constrói e reconstrói o que é veiculado no âmbito midiático.

Orozco (1996, p. 83) corrobora a posição de Bianchi quando afirma que “la interacción TV-audiencia emerge como un proceso complejo, multidimensional y multidireccional que abarca varios momentos, escenarios y negociaciones que trascienden la pantalla de la TV”. A família, a escola ou o trabalho, os amigos, os grupos religiosos, as associações de bairro, enfim, uma série de instituições das quais fazemos parte e as quais nos rodeiam funcionam como mediações entre as mensagens televisivas e nós, bem como é importante que destaquemos que a televisão também funciona como mediação entre as instituições e os indivíduos. Martín-Barbero (1997, p. 213) clarifica esse sentido, quando nos diz que “a pesquisa sobre os usos nos obriga, então, a deslocar-nos do espaço dos meios ao lugar em que se produz sentido”. É como base nesse conhecimento científico proporcionado

pelos estudos comunicacionais na América Latina que desenvolvemos teoricamente nossa pesquisa.

5 – Metodologia

O procedimento metodológico da pesquisa se configura como uma confluência de métodos, uma perspectiva multimetodológica (Lopes, 2000), funcionando em um sentido de integração de métodos de orientações diversas, proporcionando um movimento de “compartimentação disciplinar [...] que tem caracterizado a construção histórica das ciências sociais e humanas” (Lopes, op. Cit, p. 120). Seria uma perspectiva na qual cada autor constrói seu próprio processo metodológico, processo esse que atenda às especificidades de seu objeto de pesquisa. Fundamental quando Maldonado (2004) nos diz que:

No existen *métodos "listos"* para una inmediata aplicación, toda problemática exige construcciones y combinaciones metódicas que dependen de la realidad, del proceso o del fenómeno que vamos a investigar; por consiguiente los *métodos* devem ser construidos y articulados de acuerdo com cada pesquisa.

Interessante refletirmos, também, acerca de um desenvolvimento da pesquisa que possa contemplar os elementos histórico-midiáticos da audiência. Ainda resgatando Maldonado (op. Cit), faz-se relevante citá-lo quando ele afirma que:

Esos *destiempos* presentes en un mismo espacio cotidiano son un elemento fundamental para investigar la problemática de la producción de sentido; los *tipos de usos* de los medios de comunicación por los *públicos*; las *memorias* y los *imaginarios*.

Não há, aqui, como não nos remeter, mais uma vez, à Maldonado (op. Cit), quando este autor sustenta que:

Un despliegue metodológico importante para la investigación crítica fue aquel que afirma que los "*objetos*": *poder*, *Estado* e *medios de comunicación* tienen que ser estudiados, no en su caracterización como aparatos invulnerables, omnipotentes y ubíquos, sino como problemáticas en las cuales existen contradicciones, grietas, conflictos, paradojas y rupturas que permiten luchar por la hegemonía.

Essa afirmação vai diretamente ao encontro de nossa problemática de pesquisa, quando nos propomos exatamente a pensar o Estado e os meios de comunicação em interpenetração, gerando conflitos, em uma disputa comumente tensa pelo poder. Nada mais ilustrativo do que refletir sobre a televisão adentrando o “terreno” da Justiça e do Estado – ao mesmo tempo desqualificando-os e vivenciando com eles uma situação de troca de favores e interesses que perdura por décadas – no combate contra a violência e a criminalidade, tomando para si o ato heróico de “caça aos bandidos”.

Lopes (op. Cit, p. 120), nos diz que “o principal desafio que atravessa hoje os estudos latino-americanos de recepção está na tradução metodológica da teoria das mediações em projetos de investigação empírica”. São processos metodológicos que procuram dar conta de compreender a recepção não como um momento isolado, como uma “via de mão única”, mas como uma “malha de interações recíprocas” (Lopes, op. Cit, p. 127). Enfatiza-se, ainda, a necessidade de buscar nessa estratégia multimetodológica uma articulação de conhecimento e pensamento que seja transdisciplinar, e não de forma reducionista.

Procuramos, aqui, traçar uma estratégia metodológica – nesta primeira exploração empírica, neste contato inicial com o campo – que nos apresente dados, que nos suscite idéias e reflexões, que nos aponte caminhos e trajetórias a seguir, enfim, uma estratégia que permita que adentremos mais profundamente o contato com a audiência do *Linha Direta* – nas próximas etapas da pesquisa – tendo um conhecimento mais complexo e panorâmico desse público, e sabendo exatamente sob quais perspectivas, sob quais bases e a partir de quais questionamentos e problemáticas desenvolver-se-á nossa abordagem.

Pretendemos articular um processo de metodologia que dê conta tanto de aspectos quantitativos como de qualitativos. Quantitativos no sentido de uma sistematização dos dados colhidos com a pesquisa e qualitativos na perspectiva de análise desses dados, análise esta articulada com o contexto social, político e econômico dos sujeitos pesquisados²⁸.

Para a fase exploratória, analisada nesse artigo, foi escolhido o questionário como técnica de investigação. Para as fases posteriores da pesquisa prevemos a utilização de entrevistas individuais aprofundadas e de debates em grupo, procurando-se conhecer mais íntima e estreitamente o contexto social, cultural e econômico dos sujeitos pesquisados, suas histórias midiáticas e suas apropriações dos meios de comunicação, especialmente a televisão. Enfim, procuraremos detectar o meio em que esses receptores formaram-se, o “mundo” do

²⁸ É importante deixar claro que *sujeito* entendido aqui diz respeito aos indivíduos que assistem ao programa *Linha Direta*. Sujeitos são as pessoas que colaboraram com o desenvolvimento da investigação, tendo, para tal finalidade, que atender a dois pré-requisitos básicos: assistir ao programa e estar disposto a participar da pesquisa.

qual eles fazem parte e o que pretendem construir em sua vivência e em sua relação com a mídia no exercício de sua cidadania.

5.1 – Procedimentos e técnicas de investigação

O processo de pesquisa foi iniciado com uma carta-convite distribuída (por meio de uma pessoa de dentro da fábrica encarregada especificamente para isso) aos funcionários da Tecbril, chamando-os a participar da pesquisa, explicitando seu conteúdo e seus objetivos. Os funcionários tiveram alguns dias para retornar com a carta-convite preenchida, caso tivessem interesse em colaborar com a pesquisa. Dez funcionários retornaram a carta-convite demonstrando desejo em participar como sujeito-colaborador.

Alguns dias depois, já com a presença do pesquisador na Tecbril, os funcionários previamente selecionados (através do interesse demonstrado com a devolução da carta-convite) foram reunidos em dois grupos, de cinco pessoas cada, em uma sala para a aplicação do questionário.

PRIMEIRO GRUPO DE COLABORADORES²⁹

No meio da manhã o primeiro grupo (no qual a totalidade era de jovens) foi levado à sala de reunião da Tecbril e eu me apresentei. Expliquei a temática e a importância da pesquisa para a produção de conhecimento e com a intenção de servir à sociedade. Distribuí os questionários. Todos responderam atentamente e se mostraram bem interessados, demorando cerca de vinte minutos para fazer a atividade. Faziam comentários uns com os outros durante a resposta da pesquisa e alguns tiraram dúvidas em relação a determinadas questões, dúvidas essas prontamente sanadas por mim. Ao entregarem a pesquisa, antes de sair da sala, algumas pessoas fizeram comentários sobre a temática e perguntaram mais detalhes sobre a pesquisa, inclusive quando ela poderia ser lida por eles.

SEGUNDO GRUPO DE COLABORADORES

Pouco tempo depois o segundo grupo (no qual havia, também, além dos jovens, indivíduos já na faixa dos trinta anos de idade) estava organizado na sala de reuniões. Procedi da mesma maneira com a qual fiz no primeiro grupo, apresentando-me, falando da temática –

²⁹ Na descrição dos dois grupos de colaboradores, por se tratar de uma experiência pessoal do pesquisador, será feito uso da primeira pessoa no texto.

violência urbana em nossa sociedade, associada à maneira que os meios de comunicação da atualidade a tratam e como podem, e se podem de fato, ajudar o indivíduo a exercer a sua cidadania no combate ao fenômeno – e da importância dessa pesquisa para a ciência e para a sociedade. O segundo grupo parecia mais sério, mas igualmente compenetrado, prestando muita atenção em cada uma das minhas palavras. Responderam ao questionário em silêncio. Talvez tenham até demorado mais do que o primeiro grupo na respostas às perguntas. Entregaram os questionários e saíram em silêncio.

Ao final da manhã os dois grupos já tinham encerrado sua primeira participação no meu trabalho, gerando um resultado muito interessante, especialmente pela impressão clara de que estavam atuando como colaboradores por vontade própria, e não para fazer um favor ao dirigente da pesquisa. Esse fato deve ser ressaltado e carrega consigo grande satisfação pessoal para o pesquisador.

5.2 – O questionário

O questionário, mesmo sabendo de suas limitações – principalmente seu caráter muito fechado – é utilizado na pesquisa, especialmente na investigação exploratória dos universos e dos sujeitos a serem selecionados para a continuidade da pesquisa e posterior aprofundamento. É justamente seu caráter de objetividade e de fácil tratamento dos dados, obtidos a partir dele, que torna o questionário um instrumento perfeitamente adaptado a essa função inicial de “conhecimento de campo”, de abordagem inicial.

O questionário proposto para a análise exploratória consta de 16 perguntas, sendo 3 delas dissertativas e 13 com o caráter de múltipla escolha. Consta, também, com perguntas acerca dos dados pessoais de cada um dos colaboradores, procurando aprofundar o conhecimento acerca da faixa etária, do grau de escolaridade, da etnia, dos locais de origem, dentre outras informações sobre a amostra selecionada.

O objetivo do questionário – construído procurando conter determinadas características, tais como uma linguagem objetiva, simples e clara e a não-ultrapassagem de uma folha com frente e verso, para que a extensão das perguntas não causasse uma sensação de desânimo nos respondentes – é o de detectar, ainda que preliminarmente, alguns indícios acerca do consumo de televisão, tais como frequência de assistência e tipo de programação que mais surte interesse. O questionário procura também iniciar a aproximação com a temática da cidadania e do Estado. Em seguida, entra direto no contexto específico do programa *Linha Direta*, abordando a frequência de assistência à atração; seu vínculo com uma

prestação de serviço de utilidade pública; sua forma de tratar a questão da violência urbana; o ato da denúncia; a interpenetração do programa no campo da Justiça; e sua relação com outros programas do mesmo gênero. Finaliza com duas perguntas abertas, inquirindo uma espécie de “auto-retrato” do colaborador acerca de seus sonhos, desejos e perspectivas para um mundo ideal.

Após a aplicação do questionário foi iniciado o trabalho com os dados obtidos. Os dados foram tabulados, sistematizados e organizados em gráficos, para uma melhor visualização e compreensão acerca deles, e para facilitar o processo de análise.

É importante salientar que um colaborador foi desconsiderado do processo da pesquisa, por ter respondido que não assistia ao *Linha Direta*. O que o levou a querer participar como colaborador de uma pesquisa acerca de um programa do qual ele não é telespectador não ficou claro, mas o certo é que o questionário do indivíduo foi imediatamente afastado, para não abalar a credibilidade da pesquisa e da análise exploratória.

6 – A análise

Iniciaremos a abordagem por alguns aspectos que mais se destacaram referentes à amostra dos colaboradores. A faixa etária é predominantemente composta por jovens, e isso gerou um quadro muito interessante para a pesquisa, pois são jovens que estão na eminência de passar para a fase adulta (alguns são recentes integradores dessa fase), construindo, com isso, uma situação especial a partir das tensões em relação ao futuro, tensões essas que se formam comumente nesse período da vida. Ou seja, a “mediação de referência” (Orozco, 1991) se faz presente aqui, sendo a juventude um momento peculiar de questionamentos na vida dos indivíduos, momento esse que gera percepções e posicionamentos diferenciados. Também foi nítido o maior interesse pela pesquisa obtido com o primeiro grupo, no qual a totalidade dos colaboradores era jovem. Era visível sua disposição atenta e curiosa.

Outro ponto que gerou surpresa foi o nível de escolaridade dos participantes. Praticamente a metade está cursando ou já tem concluído o ensino superior, e apenas 22,5% só tem apenas o ensino médio. É interessante refletir sobre esses dados, pensar que o pré-conceito que temos de operários de fábrica nos levam quase sempre a imaginar pessoas com pouca formação escolar, e, por isso mesmo, incapazes de fazer algo além de um trabalho mecânico e repetitivo, homogeneizado pelos processos produtivos fabris. Essa posição destacada da escolaridade pode ser corroborada no decorrer da pesquisa, quando a educação é mencionada tanto como “sonho e desejo de vida”, quanto como um artefato indispensável ao

“mundo ideal”, evidenciando, assim, a importância da escola, da universidade como “mediação institucional” (Orozco, 2003), que exerce sua influência na maneira desses jovens encararem suas vivências.

Em relação aos dados dos colaboradores, outro ponto interessante diz respeito ao fato de 22,5% se definirem etnicamente como “alemães”. Por mais que 100% dos colaboradores sejam brasileiros de nascença, e que suas raízes européias venham de algumas gerações anteriores – às vezes com os bisavós – é importante ressaltar o sentimento de pertencimento – apesar da intensa miscigenação e dos processos globalizadores, que parecem transformar os processos de identidade – que ainda se faz às origens alemãs no Rio Grande do Sul, por mais que o número não tenha sido expressivo.

Acerca da televisão, atestou-se a penetrabilidade desse meio de comunicação de massa. Todos os colaboradores afirmam assistir televisão (até mesmo porque ser telespectador do programa *Linha Direta* era um pré-requisito para a condição de colaborador), sendo que 89% deles dizem assistir TV de 3 a 7 dias por semana. Acerca desse dado, é importante considerar que a televisão firmou-se como um dos maiores meios de comunicação da atualidade. Basta que se diga que suas redes cobrem hoje em dia a quase totalidade da extensão do país. Precisamente 87% dos lares brasileiros têm televisão, segundo dados do censo 2000. Para confirmar isso, basta perceber a paisagem de cidades pobres do interior e seus casebres, especialmente no nordeste do país, onde faltam portas ou janelas, e até comida na panela, mas não falta a antena parabólica, a “ponte”, a ligação daquela família com o mundo exterior. Como se costuma dizer no senso comum, a televisão funciona como a “janela do mundo”.

Ainda sobre a mídia televisiva, é fundamental, como alicerce, para o desenvolvimento da pesquisa, ter em mente que para quase 80% dos colaboradores a televisão pode funcionar como um veículo de exercício da cidadania, ou seja, um canal, uma ponte entre a sociedade e as instituições, e para 89% dos sujeitos pesquisados o *Linha Direta* se apresenta como um programa de utilidade pública, visto que ajuda a prender os fugitivos da justiça. Segundo Maria Cristina Mata (2000), percebemos, com o crescente processo de midiaticização na sociedade, a substituição das instituições oficiais – partidos, órgãos governamentais, instâncias judiciais – como o lugar para a representação cidadã, pelos meios massivos de comunicação. É bastante significativo, para a discussão acerca desta temática, que atentemos ao fato de que para muitas pessoas, atualmente, torna-se mais simples e, principalmente, mais

rápido recorrer ao sistema midiático³⁰ – televisão, rádio, jornais, internet – na busca de resoluções para uma série de questões do que, por exemplo, procurar ajuda em órgãos oficiais, tais como Procom, Decom, etc. (no caso de soluções para problemas relacionados ao consumo de bens e serviços). É nesse cenário, então, que os indivíduos recorrem ao *Linha Direta* em busca de solução para crimes mal ou sequer resolvidos pela justiça. Ainda segundo Mata (2006)³¹, “os meios proclamam-se como o espaço para exercer o direito a cidadania. O espaço que supre a carência de cidadania”. Corroborando com Mata, torna-se fundamental citar Bucci (2004, p. 33) quando ele nos diz que “o que não é visível não existe. O que não tem visibilidade não adquire cidadania”. E completa afirmando que:

a esfera pública da sociedade de consumo, a sociedade em que vivemos, tem a sua esfera pública privatizada, na qual atributos da cidadania se convertem em bens de consumo e na qual a lógica do espetáculo absorve e comanda a organização e a disposição dos conteúdos (Bucci, 2004, p. 41).

Como que corroborando a visão da TV como “janela para o mundo”, é interessante pensar que para a maioria dos telespectadores pesquisados (57%) a televisão pode atuar como um meio de exercício da cidadania através da informação, quando eles dizem que ela age “mostrando aspectos onde o país inteiro fique relacionado com o que está acontecendo” (Colaborador 1, 30 anos). Também é relevante ressaltar o posicionamento, por parte dos colaboradores, do exercício dos direitos do cidadão a partir da informação trazida pela TV, quando se diz que ela atua “levando a informação para quem assiste, informando seus direitos e permitindo que sejam expostos casos onde os direitos não foram respeitados e exigir respostas das autoridades competentes” (Colaborador 2, 22 anos). Mesmo indo na contramão das respostas da maioria dos colaboradores, não há, aqui, como deixar de citar o posicionamento do Colaborador 3, 21 anos, que acha que a TV não pode ajudar o indivíduo a praticar sua cidadania porque:

³⁰ Para confirmar isto basta percebermos na internet e em várias revistas e jornais de circulação nacional – especialmente em seções do tipo “Seus Direitos” ou “Ajuda” – a quantidade de casos de insatisfação e cobrança de resoluções, por parte dos leitores, em relação a bens e serviços que são agilizados e/ou resolvidos a partir da intervenção do veículo midiático. No rádio, práticas como essas são até mais antigas. Já a televisão, devido a custos e operacionalidades, não tem a mesma tradição, como o rádio, em atuações comunitárias.

³¹ Conferência de Maria Cristina Mata em aula inaugural do ano letivo no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS. 29 de março de 2006.

a televisão é muito parcial e muitas vezes trás para a população em geral apenas conteúdo relacionado a cultura inútil. Mesmo através de telejornais o conhecimento é limitado e não desperta no povo a vontade de mudar certas coisas, demonstrada pela falta de reações efetivas.

Ainda acerca da possibilidade do exercício da cidadania a partir do conteúdo do que é emitido pela televisão e de sua intermediação, faz-se imprescindível ter em mente que para a soma considerável de 89% dos colaboradores é positiva a intromissão do *Linha Direta* nos campos da Justiça e da Polícia, fazendo o papel que caberia inicialmente a eles. A maior parte dos pesquisados também diz que mandaria a história de algum parente para ser exibido no programa e a totalidade dos participantes da pesquisa afirma que denunciaria caso reconhecesse algum foragido e soubesse de seu paradeiro. Vemos aí uma nítida “cumplicidade” ente a Rede Globo, promotora da justiça e da cidadania, e a sociedade civil. “Cumplicidade” essa que parece descartar a atuação das instituições Polícia e Justiça e enfatiza a sobreposição que a mídia faz em relação a esses outros campos sociais, algumas vezes no sentido de diminuí-los, desqualificá-los. Faz-se interessante resgatar Rodrigues (2000, p. 205):

Como exemplos [...] destacam-se as questões [...] suscitadas pelas relações do campo dos media com o campo jurídico a propósito da revelação de elementos de processos não transitados em julgado, da divulgação dos nomes de réus antes de sua condenação pelos tribunais, da revelação das fontes.

Acerca da assistência ao *Linha Direta*, é importante nos determos ao dado que mostra que mais da metade dos colaboradores não é telespectador assíduo do programa, afirmando que o assiste “de vez em quando”. É interessante, a partir de então, refletir sobre este dado, o de que o programa pode não configurar uma audiência cativa, daquele tipo que o acompanha assiduamente. Seja pelo horário (em torno de 22:45, 23:00, o que faz com que as pessoas que têm de acordar cedo no dia seguinte não possam se estender por muito tempo na assistência televisiva) ou pelo próprio teor da programação. Também cabe nos perguntar até que ponto o fato do programa não ser baseado em uma continuidade, como nas novelas e seriados, fortalece esse tipo de assistência fragmentada. Ao contrário da novela, que deixa o famoso

“gancho”³² para o capítulo seguinte, o *Linha Direta* não se utiliza desse artifício, sendo uma ou outra prisão de foragido que, “por falta de tempo”, não pode ser exibida no mesmo episódio o máximo que ele pode oferecer como prévia da semana seguinte. Até programas consagrados com o formato de uma história com começo, meio e fim no mesmo episódio começaram a se aproveitar dos “ganchos” para as semanas seguintes, como, por exemplo, *A grande família*. Trata-se de uma artimanha interessante para prender a atenção do público, artimanha que o *Linha Direta* – por mais que se configure com vários aspectos de teledramaturgia – não se utiliza, pelo menos por enquanto.

Fundamental na tentativa de compreensão das lógicas do *Linha Direta* e da apropriação das mensagens por parte dos seus telespectadores é a “mediação videotecnológica” (Orozco, 1991), que concerne também, à utilização, ou não, dos “ganchos” na programação televisiva como forma de prender a atenção do telespectador, como visto acima. Orozco (1996, p. 89) afirma que “la TV produce su propia mediación y utiliza recursos para imponerla sobre su audiencia”, ou seja, a TV, ao mesmo tempo em que é um meio, funciona, também, como uma mediação. Um mecanismo muito importante nesse sentido é o de gênero televisivo, o que pode se configurar mais relevante ainda no caso do programa em questão, visto que se trata ele de um gênero híbrido, uma atração entre o jornalismo e a dramaturgia, entre a notícia e a novela, ou seja, uma atração que possui um discurso, uma forma de interpelar o espectador muito peculiar, operando entre a realidade e a ficção. A maneira como o *Linha Direta* “trata” a notícia, procurando fazer o telespectador de testemunho presencial, o modo como ele constrói as simulações dos crimes, a ficcionalização do real e a verossimilhança em detrimento da verdade apresentada nas reconstituições do programa, tudo isso atua como mediação na recepção televisiva, interpenetrando fortemente os indivíduos. Segundo Mendonça (2002, p. 67):

O programa [*Linha Direta*] não se limita a noticiar a existência de um criminoso foragido. É preciso reconstruir o crime com o máximo de carga emotiva para que o telespectador, ao se identificar com a família da vítima, execute a denúncia (Mendonça, 2002, p. 67).

Não há como fugir dessa relação entre o público e os “efeitos de real” proporcionados pela mídia ao refletir sobre os quase 60% dos colaboradores que afirmam ser a violência

³² Clímax do capítulo ou episódio, que se arrasta até o fim da exibição e, justamente na hora em que iria se desenvolver, é cortado pelo final do programa, ficando, então, a continuação para o dia (ou exibição) seguinte.

mostrada no programa – e a maneira como ele a exhibe – a pura verdade. Existe aí uma clara ênfase na “mediação cultural” (Orozco, 1991), visto que esses jovens nasceram e cresceram em uma sociedade onde a cultura da violência se fez e se faz constantemente presente, vinculando-se intrinsecamente às identidades urbanas em nossa contemporaneidade. O “ser urbano” da atualidade, como já dissertado no início deste trabalho, está em conformidade, está inserido nessa cultura da violência, vivenciando-a, e tendo-a como mediação para suas apropriações midiáticas.

Finalizando a análise dos dados obtidos com a pesquisa exploratória de campo, procurando, com isso, uma abordagem acerca da produção de sentidos feita pelos telespectadores do *Linha Direta*, a partir das mensagens emitidas em conjunto com o programa, faz-se importante o destaque às “mediações institucionais” (Orozco, 1996), a partir da importância dada pelos colaboradores às instâncias “família” – quando buscam equilíbrio e satisfação familiar como sonhos e desejos de vida – e “trabalho” – quando se definem como pessoas batalhadoras e trabalhadoras e têm, também, a realização profissional como um projeto de vida, enfatizando, talvez, um sentido de continuidade à importância que dão agora à educação, ou seja, vendo a realização profissional como consequência dos investimentos em educação. Ilustrando essa reflexão, temos os seguintes depoimentos: “sou uma pessoa batalhadora” (Colaborador 3); “[desejo de] boa formação acadêmica, boa formação profissional, constituição de uma família” (Colaborador 4, 18 anos); “sou uma cidadã comum, que trabalha para conseguir o que precisa e estuda em busca de um futuro melhor. Desejo me realizar profissionalmente e pessoalmente” (Colaborador 5, 20 anos).

Por fim, vale a pena salientar que mais da metade dos sujeitos pesquisados apontam um mundo sem violência como característica primordial de um mundo ideal, tais como o Colaborador 4 que imagina um mundo “sem nenhum tipo de violência, seja física ou moral”, ou o Colaborador 6, 33 anos, que gostaria de um mundo “sem violência, principalmente com criança”. Esses anseios por paz e tranquilidade, por parte da população, vai diretamente ao encontro da importância fundamental da temática da violência urbana em nossa sociedade contemporânea, e do dever que temos de divulgá-la e de gerar conhecimento acerca dela.

7 – Reflexões sobre a ida ao campo e considerações finais

O contato com o campo talvez seja um dos momentos em que nos sentimos mais próximos de nossa pesquisa, no qual a sentimos mais concreta, mais “viva”, por mais que seus delineamentos ainda estejam sendo construídos. O contato com os colaboradores, o instante

em que eles deixam de ser números e perspectivas e passam a existir e a se mostrar como sujeitos é de grande valia para o pesquisador.

É relevante, mais uma vez, ratificar que esta imersão empírica é apenas o primeiro passo na abordagem ao campo, o primeiro contato, constituindo-se basicamente como uma pré-observação. A estratégia metodológica ainda está em fase de construção, ainda está sendo configurada, e os resultados preliminares obtidos com essa imersão primeira são de grande valia para esse desenho multidisciplinar que está sendo feito.

A ida ao campo foi muito vantajosa para conhecer melhor o cenário da fábrica, seus movimentos, suas rotinas, seu espaço social e físico, enfim, para adentrar, pela primeira vez mais complexamente, no ambiente que já está sendo palco de uma investigação que dura meses.

A abordagem foi muito proveitosa porque o retorno da imersão empírica foi favorável e muito satisfatório, tendo os nove colaboradores contribuído para o desenvolvimento da pesquisa, especialmente no que tange ao desenho do método e à articulação teórico-metodológica que serão postos em prática nas fases de aprofundamento, tais como as entrevistas etnotelevisivas em profundidade e os debates em grupo.

É claro que sempre fica a sensação de que poderíamos ter ido um pouco mais além nesse contato inicial, poderíamos ter adentrado com maior profundidade os espaços dos telespectadores do programa, enraizando-nos mais em suas vivências. Certas questões poderiam ter sido mais exploradas, gerando encaminhamentos mais demarcados, no entanto, ainda permanecem abertas, esperando uma “costura”, uma “amarração” dentro de um panorama maior. Apesar disso, cremos que o saldo final foi positivo, pois como se trata de uma primeira abordagem ao campo seria complicado contemplar todas as questões suscitadoras de interesses na pesquisa de uma só vez. É para isso que nosso desenho metodológico se constitui em mais de uma fase, para que esses elementos que padecem de um maior aprofundamento nos momentos iniciais possam ser melhor problematizados nas etapas seguintes, e que, ao final da investigação, as questões norteadoras da pesquisa apareçam consistentemente refletidas e trabalhadas, apresentando respostas concretas (mesmo que provisórias) e bem articuladas.

A análise exploratória trouxe-nos embasamentos para que possamos refletir sobre o que tem sido feito e como se dará o prosseguimento da pesquisa. Questões interessantes que os resultados preliminares trouxeram, como a importância da educação para os colaboradores; a visão da TV como fonte de informação para esses sujeitos e a possibilidade de tê-la como aliada na construção de sua cidadania; a diminuição da violência como item primordial para

um mundo ideal; e, principalmente, a quebra de certos preconceitos arraigados em nossas mentes, como a visão pejorativa de trabalhadores fabris como seres de pouca escolarização, suscitam reflexões pertinentes sobre esses colaboradores, esses telespectadores e suas relações com o *Linha Direta*. Esses dados são fundamentais para que possamos fixar em nossas mentes (e ter como base em nossa investigação) que lidamos com pessoas que produzem sentidos, sujeitos sociais inscritos no mundo, inseridos em um contexto e em uma cultura próprios, ultrapassando, assim, a visão do telespectador como ser passivo, homogêneo e facilmente manipulável pelos meios de comunicação de massa.

Diante de todo esse quadro trazido à tona através do primeiro contato com o público espectador do *Linha Direta* fica evidente a importância de estudos que dêem conta de analisar e de refletir acerca de um tema tão em voga em nossa contemporaneidade, como a cidadania. Quando essa temática passa a ser pensada em articulação com a questão da violência urbana (como pode se processar um combate “cidadão” à violência) e tendo como cenário maior a televisão e seus vínculos com o Estado, com as lógicas do capitalismo e com as dinâmicas da sociedade em seu atual estágio de midiaticização a questão passa a ser de suma importância no âmbito dos estudos e pesquisas no campo da comunicação.

Referências bibliográficas

- ANGRIMANI, Danilo. *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo: Summus, 1995.
- BIANCHI, Graziela. Considerações sobre a processualidade metodológica e a relação pesquisador-pesquisado. In: MALDONADO, Efendy (org.). *Metodologias da pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos*. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 134-155.
- BORELLI, Sílvia; PRIOLLI, Gabriel (Orgs.). *A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência*. São Paulo: Summus, 2000.
- BRITTOS, Valério Cruz. *Os 50 anos da TV brasileira e a fase da multiplicidade da oferta*. Observatório-revista do Obercom, Lisboa, n. 1, p. 47-59, maio, 2000.
- _____. (Org.). *Comunicação na fase da multiplicidade da oferta*. Porto Alegre: Nova Prova, 2006.
- BUCCI, Eugênio. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. de. *Comunicação e televisão: desafios da pós-globalização*. São Paulo: Hacker, 2004.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

- GRISA, Jairo. *Histórias de ouvinte: a audiência popular no rádio*. Itajaí: Ed. Univali, 2003.
- LOPES, Maria Immacolata. *Uma metodologia para a pesquisa das mediações*. Coletânea mídias e recepção, São Leopoldo, maio de 2000.
- MALDONADO, Efendy. *Trayectorias metodológicas suscitadoras*. Ciberlegenda, n. 14, 2004. Disponível em:
<http://www.uff.br/mestcii/efendy5.htm>. Acesso em: 21 nov. 2006.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- MATA, Maria Cristina. De la presencia a la exclusión. La obliteración del conflicto y el poder em la escena mediática. *Revista Diálogos de la Comunicación*. Lima, n. 59-60, p.166-173, out. 2000.
- MENDONÇA, Kleber. *A punição pela audiência: um estudo do Linha Direta*. Rio de Janeiro: Quartet, 2002.
- OROZCO GOMÉZ, Guillermo. Los estudios de recepción: de um modo de investigar, a uma moda, y de ahí a muchos modos. *InTexto*. Porto Alegre: UFRGS. N. 9 2003/02. www.intexto.ufrgs.br/n9/a-n9a6.html.
- _____. Televidencia y mediaciones. La construcción de estratégias por la audiência. In: OROZCO GOMÉZ, Guillermo. *Televisión y audiéncias: um enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones de la Torre, 1996. p. 79-94.
- _____. *Recepción televisiva: três aproximaciones y una razón para su estudio*. México: Universidad Iberoamericana, 1991. (Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales n. 2).
- RODRIGUES, Adriano. A gênese do campo dos media. In: SANTANA, R. N. Monteiro (org.). *Reflexões sobre o mundo contemporâneo*. Rio de Janeiro: Revan, 2000. p. 201-210.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.
- _____. *A comunicação do grotesco*. Petrópolis: Vozes, 1972