

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
HABILITAÇÃO JORNALISMO

LAUREN SANTOS STEFFEN

**A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS DO PROGRAMA FANTÁSTICO NA
ENTREVISTA DE PATRÍCIA POETA COM DILMA ROUSSEFF:**
intimidade, feminilidade, temperamento e negociação

Porto Alegre

2013

LAUREN SANTOS STEFFEN

**A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS DO PROGRAMA FANTÁSTICO NA
ENTREVISTA DE PATRÍCIA POETA COM DILMA ROUSSEFF:**
intimidade, feminilidade, temperamento e negociação

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Sean Hagen

Porto Alegre

2013



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

AUTORIZAÇÃO

Autorizo o encaminhamento para avaliação e defesa pública do TCC (Trabalho de Conclusão de Curso) intitulado A construção de sentidos do programa Fantástico na entrevista de Patrícia Poeta com Dilma Rousseff: intimidade, feminilidade, temperamento e negociação, de autoria de Lauren Santos Steffen, estudante do curso de Comunicação Social - habilitação Jornalismo, desenvolvida sob minha orientação.

Porto Alegre, 25 de novembro de 2013.

Assinatura:

Nome completo do **orientador**: Sean Aquere Hagen

LAUREN SANTOS STEFFEN

**A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS DO PROGRAMA FANTÁSTICO NA
ENTREVISTA DE PATRÍCIA POETA COM DILMA ROUSSEFF:**
intimidade, feminilidade, temperamento e negociação

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Sean Hagen

Conceito Final:

Aprovado em: dezembro de 2013

BANCA EXAMINADORA:

Profª Msª Débora Lapa Gadret (UNISINOS)

Profª Drª Marcia Benetti Machado (UFRGS)

Orientador – Prof. Dr. Sean Hagen (UFRGS)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter colocado pessoas muito especiais na minha vida, cujo carinho e apoio foram fundamentais para a realização deste trabalho.

Agradeço à minha família pelo amor incondicional e pelo suporte constante em tudo que faço. Vocês são os meus grandes exemplos de vida.

Agradeço aos meus amigos, de perto e de longe, que sempre me mostram que a vida vale a pena quando se tem com quem contar.

Agradeço ao meu orientador, Sean Hagen, pelo carinho, atenção e generosidade na condução desta pesquisa.

Por fim, agradeço a todos os professores e funcionários da Fabico, que fizeram a diferença na minha formação acadêmica e contribuíram para o meu crescimento pessoal.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo a análise dos sentidos construídos pelo discurso do programa Fantástico através da entrevista da jornalista Patrícia Poeta com a presidente Dilma Rousseff. A entrevista foi exibida no dia 11 de setembro de 2011, nove meses depois da posse de Dilma no cargo, em plena crise da troca de ministros. Dividida em duas partes, foi realizada primeiramente no Palácio da Alvorada, a residência presidencial, e posteriormente se passou no Palácio do Planalto, local de trabalho da presidente. Esta pesquisa busca analisar as tentativas de enquadramento da imagem da presidente no discurso do Fantástico, o qual se baseou no que seria de interesse do público, e não de interesse público; entender as relações de poder evidenciadas entre as interlocutoras ao longo da entrevista e compreender a abordagem feita pelo Fantástico de assuntos que supostamente considerava de interesse público. Para analisar o discurso do programa, esta pesquisa se apoiou na teoria construcionista, que percebe a notícia como uma interpretação da realidade, da qual o jornalista participa ativamente. Através da utilização da metodologia de análise de discurso de linha francesa, este trabalho identificou quatro formações discursivas no diálogo estabelecido entre as interlocutoras: intimidade, feminilidade, temperamento e negociação.

Palavras-chave: Telejornalismo. Interesse público. Dilma Rousseff. Discurso. Fantástico.

ABSTRACT

This paper aims to analyse the sense constructed in the discourse of the program Fantástico through the interview of the journalist Patrícia Poeta with the president Dilma Rousseff, in the middle of the crisis of exchanging ministers. Divided into two parts, it happened first in the Alvorada Palace, the presidential residence, and after in the Planalto Palace, the workplace of the president. This research intends to analyse the framing attempts of the president's image in the discourse of Fantástico, which was based on what would be the interest of the public, not on the public interest; understand the power relations evidenced by the interlocutors during the interview and comprehend the program's approach of matters supposedly considered as of public interest. In order to analyse the discourse of the program, this research was based on the Constructivism Paradigm that understands news as an interpretation of reality, in which the journalist actively takes part. By using the methodology of French Discourse Analysis, this paper identified four discursive categories in the dialogue of the interlocutors: intimacy, femininity, temperament and negotiation.

Keywords: Telejournalism. Public interest. Dilma Rousseff. Discourse. Fantástico.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 JORNALISMO	11
2.1 Teoria Construcionista	14
2.2 Jornalismo, credibilidade e objetividade	16
2.3 Interesse público	18
2.4 Direito à informação	21
3 TELEVISÃO	25
3.1 Entrevista	29
3.2 Espetáculo	32
3.3 Fantástico	35
3.4 Patrícia Poeta	38
4 ANÁLISE	399
4.1 Análise de discurso	399
4.2 Corpus	42
4.3 Formação de sentidos	444
4.3.1 Intimidade	444
4.3.2 Feminilidade	477
4.3.3 Temperamento	51
4.3.4 Negociação	544
5 CONCLUSÃO	61
REFERÊNCIAS	655
ANEXO	689

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo atua como um dos principais mediadores dos temas socialmente relevantes na atualidade. O campo possui o compromisso ético de levar informações de interesse público a toda a população, estimulando o debate crítico de ideias e fortalecendo a democracia. O jornalismo seleciona, dentre os inúmeros fatos cotidianos, aqueles que ganharão visibilidade pública e constrói discursivamente tais acontecimentos segundo os princípios norteadores do campo, como credibilidade e objetividade. Como uma atividade de cunho social, o jornalismo tem uma relação intrínseca com o direito à informação, devendo levar à audiência relatos sobre os diversos aspectos da realidade.

O telejornalismo configura-se, contemporaneamente, como o principal meio de informação da população. A televisão permite a unificação imaginária de milhares de cidadãos em torno do mesmo conteúdo jornalístico, participando ativamente na construção identitária e na formação da subjetividade dos telespectadores. O meio contém características específicas, que possibilitam a construção da notícia conjugando imagens e sons. No meio televisivo, as notícias precisam não só informar a audiência, mas também entretê-la. A notícia, na televisão, apresenta uma organização mais dinâmica, influenciada pela edição ágil e pela sobreposição de imagens e trilhas.

O programa Fantástico da Rede Globo ocupa um lugar de destaque aos domingos na grade televisiva brasileira. Classificado como uma “revista eletrônica”, a proposta do programa é unir matérias de cunho jornalístico com quadros de entretenimento, abordando uma multiplicidade de temas a cada edição. Dessa forma, assuntos de interesse público podem ser tratados da mesma forma que quadros de humor e fofocas. Esse tratamento homogeneizante, favorecido pela falta de hierarquização das informações, deixa o programa sem ordem aparente.

Considero fundamental a discussão ética da atividade jornalística atualmente, visto que, em diversos programas de informação, é possível evidenciar o domínio da lógica do espetáculo em detrimento da função informativa. Tais programas, usando como justificativa as curiosidades que o público supostamente gostaria de saber, limitam-se a apresentar futilidades sobre a vida de celebridades de forma excessiva e vulgar. Dissolvendo as fronteiras entre o público e o privado, esses programas de informação oferecem imagens carregadas de emoção, dificultando, muitas vezes, o pensamento crítico e inviabilizando a

circulação de temas que fomentem a cidadania. A confusão entre o que é considerado interesse do público e o que é de fato informação de interesse público, relevante para a vida do cidadão, leva a um possível prejuízo do direito à informação, tolhendo a população de um de seus direitos mais básicos.

Embora o entretenimento participe da construção da notícia na televisão, é fundamental ressaltar que o objetivo primordial do jornalismo é alimentar a população com as informações necessárias ao desenvolvimento da cidadania e à construção democrática. Quando o entretenimento passa a ocupar o lugar principal em tais programas, os fatos do mundo e do país acabam relegados a segundo plano.

A entrevista entre Patrícia Poeta e Dilma Rousseff, veiculada no programa Fantástico no dia 11 de setembro de 2011, possibilita vislumbrar como o Fantástico, através do discurso da jornalista, trabalha questões que considera de interesse do público, uma vez que teve a oportunidade de, diante da presidente do Brasil, questionar os rumos da política nacional e contribuir para a formação crítica dos telespectadores. Poeta tinha a responsabilidade de colocar em pauta assuntos que tivessem impacto na vida dos cidadãos e buscar quais as respostas do governo para os inúmeros problemas sociais enfrentados pela população. A jornalista representava milhões de brasileiros que tinham interesse em saber as propostas de Dilma sobre as mais diversas áreas, como saúde, educação e saneamento básico. O delicado momento político pedia informação relevante - fechando o 9º mês de governo e com uma reforma ministerial em andamento -, e não fofocas e brincadeiras.

O objetivo geral desta pesquisa é analisar os sentidos construídos pelo discurso do Fantástico, através da entrevista da jornalista Patrícia Poeta com a presidente Dilma Rousseff. A entrevista foi ao ar, no mesmo programa, dividida em duas partes: a primeira, realizada no Palácio da Alvorada, residência da presidente, tratou da intimidade da entrevistada; a segunda, no Palácio do Planalto, local de trabalho de Dilma, focou em temas políticos. A proposta da entrevista era revelar ao público quem era a primeira mulher presidente do Brasil. Os objetivos específicos desta pesquisa são: a) analisar as tentativas de enquadramento da imagem da presidente no discurso jornalístico do Fantástico, o qual se baseou no que seria de interesse do público, e não de interesse público; b) entender as relações de poder evidenciadas entre as interlocutoras ao longo da entrevista; c) compreender a abordagem feita pelo Fantástico de assuntos que supostamente considerava de interesse público.

Este trabalho está dividido em cinco capítulos: 1) introdução, 2) jornalismo, 3) televisão, 4) análise e 5) conclusão. O segundo capítulo consiste na caracterização do campo jornalístico, bem como na definição de seu importante papel como operador de assuntos de

interesse público na atualidade. É apresentada a importância da credibilidade e da objetividade como princípios norteadores da prática jornalística, como elementos que diferenciam o campo e possibilitam a mediação jornalística dos fatos ao público. A apresentação da teoria construcionista permite o entendimento da notícia como uma interpretação da realidade, e não como um retrato fiel dos fatos. A discussão sobre interesse público evidencia o compromisso ético do jornalismo com a divulgação de temas relevantes para o desenvolvimento da cidadania e da democracia. A questão do direito à informação, um direito básico de todos os cidadãos, permite entender a responsabilidade do jornalismo em atender as necessidades do público de ser informado sobre temas de relevância social.

No terceiro capítulo, são discutidas as especificidades do meio televisivo, que possibilita a conjugação de imagens e sons e detém o potencial de realizar a unificação imaginária de milhões de brasileiros, exercendo enorme fascínio na audiência. Posteriormente, são apresentadas as características da entrevista jornalística, método empregado na maioria dos gêneros jornalísticos. Além disso, é discutida a tendência atual de certos programas de informação de espetacularizar a notícia, tornando o entretenimento seu principal objetivo. É apresentado ainda um breve histórico do programa Fantástico, bem como uma discussão sobre o perfil do programa, que mistura jornalismo com entretenimento. A biografia de Patrícia Poeta é evidenciada a fim de compreender sua trajetória e suas escolhas profissionais.

O quarto capítulo traz a definição da metodologia e do corpus do trabalho. A análise de discurso de linha francesa foi escolhida como metodologia por entender a linguagem como um instrumento simbólico capaz de produzir sentidos, fortemente influenciada pela ideologia e pela história. O capítulo ainda traz a apresentação do corpus da pesquisa, ou seja, os dados relativos à entrevista entre a jornalista Patrícia Poeta e a presidente Dilma Rousseff. Após, são apresentadas as quatro formações discursivas encontradas através da aplicação do método. São elas: a) intimidade, b) feminilidade, c) temperamento e d) negociação.

Por fim, no quinto capítulo, são apresentadas as conclusões desta pesquisa acerca das formações discursivas que compõem a análise. É feita a retomada dos sentidos principais encontrados no discurso das interlocutoras, bem como o apontamento dos erros e acertos da jornalista na condução da entrevista e na abordagem de assuntos considerados pelo programa como sendo de interesse público. As referências completam a pesquisa, e o anexo traz a transcrição da entrevista.

2 JORNALISMO

O campo jornalístico articula-se como uma instituição fluida, que se dissemina pelo conjunto do tecido social. Instaurado na modernidade, tornou-se responsável por articular os valores de diferentes esferas sociais no espaço público. O jornalismo pretende dar conta do “funcionamento de uma sociedade dividida e confrontada com a necessidade de assegurar [...] uma relativa homogeneidade da sua estrutura e um entendimento acerca de seus princípios [...]” (RODRIGUES, 1990, p. 153). A legitimidade do campo é delegada pelas demais esferas sociais, que lhe inculcam o direito de elaborar valores de representação, transparência e legibilidade do mundo. Em um campo em que o dizer, muitas vezes, prevalece sobre o fazer, o discurso jornalístico assume uma posição central na mediação dos temas sociais, enquadrando as experiências e dotando-as de sentido.

A atividade jornalística é caracterizada por determinados princípios, que norteiam a prática e singularizam o campo. O jornalismo adota como pressuposto básico a ideia de verdade do real, a qual pode ser apreendida em seus principais aspectos e transformada em narrativa por meio das técnicas jornalísticas. Outro compromisso categórico da área é a fidelidade aos fatos, relatando-os da forma mais precisa possível. Segundo Franciscato (2005), o jornalismo conquistou historicamente sua legitimidade social baseada no sentido de fidelidade entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas.

O produto jornalístico funciona, assim, como um bem público, rompendo as esferas da vida privada e circulando socialmente com base em um uso público desse conteúdo pela sociedade. Segundo Karam (2004), há o reconhecimento de que os jornalistas permitem à humanidade o conhecimento público e imediato das coisas que ela mesma produz, segundo critérios como interesse público ou relevância social. A maioria dos fatos só ganha existência pública se pautado pela agenda jornalística, o que faz do jornalismo o principal operador de visibilidade pública na modernidade.

A ligação com o tempo presente é também fundamental, pois cabe ao jornalismo oferecer à audiência informações que a mantenham atualizada sobre os fatos diários. O forte impacto do imediatismo faz com que o jornalismo seja mais afeito aos fatos do que às problemáticas, já que estas exigem maior tempo de reflexão. Tuchman (1999) escreve que os acontecimentos estão presos na teia da facticidade, adequando-se mais facilmente ao *lead* noticioso. O formato jornalístico torna difícil estabelecer relações entre os acontecimentos, porque a unidade de análise dos meios de comunicação é a notícia, uma partícula da realidade.

O resultado é um efeito de mosaico da realidade superficial em contínua mudança (TRAQUINA, 1999).

Para tornar os fatos mais compreensíveis a um público amplo e heterogêneo, o jornalismo recorre a simplificações e tipificações. Os esquemas tipificadores fazem parte da realidade cotidiana e permitem a identificação das coisas do mundo e o reconhecimento do outro como interlocutor (BERGER; LUCKMANN, 2009). O trabalho dos jornalistas consiste em se “dotar de rotinas, de automatismos de classificação, de um senso prático proveniente da experiência que lhe permita hierarquizar rapidamente o caos da informação” (NEVEU, 2006, p. 91). Para Stuart Hall (1999), o processo de significação tanto assume quanto ajuda a construir a sociedade como um consenso. Para o autor, a existência de um consenso cultural é a base de toda a comunicação social. Sem as familiares identificações sociais e culturais, o jornalismo não seria capaz de dar sentido aos acontecimentos.

Os jornalistas reivindicam o monopólio de um saber especializado, precisamente o saber de produzir notícias. Ser jornalista é saber não só elaborar a notícia, mas também ter perspicácia noticiosa. Cabe aos profissionais identificarem, entre os inúmeros acontecimentos, aquele que ganhará status de notícia e será ressignificado pelos elementos do discurso jornalístico. Os jornalistas compartilham três tipos de conhecimento: o saber de reconhecimento, que é justamente a capacidade de reconhecer o que tem valor como notícia; o saber de procedimento, caracterizado pelas técnicas de recolha de dados e verificação dos fatos e, por fim, o saber de narração, que consiste na capacidade de reunir as informações e “empacotá-las” em uma narrativa noticiosa, em tempo útil e de forma atraente (ERICSON, BARANEK e CHAN, 1987 apud TRAQUINA, 1999).

Para Tuchman (1999), essa capacidade parece ser um “conhecimento sagrado”, pois é um elemento diferenciador do campo jornalístico, que contribui para a consolidação de uma identidade profissional. Traquina (2001) afirma que as notícias são o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, a seleção e a transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) em um produto (as notícias). O recorte dessa matéria-prima é feito com base em um julgamento do que é digno de adquirir existência pública. Adriano Duarte Rodrigues (1999) define acontecimento como “tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história”, isto é, quanto menos previsível for o fato, mais chances tem de se integrar ao discurso jornalístico. Sobre a natureza discursiva do acontecimento jornalístico, o autor afirma que

O discurso do acontecimento é uma anti-história, o relato das marcas de dissolução da identidade das coisas, dos corpos, do devir. Pertence, por conseguinte, ao mundo do acidente que deixa vestígios e altera a substância do mundo das coisas, das pessoas, das instituições. (RODRIGUES, 1999, p. 29)

Sobre a função das notícias no mundo contemporâneo, Motta (2002) explica que tais narrativas tornam o complexo e desordenado mundo em que vivemos mais coerente, ajudando-nos a compreender os acontecimentos ao nosso redor. Diante do caos, o jornalismo se impõe como referência dominante, como o lugar referencial de construção cognitiva da realidade. “O discurso jornalístico se apresenta, assim, como o poder de dizer e de fazer ver” (MOTTA, 2002, p. 4). Para o autor, não existem acontecimentos, apenas percepções das ocorrências do mundo físico e social. O jornalismo é uma das diversas interpretações possíveis do mundo, revelando-se como um construto cultural relativo a uma determinada ordem de coisas. O campo produz um relato de nomeação e legitimação, reorganizando o mundo em torno de certo ponto de vista. Enquanto parcelas de significados, as notícias

[...] são um dispositivo humano para diminuir [...] o potencial de desintegração, são um artifício para reintegrar a existência do “nós” social frente aos estragos do mal, das desgraças, das calamidades e dos infortúnios que necessariamente os homens precisam enfrentar ao longo de suas existências. (MOTTA, 2002, p. 6)

No campo jornalístico, a ruptura da normalidade é essencial para definir o que será notícia. Para Traquina (2001, p. 203), existem certas qualidades duradouras que permeiam a determinação da noticiabilidade de um dado acontecimento: “o insólito, o extraordinário, o catastrófico, a guerra, a violência, a morte, a celebridade”. Assim, existe um sistema de valores comuns entre as organizações, reforçada pela proximidade, pela partilha de informações e pela observação do trabalho dos colegas. Bourdieu (1997, p. 12) afirma que “os jornalistas têm seus óculos particulares através dos quais veem certas coisas e não outras [...]. Operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado”. A notícia se constitui como um recorte do real, uma narrativa altamente selecionada daquilo que é considerado relevante socialmente. Os jornalistas partilham certas estruturas invisíveis que organizam a percepção e definem o que ganhará existência pública.

Dessa forma, é fundamental destacar que os jornalistas não são simples observadores passivos, mas participantes ativos no processo de construção da realidade. As notícias não emergem naturalmente dos acontecimentos do mundo real, elas acontecem na conjunção de acontecimentos e textos. Para Traquina (2001), o fazer jornalístico é um processo dialético, em que o acontecimento cria a notícia, e a notícia cria o acontecimento.

No imaginário popular, as notícias são vistas como índice do real, pois a sociedade acredita que os jornalistas não irão transgredir a fronteira que separa realidade e ficção. Assim, existe um acordo implícito entre jornalistas e público, tornando o entendimento de uma dada notícia como índice do real (TRAQUINA, 1999). O discurso jornalístico pressupõe a existência de juízos de valor na escolha dos elementos mais importantes de uma notícia, na seleção dos fatos e na ordem de sua apresentação. Embora as notícias sejam percebidas como índice do real, elas registram um enquadramento discursivo específico, moldado pelas características pertinentes ao campo. Essa escolha é baseada na aparência que a realidade assume para o jornalismo, o que faz da notícia uma interpretação do fato.

O jornalista não é um mero intermediário, pois “a notícia é formulada não segundo o contexto da fonte ou os critérios das testemunhas, mas reformulada segundo as normas do discurso noticioso” (PINTO, 2000, p. 86). Para Gomis (2004), fontes, jornalistas e público coexistem em um sistema caracterizado pela constante negociação de interesses. As fontes e o público nem sempre convergem em seus interesses, restando ao jornalista a responsabilidade de verificar os fatos e contrastá-los, perguntando não só a quem beneficiam, mas também a quem prejudicam.

2.1 Teoria Construcionista

O jornalismo é uma construção na medida em que se caracteriza por ser um conjunto de fatores que se exprime em um momento histórico através de um recorte da realidade, a partir de uma visão do jornalista em consonância com o campo. Berger e Luckmann (2009, p. 35) colocam que “a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente”. Para os autores, existem múltiplas realidades, que só ganharão significância no pensamento e na ação dos homens. A realidade, assim, é um construto intersubjetivo, um mundo estabelecido através da interação e da comunicação com o outro. As notícias não são simplesmente um reflexo da realidade, até mesmo porque, antes de tudo, elas auxiliam a construir essa realidade. Dessa forma, os formatos jornalísticos resultam de modelos históricos de desenvolvimento dos sistemas sociais, políticos e econômicos.

A Teoria Construcionista ganhou força na década de 70 do século passado, e se concentra na compreensão da dimensão cultural das notícias. Para essa teoria, o jornalismo estrutura inevitavelmente a sua representação dos acontecimentos, influenciado por fatores

organizacionais, pelas limitações orçamentárias, pela carga subjetiva dos jornalistas. Esse paradigma é totalmente oposto à perspectiva das notícias como distorção e também rejeita a concepção das notícias como espelho da realidade. Defende que a linguagem não é uma transmissora direta do significado inerente aos acontecimentos, porque a neutralidade da linguagem é impossível (TRAQUINA, 2001). Sendo construção, a teoria reconhece que as notícias são narrativas, histórias marcadas pela cultura jornalística e pelas complexas interações entre o campo e a sociedade.

As notícias, assim, registram as formas literárias e as narrativas utilizadas pelo jornalista para contar o fato. O uso da pirâmide invertida, a necessidade de excluir, selecionar, acentuar diferentes aspectos do acontecimento são exemplos de como a notícia, criando o acontecimento, constrói a realidade. É importante ressaltar que a escolha da narrativa feita pelo jornalista não é totalmente livre. É orientada pela aparência que a realidade assume para o profissional, pelas convenções que moldam sua percepção, por seu conhecimento de mundo. As notícias registram ainda os constrangimentos organizacionais a que os jornalistas estão submetidos: a domesticação da instabilidade dos acontecimentos, as normas editoriais, as fontes pré-determinadas, a concepção político-ideológica da instituição, entre outros (TRAQUINA, 2001). As decisões tomadas pelo jornalista no processo de produção de notícias só podem ser compreendidas se inseridas no seu contexto de trabalho.

Breed (1999) afirma que a política editorial da empresa é apreendida por “osmose”. O jornalista é integrado à política editorial da organização através de uma sucessão sutil de recompensa e punição. Isso significa que o jornalista não é apresentado explicitamente às normas editoriais da organização para a qual trabalha, mas as internaliza através de processos mais subjetivos. Sobre esse ponto, é importante ressaltar que os repórteres sabem que são empregados de uma burocracia produtora de notícias e que respondem, nas suas comunicações, à estrutura social e às pressões da redação. Parte de uma organização capitalista, o jornalista é também um funcionário que sofre pressões de seus superiores e se vê constrangido pelas normas editoriais vigentes no seu ambiente de trabalho.

Segundo Traquina (1999), os jornalistas partilham uma cultura profissional, a qual fornece um modo de ser/estar, um modo de agir, um modo de falar e um modo de ver o mundo. Para o autor, as normas profissionais são de dois tipos: as normas técnicas de recolha, escrita e preparação das notícias e as normas éticas, que se referem ao compromisso do jornalista com seu público, perpassando conceitos como responsabilidade, imparcialidade, exatidão e objetividade. Isso norteia a prática jornalística e permite que os profissionais se

reconheçam entre si. Esses valores partilhados pela comunidade jornalística constituem o *ethos* da profissão, ou seja, a síntese dos valores diferenciadores do grupo.

A existência de valores-notícia para definir qual fato ganhará alcance público afirma a existência de um vocabulário de precedentes, cuja articulação se torna essencial para o desempenho competente do trabalho. “O mundo oferecido aos espectadores é uma imagem refratada que passa através de um prisma – os valores-notícia da comunidade jornalística [...]” (TRAQUINA, 1999, p. 157). Miguel (1999, p. 201) destaca que a mídia impõe à sociedade um conjunto de critérios para seleção das informações. O jornalismo se coloca como a instituição responsável por estabelecer o que há de importante no mundo, exercendo assim uma “violência simbólica originária”. Tais critérios estipulados pela instituição jornalística passam a ser considerados naturais e indiscutíveis, determinando o que circulará na agenda pública.

Para os jornalistas, os assuntos são considerados relevantes à medida que interessam a um grande número de pessoas, quando causam impacto ou afetam a vida dos cidadãos. A sociedade percebe o jornalista como alguém que luta em prol do público e que está a serviço da verdade, o que torna a ideia de objetividade o elemento fundador do pacto de credibilidade entre jornalista e público (TRAQUINA, 1999).

Para Franciscato (2005), o jornalismo adota a existência de uma ideia de verdade do real e tem um compromisso normativo de cumprir esta tarefa de fidelidade ao real ao empreender sua atividade. Como instituição social, o jornalismo cumpre um papel social específico: a instituição jornalística conquistou historicamente uma legitimidade social para produzir, para um público amplo e diverso, uma reconstrução discursiva do mundo com base em um sentido de fidelidade entre fato e relato (FRANCISCATO, 2005). O jornalismo assume o papel de mediador entre as diversas esferas do espaço público, constituindo-se como um importante agente de construção do ambiente político e social.

2.2 Jornalismo, credibilidade e objetividade

O produto jornalístico é um permanente diálogo entre os diferentes interlocutores envolvidos na sua produção e recepção. “O vínculo do jornalismo com seu público é um elemento da ordem da intersubjetividade que opera com noções como credibilidade, confiabilidade e legitimidade” (FRANCISCATO, 2005, p. 172). A credibilidade é o elemento que possibilita a atividade jornalística, pois garante a legitimidade social do jornalismo como

disseminador de informações de qualidade. Fundamental salientar que, na interação comunicativa entre instituição jornalística e seu público, ambos os interlocutores têm expectativas, necessidades e interesses sobre o conteúdo jornalístico, o que significa dizer que há um contrato de leitura entre jornalismo e público que se estabelece em uma relação imaginária de expectativas (FRANCISCATO, 2005).

Rodrigues (1993) coloca que a pretensão objetivante é uma estratégia para inculcar a credibilidade de instituições sociais que trabalham com o discurso. O jornalismo se vende como espelho da verdade, em alguns momentos, pois sua credibilidade está assentada na ideia de objetividade. Tuchman (1999) afirma que a objetividade serve como um ritual estratégico para os jornalistas, defendendo-os de possíveis críticas. Os jornalistas invocam procedimentos rituais para neutralizar potenciais críticas e para seguirem rotinas confinadas à racionalidade. A noção de objetividade, assim, minimizaria os riscos impostos pelos prazos de entrega do material, pelos processos difamatórios e pelas repreensões dos superiores.

Traquina (2001) explica que a objetividade surge não para negar a subjetividade, mas porque se percebeu que a subjetividade era inevitável. O autor esclarece que o conceito de objetividade do jornalismo não foi a expressão de uma fé no culto dos fatos, mas, ao contrário, os métodos objetivos surgiram em função de um mundo em que nem mesmo os fatos eram confiáveis.

O método objetivo insere-se na rotina jornalística com o propósito de ajudar o profissional a minimizar as pressões do tempo, bem como a atenuar as falhas ao longo do percurso, que levam a perda de anunciantes e a processos civis (TUCHMAN, 1999). O jornalista faz uso de métodos formais para reivindicar que o seu trabalho foi objetivo. Os procedimentos objetivos pretendem organizar a instabilidade e a imprevisibilidade dos fatos dentro de um ciclo diário. Nesse sentido, é possível perceber um paradoxo entre a agilidade exigida e a apuração rigorosa dos fatos. Muitas vezes, a objetividade serve mais para transmitir os fatos o mais rápido possível do que para garantir uma apuração satisfatória da informação. Os próprios critérios de noticiabilidade dos jornalistas servem como forma de enquadrar os fatos cotidianos, selecionando-os a partir de uma rede de princípios que fazem sentido para os jornalistas.

Nesse sentido, não se deve pensar em uma dicotomia entre objetividade e subjetividade. A existência de componentes valorativas é inerente ao discurso e não se trata de um mal a ser erradicado. Traquina (2001) pondera que a verdade é um valor inatingível, que não há uma verdade absoluta. Dessa forma, o jornalista deve se esforçar para se aproximar da

verdade, levando em consideração que seu relato será sempre uma versão, uma forma de conhecer a realidade dentre outras possibilidades existentes.

Por fim, é interessante notar que o jornalista assume, diariamente, uma diversidade de papéis. Para Neveu (2006), o jornalista é um coletor de informações e um produtor de textos; é ainda um assalariado de uma empresa de comunicação e de sua hierarquia; na relação com seus colegas, é um sócio-rival, articulando relações de concorrência e cooperação. Podemos dizer que, subjacente a todas essas funções, o jornalista é, antes de tudo, um trabalhador a serviço do público - um profissional dotado de credibilidade para realizar a mediação entre os fatos e a sociedade. O interesse público e o direito à informação de qualidade devem ser os guias imperativos da profissão. O jornalismo só justifica sua existência se preservar sua função social, alimentando o debate democrático e estimulando a formação dos cidadãos.

2.3 Interesse público

Tobias Peucer, em sua tese defendida na Alemanha em 1690, comparava as publicações jornalísticas com às da história escrita, pois ambas apresentavam algum efeito para a vida pública e também para a vida privada dos homens. Peucer já mencionava a preocupação que deveria nortear a confecção dos relatos jornalísticos: a separação das coisas públicas e dignas de crédito dos rumores infundados. Diante da infinidade de fatos, é reservado ao jornalista “estabelecer uma seleção de modo que seja dada preferência [...] àqueles que merecem ser recordados ou conhecidos” (PEUCER, 2004, p.20). O autor já ressaltava que era imperativo não tratar de coisas de pouco peso ou das ações diárias de homens vulgares, mas sim buscar fatos marcados pela abundância e pelo impacto.

Para o jurista Nunes Júnior (1997, p. 38), a notícia é caracterizada por fatos “cujo conhecimento é necessário para que o indivíduo tenha concreta participação na vida coletiva de determinada sociedade”. Para o autor, na realidade cotidiana, segundo um sistema de referências próprio de cada comunidade, extraem-se fatos que, por várias razões, ingressam no território do interesse público. Esses fatos, por conceito social, tornam-se notáveis, seja pela sua própria dimensão, seja ainda por advirem de pessoas com notoriedade social.

De acordo com Chaparro (1994), o interesse público deve servir como parâmetro para a prática jornalística, sendo esse interesse o gerador dos critérios jornalísticos de valoração da informação. Quanto mais presentes estiverem os atributos de relevância social da informação, maior será a dimensão do interesse público atendido. O interesse pode ser considerado,

portanto, atributo de definição do jornalismo. Só é notícia o relato que projeta interesses, desperta interesses ou responde a interesses.

Silva (2006, p. 50), ao tratar da informação jornalística de interesse público, aponta que “em termos de interesse público, talvez, o pressuposto básico seja o seguinte: onde há dinheiro público, há interesse público [...]”. Acrescenta que “nem só de dinheiro, porém, vive a vida pública, mas, sobretudo, da publicidade em torno das ações que afetam a vida pública”. Assim, o jornalismo veicula fatos ligados ao uso de recursos públicos, a fim de munir a audiência com dados suficientes para avaliar seus governantes.

Segundo Bucci (2000, p. 153), “a matéria-prima do jornalismo é a substância informativa que interessa à cidadania”. A informação deve buscar um enriquecimento mental espiritual do informado e deve versar sobre todas as matérias de interesse da sociedade. Para o autor, a notícia que interessa é aquela que permite a seu receptor chegar mais perto de sua realização como ser humano, que contribui ao seu desenvolvimento físico, intelectual e moral e que lhe traga um aporte positivo para seu enriquecimento cultural e espiritual.

Sendo informação uma das necessidades do ser humano, Kovach e Rosenstiel concluem que

as pessoas precisam de informação por causa de um instinto básico do ser humano, que chamamos de instinto de percepção. Elas precisam saber o que acontece do outro lado do país e do mundo, precisam estar a par de fatos que vão além de sua própria experiência. O conhecimento do desconhecido lhes dá segurança, permite-lhes planejar e administrar suas próprias vidas. Trocar figurinhas com essa informação se converte na base para a criação da comunidade, propiciando as ligações entre as pessoas (2004, p. 36).

O papel e o poder do jornalismo para levantar temas que passam a fazer parte do debate público tornam-se inegáveis, já que muitos fatos só serão de conhecimento do público se introduzidos na agenda pública pelos media. Como bem observa Traquina (2001, p. 17): “na maior parte das vezes, (a mídia) não consegue dizer às pessoas como pensar, mas tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre o que pensar”.

O espaço público é o ambiente que permite aos indivíduos conhecer os fatos, ter participação no processo democrático, exercer, enfim, a cidadania. Wolton (2003, p. 511) define espaço público como um espaço simbólico, “no qual se opõem e se respondem os discursos, na sua maioria contraditórios, dos agentes [...] que constituem uma sociedade”. Karam (2004, p. 36) ressalta a importância do conhecimento proporcionado pelo jornalismo para o debate no espaço público. Segundo autor, o conhecimento fornecido pelo jornalismo, mesmo captando apenas a aparência dos fenômenos, serve como referência para a escolha,

para o entendimento do mundo além do sentido comum. O relato jornalístico contribui para o debate no espaço público na medida em que oferece percepções sobre a existência, versões contraditórias e opiniões sobre o mundo.

A informação deve refletir na média a inclinação de seus leitores para assim representá-los. Como representante da sociedade, o jornalista deve expressar o que a sociedade em sua média deseja de melhor como padrão de diálogo e formação cívica. Bucci (1997) explica que quem deve ditar esse padrão não são os humores do público, ou suas curiosidades perversas, e sim o interesse público. Existe uma tendência no jornalismo atual de girar em torno da satisfação narcisista dos desejos do consumidor. Conforme a assimilação dessa lógica do egocentrismo, os jornalistas põem em risco sua capacidade de informar criticamente a sociedade – pois isso requer uma visão crítica dos hábitos da sociedade (KARAM, 2004). “Quando temas da intimidade alheia entram em pauta a fim de extrair lucro da curiosidade perversa do público, o problema não está na privacidade invadida, mas no desrespeito aos padrões éticos” (BUCCI, 1997, p.154).

Com o surgimento dos conglomerados de comunicação e com a crescente conversão do jornalismo em negócio, os programas jornalísticos são cada vez menos produzidos pelas necessidades políticas do público, focando-se nas necessidades de consumo (BUCCI, 1997). Assim, é fundamental diferenciar o que é interesse público do que é curiosidade perversa do público, ou seja, é preciso distinguir o que são assuntos de interesse coletivo dos assuntos que envolvem as preferências passageiras específicas de cada público. O jornalista deve possuir o impulso de “educar” através da distinção entre o que é opinião pública do que é opinião popular, o que é interesse público do que é curiosidade perversa do público, o que é popularidade do que é legitimidade.

Bucci (1997) alerta para a tendência atual de tomar os índices de audiência como referência para a escolha de temas pelo jornalismo, partindo da justificativa de que os jornalistas deram ao público aquilo que ele desejava. No entanto, a legitimidade social do jornalismo não está assentada no nível de popularidade dos programas. O jornalismo tende a confundir popularidade com legitimidade e tende a sobrepor as preferências de mercado a exigências de direito (KARAM, 2004). O jornalismo vai além dos interesses do público, pois ele dissemina fatos que tenham impacto e relevância na vida das pessoas, aprofunda temas significativos para a democracia e promove o espírito crítico da sociedade.

Assim, o jornalismo deve continuar a trabalhar para o público, mas sem confundir o público-cidadão com o público articulado em torno de demandas de consumo. “A função do jornalismo está acima das preferências voláteis de um público transformado em feira de

consumo; seu compromisso é com o aperfeiçoamento das regras democráticas” (BUCCI, 1997, p 155). A ética deve orientar o jornalista a atender o consumidor de forma crítica, sem se restringir às demandas de mercado. O pacto estabelecido entre público e jornalismo é assentado na credibilidade e não na diversão ou no entretenimento. “O jornalista não é ninguém se não se esforçar para ser um servidor da verdade e da justiça, dedicando toda a sua energia para defender honestamente o interesse público” (TRAQUINA, 2001, p. 169).

2.4 Direito à informação

O jornalismo é um processo social de ações combinadas com intenções, sendo que essas devem ser motivadas pelos princípios éticos que movem a profissão. A atividade jornalística possui o compromisso exclusivo com o cidadão, com o bem público, e deve abordar temas que sejam relevantes para a construção da cidadania e para o desenvolvimento crítico do público acerca da realidade. O objetivo maior do jornalismo é atender o direito à informação, devendo não apenas formar, esclarecer e abrir para o público o acesso à informação, mas também educar, mostrar os caminhos do conhecimento, guardando em relação ao senso comum uma distância crítica.

A defesa do direito social à informação implica que a informação, ao construir simbolicamente o mundo, deve evidenciar a multiplicidade de facetas que a conformam cotidianamente. Isso envolve o reconhecimento de que, na própria informação, é necessário que as diversas concepções, versões, culturas e comportamentos estejam presentes (KARAM, 2004, 15).

Além dos critérios que levam os fatos a se transformarem em notícias e do tratamento que eles sofrem antes de chegarem ao público, a ética é fundamental na construção do relato noticioso. O jornalista tem o dever de mediar essas informações pautado pelos valores éticos que regulam a profissão. Do direito do público de conhecer fatos e opiniões decorrem os direitos e deveres do profissional. Cornu (1998, p. 45) se refere à responsabilidade dos jornalistas junto ao público como “primeiro dever”, consolidando a ideia do jornalista como um profissional subordinado ao interesse público.

Devido principalmente à estreita relação do jornalismo com o público e com a sua responsabilidade em mediar informações, estabelecer normas de conduta ética para a profissão revela-se uma tarefa altamente complexa.

Voltando ao campo da ética jornalística, podemos dizer que só é possível constituí-la, em bases reais, se levarmos em conta a necessidade de que, na particularidade do jornalismo, o que se desdobra é a própria complexidade crescente da humanidade, que carrega consigo não apenas atos, fatos, versões e opiniões, mas igualmente os valores embutidos na carga moral em que se configuram diariamente (KARAM, 2004, p. 42).

A luta pelo direito à informação começa antes do século XVI. Com o processo de industrialização, a informação passa a circular rapidamente, ganhando cada vez mais relevância no espaço público. No entanto, foi com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948, que o direito social à informação se consagrou (KARAM, 2004, p. 17). De acordo com o Artigo 19 da Declaração dos Direitos Humanos, todo homem tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferências, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras.

Para Gentili (2002, p. 50), o direito à informação é “[...] o direito àquelas informações necessárias e imprescindíveis para a vida numa sociedade de massas, aí incluindo o exercício pleno do conjunto de direitos civis, políticos e sociais”. A informação como direito social ocorre quando esta tem sentido social e é imprescindível à vida em comunidade. Assim, nem toda informação é um direito social, mas somente aquela que tem utilidade social para a realização de outros direitos, como, por exemplo, saúde e habitação (BENETTI; MOREIRA, 2005).

O jornalismo é uma atividade de cunho social que tem como base a democracia e o direito à informação. Traquina (2001) identifica a imprensa como elemento fundamental da teoria democrática, vista como um serviço público em que as notícias são o alimento de que os cidadãos precisam para exercer seus direitos. O jornalismo deve ser um veículo de informação para equipar os cidadãos com os instrumentos vitais para o exercício dos seus direitos e a voz na expressão de suas preocupações. Falar em jornalismo é falar em vigilância do poder, em prestação de informações relevantes para o público, em uma prática de comunicação social historicamente forjada pela modernidade, que organiza o espaço público, priorizando os direitos do cidadão.

No que diz respeito ao direito à informação e ao papel social do jornalismo, a relevância dos meios de comunicação social atualmente reside no direito de toda a sociedade de ser bem informada, de forma ampla e diversa, de modo a propiciar a formação e consciência política, social e cultural dos indivíduos. Assim, na medida em que a informação se mostra matéria-prima essencial da sociedade contemporânea, os cidadãos se tornam titulares de um direito inalienável de serem corretamente informados, de forma plural, sem

distorções intencionais ou censura prévia. O jornalismo existe para por idéias em confronto, para realizar o debate público, para suprir o público com as informações necessárias para o avanço da democracia (BUCCI, 2000).

O jornalismo funciona como um documento público, que circula na sociedade para oportunizar o enriquecimento intelectual dos cidadãos (FRANCISCATO, 2005). O campo jornalístico, assim, deve ser o fator permanente de educação do público. “O jornalismo, afinal, fornece um elemento muito especial, único, a uma determinada cultura: informação independente, confiável, precisa e compreensível, elementos importantes para que o cidadão seja livre” (BUCCI, 2000, p. 101).

É fundamental perceber que o jornalismo cumpre uma função social antes de ser um negócio. “Para o jornalista, dizer a verdade é um imperativo categórico fundador” (BUCCI, 2000, p.24). Assim, o jornalismo não se caracterizaria como arte ou técnica, mas como uma ética da verdade dos fatos. O jornalista não deve agir para obter resultados que não sejam o de bem informar o público. Para Karam (2004), o jornalismo é um ofício que, acima de tudo, não é uma técnica, mas é (deve ser) uma prática ética. Ao jornalismo cabe perseguir a verdade dos fatos para prover o público com as informações relevantes para o desenvolvimento da cidadania. Bucci (2000) salienta que a ética jornalística faz parte de um pacto de confiança entre a instituição jornalística e o público nas sociedades democráticas, constituindo-se como uma exigência e um produto da democracia. O jornalismo existe porque os cidadãos têm o direito à informação; sem esse direito, o debate público fica prejudicado.

O jornalismo, sendo função social, e antes de tudo uma ética, é regido por normas de conduta. “O jornalista é um trabalhador intelectual a serviço da cidadania” (KARAM, 2004, p. 66). O jornalismo não pode estabelecer para si mesmo os parâmetros do que é certo e errado isolando-se da sociedade; a ética só existe em relação ao outro (BUCCI, 2000). As empresas não podem se elevar acima da sociedade, mas devem servir à sociedade, estar subordinadas a ela. O elemento fundamental da ética é o reconhecimento da necessidade do outro na definição dos parâmetros a serem seguidos, a fim de construir uma convivência coletiva mais harmônica. A ideia de bem comum não se trata de um bem que um sujeito impõe aos outros; realiza-se como um projeto intersubjetivo (BUCCI, 2000). O jornalismo como um ambiente profissional só pode desenvolver sua ética na relação com os outros, de forma dialógica.

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros foi elaborado em 1987 e passou por uma atualização em 2007. Segundo a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), o documento “fixa as normas a que deverá subordinar-se a atuação do profissional, nas suas relações com a

comunidade, com as fontes de informação, e entre jornalistas". No capítulo I, já está estabelecida a base utilizada para a elaboração do código: "o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação". O documento destaca a natureza social da profissão, a qual tem a finalidade de produzir e divulgar informações pautadas na veracidade dos fatos e no interesse público. Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, "os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse". Essa afirmação demonstra que o único compromisso do jornalista é com o bem comum, devendo evitar a intromissão de interesses econômicos, políticos e ideológicos na sua prática diária.

O Código dos Jornalistas ressalta ainda a obrigação social do jornalismo com a correta e precisa divulgação da informação, "independentemente da linha política de seus proprietários e/ou diretores ou da natureza econômica de suas empresas". A não-publicação de um fato de relevante interesse público ou a omissão do jornalista diante da obstrução à livre divulgação da informação são considerados delitos contra a sociedade, passíveis de punição. O documento representa, dessa forma, a reunião de importantes preceitos básicos normativos da profissão e significa um avanço para a construção de uma sociedade bem-informada e, por conseguinte, mais democrática.

O papel do jornalismo apresenta é tão fundamental para as sociedades democráticas que discutir ética neste campo assume contornos que também são políticos. Produzir jornalismo baseando-se em códigos éticos que apontem os caminhos adequados é essencial não só para os profissionais, como também para os membros da sociedade. Garantir o acesso a informações que apresentem diferentes versões sobre os fatos, que mobilizem o cidadão a formar uma opinião embasada sobre o assunto e que o levem a perceber os diferentes interesses envolvidos justificam a importância do fazer ético da atividade jornalística.

Bucci (2000) afirma que o jornalismo é em si mesmo a realização de uma ética: ele consiste em publicar o que os outros querem esconder, mas que o cidadão tem o direito de saber. O objetivo primordial do jornalismo é divulgar aquilo que o cidadão quer, precisa e tem o direito de saber, o que não necessariamente coincide com o que os outros querem revelar. A não-observação dos valores éticos leva à desinformação, a qual não se deve apenas a maus profissionais, mas também a atitudes empresariais que não se comprometem com o direito à informação, que excluem o cidadão das decisões que em seu nome são tomadas.

O compromisso ético do jornalismo é garantir ao cidadão o direito à informação, abordando temas de interesse público, ou seja, assuntos que favoreçam o desenvolvimento pleno da democracia. Assim, o jornalismo está acima das preferências voláteis do público, das

curiosidades acerca da intimidade de celebridades; seu compromisso está na formação crítica da sociedade através do exercício ético da profissão.

3 TELEVISÃO

No Brasil, a televisão é, muitas vezes, o único meio de entretenimento e a única forma de obter conhecimento sobre os acontecimentos da atualidade. A televisão é responsável por construir uma imagem da realidade a milhões de brasileiros, formando uma identidade de nação. Diante da presença quase absoluta nos lares, Bucci (2000, p. 11) conclui que “o que é invisível para as objetivas da TV não faz parte do espaço público brasileiro”. A televisão focaliza certos assuntos dignos de adquirir existência pública, enquanto outros são totalmente rejeitados pela câmera televisiva.

Ainda hoje, circulam muitas críticas a respeito da manipulação social dos meios de comunicação. A televisão é acusada de impor determinados comportamentos e de condicionar diretamente a opinião pública. No entanto, é importante ressaltar que o meio televisivo não doutrina, não determina. Assim, os telespectadores não obedecem irrefletidamente a tudo que veem na tela. São plenamente capazes de reconhecer diferentes pontos de vista e de criticar determinadas posturas.

A televisão apenas tem os instrumentos para ordenar hábitos dispersos em códigos reconhecíveis e unificadores (BUCCI, 2000, p. 12). O meio apresenta os mecanismos necessários para integrar expectativas e necessidades difusas através de um “tratamento universalizante das tensões”. A televisão promove a unificação imaginária de milhões de brasileiros, que se reconhecem na tela, apesar da heterogeneidade de classes, etnias e posições político-ideológicas existente no país.

Para Wolton (2003, p. 61), “a televisão fascina, pois ela ajuda milhões de indivíduos a viver, se distrair e compreender o mundo”. O meio televisivo narra modos de existência através de sons e imagens que têm uma participação significativa na vida das pessoas, uma vez que pautam, orientam, interpelam o cotidiano de milhões de cidadãos, participando da produção de sua identidade individual e cultural e operando sobre a constituição de sua subjetividade.

A televisão também pode ser compreendida como um lugar especial de educar, de fazer justiça, de promover a verdadeira investigação dos fatos e ainda de concretamente

“ensinar como fazer” (FISCHER, 2001). Fischer acredita que a televisão interpela o sujeito, mobiliza o outro na direção daquilo que deseja lhe comunicar. É capaz de integrar a sociedade em um corpo coletivo, denunciando falhas de conduta e instrumentalizando o indivíduo para o exercício da cidadania.

A televisão possui um caráter pedagógico e precisa ser vista como um modo de ensinar, de vender ideias e de sensibilizar. As informações veiculadas pela televisão têm a possibilidade de auxiliar na formação dos telespectadores, participando cada vez mais da construção de um tipo particular de sentido de comunidade. Dessa forma, a TV orienta o telespectador sobre o que deve ser visto, percebido, julgado nas imagens, reforçando determinados sentidos. Sobre o potencial unificador da imagem, Maffesoli (1996) explica que

[...] a potência mágica da imagem é essencialmente uma potência de agregação, ela favorece a viscosidade [...], a fascinação. Ela cria o mistério, do qual sempre lembro a função: unir os iniciados entre si, favorecer o reconhecimento daqueles que se sentem como tais (MAFFESOLI, 1996, p. 129).

O meio televisivo é um campo de saberes articulados entre si, constituído historicamente e em meio a disputas de poder (FISCHER, 2001). As representações televisivas são produzidas e consumidas a partir de diferentes instâncias e estão submetidas a processos de regulação social, implícitos ou explícitos. As construções da realidade percebidas pela tela da TV não são neutras, mas representativas de um determinado ponto de vista veiculado por grandes conglomerados político-econômicos. Assim, a televisão está ligada à construção de valores, à cristalização de preconceitos, à formação do senso comum, à constituição de identidades sociais e à produção de subjetividades.

Mota (2010) afirma que o imaginário de nação é construído discursivamente pela televisão, mobilizando valores capazes de unificar a população. Essa construção é baseada em um discurso hegemônico sobre o país e seu destino, que atenua as diferenças e seleciona as características compreendidas como “brasileiras”. Tal discurso alimenta a sensação de pertencimento a um grupo a partir do reconhecimento de uma identidade comum. Para a autora, o meio televisivo participa da construção da consciência cultural de uma sociedade.

Afirmar a identidade significa marcar fronteiras, deixar fora os que são diferentes. Criar inclusões e exclusões. [...] A identidade nacional precisa apagar as diferenças culturais existentes no país, buscar a união, buscar a representação acima das representações. Numa palavra, constrói-se por meio de uma meta-narrativa. (MOTA, 2010, p. 164)

Nesse sentido, cabe ressaltar que o meio se constitui como um ambiente imaginário universalizante, capaz de formatar uma representação homogeneizante da sociedade. Isso significa que a televisão é capaz de absorver as transformações sociais e tecnológicas do mundo contemporâneo, colaborando para a construção da realidade. Ao mesmo tempo, a TV também é construída pelo ambiente em que se encontra, pois faz parte da sociedade e é por ela influenciada. Temer (2010) explica que as trocas entre televisão e sociedade são pautadas por permanentes equilíbrios e reequilíbrios, cabendo à televisão absorver o intenso fluxo de acontecimentos a fim de processá-los e devolvê-los sob a forma de produtos de fácil consumo, mantendo o equilíbrio do sistema como um todo.

Nesse contexto, é possível entender a televisão como um veículo capaz de criar “laços sociais” (WOLTON, 1996) na medida em que dissemina informações em escala vertiginosa, oferecendo os insumos que alimentam as interações entre os cidadãos. Os assuntos veiculados pela televisão podem pautar as conversas informais entre amigos, bem como fomentar discussões e debates. Através da televisão, os atores e seus discursos adquirem existência pública para além de seu meio local, tomando parte no fórum de debate cívico constituído pela mídia.

A televisão é um formidável instrumento de comunicação entre os indivíduos. O mais importante não é o que se vê, mas o fato de se falar sobre isso. A televisão é um objeto de conversação. Falamos entre nós e depois fora de casa. Nisso é que ela é um laço social indispensável numa sociedade onde os indivíduos ficam frequentemente isolados e, às vezes, solitários (WOLTON, 1996, p. 16).

O meio televisivo construiu, ao longo de sua história, uma linguagem própria, caracterizada pela conjugação de texto, imagem e áudio. Fischer (2001) atenta para a capacidade técnica do meio televisivo, evidenciando o seu funcionamento por meio de redundâncias, pela exploração imagética dos fatos e pela possibilidade tecnológica da informação ser sempre nova e, simultaneamente, a mesma. O recurso do “ao vivo” dá a sensação de instantaneidade à cobertura dos fatos, que assumem a aparência de serem inéditos e originais.

No telejornalismo, a imagem é um dos critérios fundamentais da notícia. A imagem produz significados sobre o que mostra, os quais são interpretados a partir de um mapa cultural pelos telespectadores. Como afirma Mota (2010, p. 163), “as imagens farão sentido porque estão expressando aspectos da realidade social que conhecemos e da qual temos memórias bem vivas”.

Os telejornais obedecem ainda à determinada padronização de cenários e enquadramentos de linguagem. O conteúdo deve ser claro, e a fala o mais coloquial possível, mas sem ser pobre ou ferir a língua portuguesa. Devem evitar palavras rebuscadas e regionalismos excessivos. Há um predomínio dos verbos que remetem à ideia de ação.

Estando na televisão, as informações ampliam seu poder de alcance público, o que torna a televisão “mais do que um acontecimento, uma prática social, onde se instauram processos de produção de sentidos” (FISCHER, 2001, p. 51). Essa construção do real operada pela televisão passa por um processo de enquadramento, que reforça certos sentidos ao mesmo tempo em que exclui outras interpretações. Tais imagens são fortemente marcadas pelo imediatismo, pela dinamicidade da edição e pela sedução das imagens, elementos fundamentais para atrair a audiência.

Dessa forma, a principal característica da televisão é o entretenimento, que é fundamental para manter a atenção do telespectador. Portanto, o telejornalismo, como um dos gêneros televisivos, não tem como negar o meio em que está inserido e sabe que deve entreter para poder informar. O uso da emoção e a marca do entretenimento não podem ser previamente enquadrados como elementos negativos na construção da notícia; eles são, antes de tudo, característicos do meio telejornalístico.

Marcada pelo predomínio das funções fática, expressiva e referencial (SODRÉ, 1997), a narrativa telejornalística estabelece um contato permanente entre o emissor e o receptor, naturalizada por uma recepção quase sempre doméstica. A respeito da aparência dialógica do discurso telejornalístico, Temer (2010, p. 116) afirma que

O telejornalismo funciona com base em um “diálogo televisual”. O texto constrói-se na forma de uma narrativa, de histórias, que proporcionam o rompimento da sensação de unilateralidade e abrem espaço para a noção inconsciente de diálogo, para a sensação de contato direto com o narrador.

O apresentador é, de fato, um ingrediente fundamental, pois precisa estabelecer uma ligação com sua audiência, desenvolvendo um vínculo de familiaridade. O telejornal se torna um hábito, uma companhia que invade diariamente os lares dos brasileiros. Para Vizeu (2008), o telejornalismo pode ser considerado um “lugar” para os brasileiros muito semelhante ao da família, dos amigos, da escola, da religião e do consumo.

Através de um processo de construção da realidade e da preferência por uma linguagem de fácil acesso, o telejornal abre espaço para uma sensação de contato direto com o jornalista, objetivando uma conexão empática com seu público. Ao usar o recurso das

emoções, os telejornais buscam conquistar a audiência por meio da sedução. Assim, a audiência não é imposta, mas conquistada, em grande parte, pelos recursos emotivos, que são inerentes à construção da notícia no meio televisivo.

Portanto, o entretenimento é um elemento constitutivo do telejornalismo, uma vez que esse meio exige um tratamento diferenciado da informação, através do uso de imagens, trilhas, edições mais dinâmicas. No entanto, é fundamental perceber que, apesar da presença do entretenimento na construção da notícia, o jornalismo tem sua própria natureza, delimitada pelas noções de interesse público, credibilidade e legitimidade social. Temer (2010, p. 102) reafirma o compromisso do telejornalismo com os princípios éticos e valorativos do campo, alegando que “o jornalismo é a materialização da necessidade social da informação [...] um direito político resultante de uma conquista histórica”.

3.1 Entrevista

Os primeiros indícios de registro da entrevista datam da aparição da linguagem nos primeiros diálogos entre os seres humanos. No jornalismo, a entrevista pode ser definida como a conversação realizada entre um jornalista e um entrevistado, um discurso permeado de notícias, opiniões, comentários, interpretações e juízos. Como um método indagatório, a entrevista é empregada na maioria dos gêneros jornalísticos. Uma entrevista é uma fotografia do modelo humano a ser entrevistado (LEÑERO E MARÍN, 1985), pois registra uma verdade efêmera e inscreve-se no tempo presente: é viva, o discurso é emanado em voz alta e de maneira espontânea sem elaborações demasiadamente premeditadas; é um meio de expressão e conhecimento entre os interlocutores; é a janela mediante a qual se mostra ao telespectador o que interessa saber sobre a vida da personalidade a ser entrevistada.

Lage define entrevista como o procedimento clássico de apuração de informações no jornalismo. “É uma expansão da consulta às fontes, objetivando, geralmente, a coleta de interpretações e reconstituição de fatos” (LAGE, 2001, p. 73). Ainda segundo o autor, a palavra *entrevista* é ambígua, já que pode significar qualquer procedimento de apuração junto a uma fonte capaz do diálogo ou uma conversa de duração variável com personagem notável ou portador de conhecimentos ou informações de interesse para o público.

A entrevista pode ser classificada de várias formas (LAGE, 2000). De acordo com os objetivos, pode ser ritual (centrada na exposição do entrevistado, como em entrevistas com jogadores de futebol após o jogo), temática (aborda um tema específico, buscando a exposição

de versões ou interpretações dos acontecimentos), testemunhal (trata-se do relato do entrevistado sobre algo de que ele participou) ou em profundidade (centrada na figura do entrevistado e em aspectos de sua vida). Quanto às circunstâncias de realização, a entrevista pode ser ocasional (não programada), confronto (repórter assume papel de inquisidor, despejando acusações sobre o entrevistado), coletiva (o entrevistado é submetido a perguntas de vários repórteres, que representam diferentes veículos) ou dialógica (a entrevista por excelência, marcada com antecedência e reúne entrevistador e entrevistado em um ambiente controlado).

O trabalho do repórter implicado em uma entrevista compreende quatro etapas:

1. Preparação
2. Realização
3. Exame de dados
4. Redação

A preparação é indispensável para todo o trabalho jornalístico. Na entrevista, concretamente, a preparação permite que o repórter saiba escolher a pessoa mais indicada para informar ou opinar em relação a cada assunto que cobre. Todo repórter deve estar a par do que está acontecendo em seu país e no resto do mundo. Para isso, deve ler diariamente os jornais, conhecer as personalidades públicas relevantes, nomes completos e cargos dos funcionários mais importantes de seu país, transformações sociais, trocas operadas entre governos, entre outros. Além disso, o jornalista deve ler textos literários a fim de aperfeiçoar o seu estilo e dominar seu principal instrumento de trabalho: a linguagem. O jornalista precisa ainda se inteirar do tema da entrevista, bem como da vida e das realizações do entrevistado, a fim de obter meios para abordar com maior vantagem o personagem, tratando de temas que o entrevistado conhece e ganhando sua confiança. É importante que o repórter elabore um questionário com as perguntas que irão conduzir o diálogo entre os interlocutores, tornando a conversa mais organizada e objetiva.

Depois de realizada a introdução da entrevista, o repórter deve não só registrar o que disse o entrevistado, mas também quais suas motivações e de quais temas se esquivou. Um dos erros mais graves em uma entrevista é a conversão do jornalista em um entrevistado. Em todos os momentos da entrevista, o repórter é quem pergunta e deve controlar o ritmo da conversa. A estrela da entrevista deve o entrevistado: “Por mais conhecido ou vaidoso que seja o repórter, espera-se dele discrição, como coadjuvante e, ao mesmo tempo, diretor de cena – é essa a conduta profissional” (LAGE, 2001, p. 80). Para o autor, a atitude de

compreensão e respeito deve marcar a atividade do repórter, com a preocupação de não evidenciar reações como impaciência, discordância ou simpatia entusiasmada.

Tal como no rádio, a entrevista em televisão pode ser ocasional e ao vivo, com todos os riscos e restrições; ocasional e gravada, documentando notícias e reportagens; produzida ao vivo e produzida em gravação. A novidade é a presença da imagem do entrevistado, o que aumenta sua exposição, dada a importância da visão no processo de percepção de mensagens e atribuição de intenções (LAGE, 2001). Para o autor, “a entrevista televisiva devassa a intimidade do entrevistado, a partir de dados como sua roupa, seus gestos, seu olhar, a expressão facial e o ambiente” (LAGE, 2001, p. 87). A produção é geralmente mais cuidada e o entrevistador, violando um dos preceitos básicos da entrevista jornalística, pode, muitas vezes, tornar-se a estrela do programa, com todo o prejuízo que isso acarreta para o interesse público e para o direito à informação, estimulando amplamente a transformação da entrevista em espetáculo.

A entrevista televisiva, além de se inserir num gênero jornalístico amplo, é, em si mesma, um formato próprio dentro desse gênero. Além do constrangimento do tempo, que não existe na entrevista para o jornal, por exemplo, a sua semiótica é muito mais complexa. Há jogos semióticos cruzados, produção de significações paralelas e variadas, que nem sempre têm relação direta com o discurso propriamente linguístico que está sendo produzido. A entrevista televisiva torna-se, assim, *outra coisa*. É um texto feito de múltiplos textos. Por isso, ontem e hoje, é possível lermos e escutarmos tanto sobre o *conteúdo* como sobre a *forma*. Diria mesmo que, em televisão, essa *forma* se torna, tantas vezes, mais decisiva do que o próprio conteúdo (A ENTREVISTA, 2012, web, grifos do autor).

A entrevista televisiva inscreve-se num ritual sociolinguístico particular, constituído por um gênero discursivo específico, o diálogo, caracterizado por uma situação de mediação: trata-se de um diálogo encenado para destinatários que não intervêm diretamente no discurso (CAPUCHO, 2004). Este ritual corresponde a um discurso polifônico, construído conjuntamente por dois locutores ligados por um contrato de comunicação (Charaudeau, 1983), com intenções perlocutórias definidas. Estes estatutos pré-definidos levarão os locutores a obedecer a uma série de constrangimentos específicos que enformarão decisivamente o contrato de fala (Charaudeau, 1983) estabelecido entre ambos.

Em relação ao grau de manifestação da co-produção discursiva, segundo o caráter mais dialógico ou menos dialógico do texto, Fávero et al (2000) consideram que as entrevistas

de televisão situam-se em um patamar intermediário entre conversações espontâneas e uma conferência ou aula. Isso porque as entrevistas televisivas, se comparadas às conversações espontâneas, apresentam um grau de dialogicidade menor, isto é, são mais assimétricas. Por outro lado, se relacionadas a uma conferência, em que, basicamente, apenas um dos interlocutores mantém o turno, a construção textual das entrevistas apresenta menos assimetria interacional (FÁVERO et al, 2000).

Vieira (2003) explica que cabe ao entrevistador e ao entrevistado a tarefa de informar e convencer o público, aliando-se no que diz respeito à comunicação, e opondo-se quanto à conquista desse mesmo público. Assim, em razão de não se perder esse aliado, os participantes procedem a reformulações, preservando ou ameaçando a imagem do outro, embora a participação efetiva do telespectador seja pequena se relacionada ao tempo de participação direta do entrevistador/entrevistado durante o transcorrer do programa. Assim, o espaço televisivo surge como um espaço de construção identitária - um espaço de negociação da identidade e, conseqüentemente, um espaço de conflitos identitários. Por meio de estratégias discursivas, os interlocutores irão demarcar suas posições, convencer o público e ratificar a construção identitária de si mesmo e do outro.

3.2 Espetáculo

No século XX, surgem os meios audiovisuais de massa, que alargam o espaço público, trazendo as grandes audiências para o centro da sociedade e democratizando o acesso à informação. Com o aparecimento dos grandes conglomerados de comunicação, muitos setores de entretenimento e jornalismo transformaram-se em um só. A partir da década de 80, grupos econômicos que antes exploravam somente o entretenimento começaram a fundir-se com outros dedicados ao jornalismo. Assim, as empresas jornalísticas independentes passaram a ser departamentos pertencentes aos grandes conglomerados de mídia. A ideia de opinião pública foi, em grande medida, englobada pelo mercado de consumo para dar lugar às manifestações dos desejos do consumidor.

Atualmente, muitos programas de informação aderiram ao espetáculo como forma de conquistar a audiência, enquanto outros programas telejornalísticos mantiveram-se fiéis aos preceitos éticos do jornalismo, selecionando suas matérias de acordo com o interesse público. Esses programas de informação de cunho espetacular insistem em uma fórmula híbrida, que contém fofoca, merchandising, humor e até jornalismo. O jornalismo se torna um dos

elementos oferecidos nesse pacote altamente heterogêneo. A lógica do espetáculo, um festival de imagens onde se funde informação e publicidade, acaba, assim, englobando certos programas de informação a seu serviço.

Os parâmetros da lógica do espetáculo envolvem “[...] a ditadura da informação visual, o deslocamento da dinâmica idealizada da opinião pública para uma dinâmica pragmática e publicitária da popularidade, a conversão do discurso político em videoclipe [...] (BUCCI, 2000, p. 19). Na lógica do espetáculo, a popularidade (um indicador de mercado) se sobrepõe à legitimidade social da profissão. Convertido apenas em um negócio, esse jornalismo espetacularizado evoca os índices de audiência para justificar suas práticas atuais focadas na satisfação das curiosidades do público. Para Debord, “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente, tornou-se uma representação” (DEBORD, 1997, p. 13).

Debord acrescenta que “o espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem” (1997, p. 201). O espetáculo organiza grande parte da cultura, impõe-se por si mesmo; além disso, é uma urgência imposta pela maioria da plateia. No espetáculo, tudo se destina ao prazer: das notas sobre celebridades até as notícias. A felicidade se torna uma obrigação compulsória, ditada principalmente pelos modelos de comportamento das celebridades, que estampam seus rostos jovens e felizes nas capas de revista.

Há uma nítida diferença entre o apresentador-espetáculo (HAGEN, 2004) de um programa de informação e o jornalista a frente da bancada de um telejornal. No primeiro caso, temos um apresentador que se caracteriza pela postura do excesso: publica fotos de sua intimidade nas redes sociais, estampa capas de revista, pauta suas atitudes pela vulgaridade e pela controvérsia. São “estrelas” fabricadas para criar empatia instantânea com o público, aumentando os índices de audiência. Colocam-se como deuses no Olimpo, figuras inalcançáveis com prerrogativas reservadas apenas a quem habita esse mundo ilusório de onipotência e perfeição (MORIN, 1989). No segundo caso, temos jornalistas a frente de programas telejornalísticos, que, apesar da superexposição de sua vida privada em alguns momentos, mantêm a imagem de credibilidade e objetividade, características que marcam e delimitam o campo jornalístico.

Nesta ponta, está o jornalista William Bonner, editor-chefe do telejornal de maior audiência no país. Bonner coloca fotos com a família no Twitter, faz enquetes com seus seguidores sobre a cor de gravata que vai usar no telejornal e responde a perguntas de fãs sobre sua vida pessoal. Bonner apresenta uma imagem mais humanizada no Twitter, pois

divide seus problemas diários e compartilha suas dúvidas e inseguranças como o público. No entanto, é necessário entender que essa humanização do jornalista é sempre acompanhada pela imagem de credibilidade. Essa humanização ajuda a aproximar o jornalista do público ao possibilitar a identificação e ao se contrapor à frieza do cenário e da tecnologia (HAGEN, 2004). Ao mesmo tempo, Bonner sempre se coloca como pai perfeito, marido ideal, cidadão exemplar. Nesse caso, o mito da perfeição participa da construção da imagem de um profissional ético, que invoca a credibilidade como forma de assegurar o contrato de comunicação entre o telespectador e o jornalista.

Patrícia Poeta, na época em que estava no Fantástico, ainda procurava consolidar uma imagem de credibilidade, mesmo que, em alguns momentos, sua vida pessoal estivesse exposta nas capas de revista e nos portais de fofoca da Internet. A imagem da jornalista está muito associada à sua postura durante o Fantástico, que era marcada pela descontração e informalidade, bem como pelas entrevistas com celebridades que habitualmente costumava fazer. A jornalista buscava uma aproximação mais íntima com as pessoas que entrevistava, tentando posicionar-se inclusive como uma “amiga” do entrevistado.

Embora Patrícia Poeta não se encaixasse totalmente na ideia de apresentador-espetáculo, ela ainda estava construindo sua credibilidade perante o público e, na maioria das vezes, aproximava suas matérias da lógica espetacular, ao ressaltar temas ligados à privacidade dos entrevistados, deixando assuntos de interesse público em segundo plano. Na ocasião da entrevista com Dilma Rousseff, Patrícia não possuía a credibilidade nem o preparo suficientes para realizar uma entrevista desse porte na área política. A escolha de Patrícia Poeta para realizar a entrevista evidenciou o tom mais informal que a Globo quis dar para o diálogo, correndo o risco, inclusive, de Patrícia não saber como questionar Dilma sobre questões delicadas daquele início de governo.

André Rouillé (2009, p. 149) afirma que a razão de ser de certos programas de informação contemporâneos é vender emoções, risos, lágrimas, obter lucro com sensações e sentimentos. Cada vez mais, a realidade que interessa a tais programas é a realidade espetacular, uma realidade que se confecciona puramente para seduzir e emocionar a plateia, tornando secundária a função de levar informações ao público. Desse modo, o autor considera essencial que o jornalismo atue como reserva crítica perante o espetáculo, percebendo a sua lógica e defendendo os direitos do cidadão à informação de qualidade.

A consequência da realidade espetacular não é só o sensacionalismo, mas o fetichismo, o egocentrismo, o sexismo e o culto das falsas imagens. Bucci (2000) coloca que os personagens passam a ser fabricados seguindo uma coerência mais dramática do que factual.

Dentro dessa lógica, é preciso atentar para a emergência de narrativas melodramáticas, de estereótipos, de dicotomias do bem e do mal como elementos organizadores da informação, em detrimento do princípio básico de interesse público.

Tais programas de informação, quando aderem ao espetáculo, achatam as perspectivas, descontextualizam a informação, distorcendo e abstraindo a realidade. Equilibram de forma instável o excesso e o grau zero de informação. “As múltiplas figuras e posturas do excesso são impostas, na realidade, pela sua própria função: provocar emoção ou excitar a curiosidade a partir da infrainformação e a respeito de eventos muitas vezes fúteis” (ROUILLE, 2009, p. 153). Assim, a narrativa desses programas se torna o resultado da intersecção entre informação e desinformação, verdade e artifício, montagens ritualizadas e espontaneidade.

Uma marca da lógica do espetáculo é a justaposição de informações vazias de sentido em que o espectador não é convidado a estabelecer relações complexas e profundas sobre os fatos. O jornalismo, inserido dentro do pacote diversificado desses programas de informação, perde na medida em que a imagem, difundida pelo espetáculo, comprime o pensamento. Convertida em estereótipos, pressiona o discurso jornalístico para um maniqueísmo acrítico, não informativo, apenas emocionante.

Bucci (2000) menciona a exacerbação da vida privada como outra característica da lógica do espetáculo. Segundo o autor, a cultura atual é marcada, em certos momentos, pela invasão da arena pública por assuntos privados, o que fazem dos debates públicos melodramas sentimentais. As alterações nas esferas do cruzamento entre o público e o privado trazem para o debate temas como: exposição ampla da intimidade, desejo de visibilidade pública a qualquer preço, dificuldade do estabelecimento de fronteiras entre espaços privados e espaços públicos.

Um dos modos privilegiados de estar no espaço público atualmente é estar na mídia, é estar na tela da TV. Para Fischer (2001), essa superexposição da vida privada em certos programas é um desejo de querer ver nossa própria nulidade, nossa própria insignificância. “A mídia é cada vez menos capaz de prestar conta dos fatos do mundo. Então, ela descobre a vida cotidiana, a banalidade existencial e as pessoas ficam fascinadas e aterrorizadas pela indiferença do nada-a-dizer, nada-a-fazer” (FISCHER, 2001, p. 37). Assim, existe uma tendência atual, em certos programas informativos, de politizar a vida privada e privatizar a vida pública.

Políticos, artistas, músicos, todos estão convertidos em “imagens superexpostas: pura exterioridade, sem interioridade [...]. São seres inteiramente públicos [...], cuja vida privada está destinada a ser unicamente pública” (ROUILLE, 2009, p. 150). As “estrelas” atuais se

tornaram objetos de consumo, que sobrevivem graças às zonas refletoras de certos programas. Essa conversão do privado em público, essa oferta de proximidade ilusória com os inacessíveis seres midiáticos é justificada pela compulsão de ver, atribuída ao público.

Em nome do público, esses programas informativos inscrevem-se em um movimento de dissolução das fronteiras entre público e privado, oferecendo, em vez de mais consistência e reflexão, apenas imagens. O que legitimaria a espetacularização da informação é “o insaciável voyeurismo do público [...] que precisa de imagens com as quais possa se identificar e se emocionar” (ROUILLÉ, 2009, p. 150) No entanto, o jornalismo tem uma função primordial, que justifica a sua existência: levar informação de interesse público, contribuindo para a formação crítica do cidadão.

Em vez de propor razões para se acreditar nesse mundo, em vez de procurar, como a imprensa de informação, compreendê-lo, a imprensa de celebridade o camufla, cobre-o, garante-o com o véu brilhante de lantejoulas, de sonho, de emoção, de sentimentalismo. Ela reduz a complexidade deste mundo às fofocas do mundinho frívolo das estrelas (ROUILLÉ, 2009, p. 154).

Tal aproximação com a lógica do espetáculo é evidenciada no programa Fantástico da Rede Globo, uma vez que o programa mistura de forma desordenada informação jornalística com humor e fofocas. O Fantástico, na tentativa de trazer uma multiplicidade de assuntos, mistura o que é considerado interesse do público com o que são de fato matérias de interesse público, relevantes à formação crítica da audiência. No item a seguir, um breve histórico do programa e a discussão de suas principais características auxiliam a perceber a aproximação do Fantástico com a lógica espetacular.

3.3 Fantástico

O programa Fantástico exibido pela Rede Globo estreou no dia cinco de agosto de 1973 com o nome “Fantástico, o Show da Vida”. Criado por José Bonifácio de Oliveira Sobrinho com a participação de Armando Nogueira, Augusto Cesar Vanucci, Manoel Carlos e Ronaldo Boscoli, o programa é classificado como uma revista eletrônica. Explora uma fórmula que mistura matérias jornalísticas, de cunho investigativo, com quadros de humor, esporte e curiosidades.

Ao se classificar como uma revista eletrônica, o Fantástico oferece ao telespectador uma variedade de assuntos que passam a ser tratados de forma homogênea: a celebridade que revela sua gravidez ganha a mesma relevância que uma reportagem investigativa sobre a venda ilegal de diplomas universitários. Essa falta de hierarquização da informação faz com que a fofoca e o humor recebam o mesmo destaque de uma matéria jornalística, caracterizada pelo interesse público. Essa mistura excessiva e desordenada faz com que o programa fique descaracterizado, pois acaba padronizando gêneros completamente distintos. O Fantástico apresenta à audiência o que ele acha que os telespectadores querem ver, o que não corresponde necessariamente com o interesse público. A edição do programa vai alternando os diferentes tipos de informação sem qualquer critério, oferecendo um pacote desordenadamente heterogêneo, que mistura entretenimento e jornalismo como se fosse uma coisa só.

No início, o programa não tinha apresentadores fixos, o que só aconteceu anos depois. Nos primeiros anos, Cid Moreira e Sérgio Chapelin apresentavam o Fantástico juntamente com artistas do elenco da Globo que se revezavam a cada domingo. Chico Anysio, com textos de Marcos César, respondia pelo humor. Léo Batista apresentava notícias sobre esportes. Uma das tradicionais partes do programa é, até hoje, a vinheta de abertura. Inicialmente, a vinheta mesclava música, coreografia e elementos gráficos em 3D. Ao longo do tempo, ela se modernizou rumo a um formato totalmente digital.

Segundo pesquisa divulgada pelo IBOPE em 2013, o Fantástico obteve média de 23 pontos de audiência em São Paulo no mês de julho, posicionando-se como líder de audiência na sua faixa horária. O Fantástico já teve inúmeros apresentadores ao longo da sua história, incluindo Fátima Bernardes, William Bonner, Sandra Annenberg e Patrícia Poeta. Atualmente, Renata Vasconcellos e Tadeu Schmidt apresentam o programa. Os apresentadores têm uma postura mais descontraída, permanecendo em pé ao longo de grande parte do programa. A linguagem do Fantástico é leve e coloquial e o uso de trilhas nas matérias é muito recorrente.

Entre os principais quadros do programa, estão “Repórter por um dia” (uma celebridade é convidada para atuar como repórter), Detetive Virtual (Tadeu Schmidt consulta especialistas para saber se vídeos curiosos da Internet são verdade ou mito) e Me leva Brasil! (Maurício Kubrusly viaja pelo Brasil em busca de personagens curiosos). No quadro Medida Certa, apresentado em 2011, os próprios apresentadores do programa, Renata Ceribelli e Zeca Camargo, entraram em uma “corrida contra a balança” durante noventa dias, expondo suas dificuldades e vitórias na busca por uma vida mais saudável. Nesse sentido, é evidente a

transformação dos apresentadores do programa em verdadeiras celebridades, que devem servir como padrão de comportamento para seus telespectadores.

Como os apresentadores permanecem em pé ou caminham pelo estúdio, muitos são os comentários sobre o figurino escolhido pelas jornalistas. Um exemplo marcante foram as inúmeras ligações recebidas pela Rede Globo sobre as roupas da apresentadora Patrícia Poeta. Patrícia se tornou referência de moda e estilo para muitas telespectadoras que queriam saber onde ela havia adquirido as peças. Por outro lado, houve muitas críticas na seleção do figurino, que foi considerado muito formal e conservador. Essas reações em relação ao figurino da jornalista demonstram o potencial da televisão para mobilizar sentimentos, sejam eles de identificação ou de rejeição.

3.4 Patrícia Poeta

Patrícia Poeta nasceu em São Jerônimo, no dia 19 de outubro de 1976. Formou-se em jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) em 1997. Após sua graduação, foi contratada como repórter, editora e apresentadora da TV Bandeirantes de Porto Alegre, onde permaneceu por um ano.

Logo após, passou pela RBS TV. Em fevereiro de 2000, ingressou na Rede Globo para assumir a apresentação da previsão do tempo dos telejornais Bom Dia São Paulo, Bom Dia Brasil, Jornal Hoje e Jornal Nacional. Aos sábados, Patrícia também era escalada para apresentar o SPTV – 1ª e 2ª edições. Em julho de 2001, Patrícia casou-se com Amauri Soares, então recém-nomeado diretor da Globo Internacional.

Entre 2002 e 2007, Patrícia trabalhou como correspondente internacional da Globo em Nova York. Durante esse período, fez mestrado em Cinema Digital pela Universidade de Nova York. Nos Estados Unidos, Patrícia realizou a cobertura da cerimônia do Oscar, fez matérias relacionadas à cultura e à moda estadunidenses e entrevistou inúmeras celebridades, como Jim Carrey, Cameron Diaz e Tom Cruise.

No dia seis de janeiro de 2008, Patrícia assumiu o posto de apresentadora do Fantástico, substituindo Glória Maria. No programa dominical, a jornalista apresentou diversos quadros, que mesclavam entretenimento e jornalismo, explorando elementos da ficção e da linguagem cinematográfica. No quadro “O Cupido”, Patrícia narrava histórias de amor enviadas pelos telespectadores. O quadro contava com a participação de atores que simulavam as cenas vividas pelos personagens. Em certos

momentos, a imagem congelava e Patrícia aparecia em cena para fazer comentários relacionados à força e à união dos casais.

No Fantástico, Patrícia também realizou inúmeras entrevistas com artistas, políticos e jogadores de futebol. Uma marca presente da jornalista é o tom mais descontraído com que conduz suas perguntas, evitando questionamentos mais profundos e diretos. Na entrevista com o jogador de futebol Adriano, acusado de envolvimento com o tráfico de drogas em uma favela carioca, Patrícia evitou falar sobre o assunto, enfatizando temas relacionados à carreira do atleta, como a mudança de time e o relacionamento com outros jogadores. Quando perguntou sobre um possível envolvimento com o tráfico, Adriano negou e não quis mais falar a respeito. Patrícia, então, mudou o rumo da entrevista e passou a falar sobre a importância da família na vida do jogador.

No dia 1º de dezembro de 2011, a Globo anunciou que Patrícia Poeta deixaria o Fantástico para substituir Fátima Bernardes no Jornal Nacional. Patrícia assumiu todas as funções de Fátima no JN: apresentadora e editora-executiva. Sua estreia no JN ocorreu no dia 6 de dezembro do mesmo ano. No telejornal, a apresentadora já cobriu fatos importantes a nível mundial, como a nomeação do papa Francisco em Roma.

4 ANÁLISE

4.1 Análise de discurso

A análise de discurso (AD) procura compreender como a linguagem cria sentidos, enquanto trabalho simbólico constitutivo do homem e de sua história; entende a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade social. Segundo Orlandi (2009), essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a continuidade quanto o deslocamento do homem e da realidade em que ele vive. O trabalho simbólico do discurso está na base da produção da existência humana.

De acordo com Orlandi (2009), esse método de pesquisa assume a linguagem como um instrumento simbólico repleto de possíveis equívocos, uma vez que não há neutralidade nem mesmo no uso aparentemente banal dos signos. O jornalismo busca empregar uma

linguagem supostamente objetiva, o que, na perspectiva da análise de discurso, se mostra uma utopia, pois não há garantia de que haja convergência de interpretação entre os interlocutores. O jornalista pode apenas direcionar o sentido do seu texto, mas não pode controlar a sua compreensão.

O jornalismo narra a sociedade para a própria sociedade, por meio de um texto construído a partir de elementos exteriores ou anteriores, como a história, o senso comum e a cultura. A análise de discurso busca identificar onde esses elementos estão inseridos nessa linguagem, e também procura mapear as vozes presentes no discurso jornalístico, que se diz polifônico, mas nem sempre possui enunciadores plurais que apresentam conhecimentos a partir de diversos pontos de vista “[...] apenas a pluralidade de perspectivas de enunciação pode configurar o jornalismo como um campo plural e representativo da diversidade social” (BENETTI, 2008, p. 120)

A análise de discurso não considera a linguagem transparente, ou seja, não crê na imanência do sentido. Ela não procura identificar qual o sentido do texto, mas se pergunta como determinado texto significa. Ela produz um conhecimento a partir do próprio texto, pois o vê como tendo uma materialidade simbólica, uma espessura semântica: ela o concebe em sua discursividade (ORLANDI, 2009).

Para a AD, toda linguagem é dialógica, podendo ser pensada em dois planos: a relação entre discursos e a relação entre sujeitos. A primeira relação diz respeito à interdiscursividade, termo associado ao fato de que um texto é sempre atravessado por outros textos. A segunda diz respeito à intersubjetividade, isto é, ao fato de que o discurso não existe por si mesmo, ele só existe em um espaço entre sujeitos (BENETTI, 2007). O discurso depende dos sujeitos para existir, o que significa que seu sentido é opaco e pleno de possibilidades de interpretação.

Na produção do discurso, um dos elementos fundamentais é a memória enquanto interdiscurso, representando aquilo que é dito em outro momento, em outro lugar, por outras vozes, e que determina o sentido do discurso atual de formas muitas vezes inconsciente. Assim, o sentido não existe de forma individual, mas é determinado por posições ideológicas, o que faz com que as palavras mudem de sentido de acordo com a posição do sujeito que as emprega.

O entendimento do discurso como uma construção intersubjetiva leva a defini-lo como histórico e subordinado aos enquadramentos sociais e culturais. Assim, o discurso deve ser analisado dentro de seu contexto de produção, pois a relação entre linguagem e exterioridade é constitutiva do discurso. O discurso do sujeito é afetado pela língua, pela cultura, pela

ideologia e pelo imaginário. Os sentidos não estão presos ao texto nem emanam do sujeito que lê; eles são resultado do processo de interação texto-leitor (BENETTI, 2007).

Partindo da ideia de que a materialidade específica da ideologia é o discurso e a materialidade específica do discurso é a língua, a AD trabalha a relação língua-discurso-ideologia (Orlandi, 2009). Como diz Pêcheux (1997), não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado pela ideologia e é assim que a língua faz sentido. Conseqüentemente, o discurso é o lugar em que se pode observar essa relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentido por/para os sujeitos.

Para a AD, o texto é decorrência de um movimento de forças que lhe é exterior e anterior. Benetti (2007, p. 111) explica que “o texto é a parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia em outro lugar: na sociedade, na cultura, na ideologia, no imaginário”. A intenção do método é justamente tornar visível a reunião, raramente aparente, das forças que compõem o texto. Assim, existem, no texto, duas camadas: uma mais visível (camada discursiva) e outra que só se torna evidente quando aplicado o método (camada ideológica).

Um dos pontos de partida da análise é a identificação das formações discursivas (FDs). Segundo Benetti (2007, p. 112), uma formação discursiva é “uma espécie de região de sentidos, circunscrita por um limite interpretativo que exclui o que invalidaria aquele sentido”. As formações discursivas materializam formações ideológicas, as quais estão intrinsecamente relacionadas com a ordem da história.

O sentido é determinado por uma configuração ideológica, que reside nesta espécie de segunda camada do discurso. A análise de discurso nos diz que um sentido representa o que poderia ser dito, naquele contexto específico, por aqueles sujeitos particulares, levados ideologicamente a dizer uma coisa, e não outra. Benetti (2007, p. 112) complementa a definição de formação discursiva: “aquilo que pode e deve ser dito, em oposição ao que não pode e não deve ser dito”.

O sujeito da linguagem é descentrado, pois é afetado pelo real da língua e também pelo real da história, não tendo o controle sobre o modo como elas o afetam. Isso significa dizer que o sujeito discursivo funciona pelo inconsciente e pela ideologia. As relações de linguagem são relações de sujeitos e de sentidos e seus efeitos são múltiplos e diversos. Na AD, “o discurso não é visto como uma liberdade em ato, independente de condicionantes históricos, nem a língua é totalmente fechada em si. A língua é, assim, condição de possibilidade do discurso” (ORLANDI, 2009, p. 52).

Segundo Orlandi (2009), todo o funcionamento da linguagem se assenta na tensão entre processos parafrásticos e processos polissêmicos. Os processos parafrásticos são aqueles pelos quais em todo dizer há sempre algo que se mantém, isto é, o dizível, a memória. A paráfrase representa, assim, o retorno aos mesmos espaços do dizer. Relaciona-se com a ideia de estabilização. Ao passo que, na polissemia, o que temos é deslocamento, ruptura de processos de significação, relacionando-se intrinsecamente com o equívoco. Essas formas trabalham continuamente o dizer, de tal modo que todo discurso se faz nessa tensão entre o mesmo e o diferente. Dessa forma, a incompletude é a condição da linguagem: nem os sentidos nem os sujeitos estão prontos e acabados. Eles se constituem na relação tensa entre paráfrase e polissemia. Assim, “os sentidos e os sujeitos sempre podem ser outros, dependendo de como se inscrevem na história” (ORLANDI, 2009, p. 37).

Todo discurso é norteado pelo que se imagina sobre o outro. É necessário que os dois sujeitos envolvidos no processo possam compreender a posição de sujeito do outro, além da sua própria. Aqui, é importante destacar o conceito de formação imaginária. Segundo Benetti, o sujeito que fala tem dois horizontes imaginários ao longo dos quais se desloca na enunciação dirigida a um interlocutor, refletindo sobre si e sobre o outro. Em contrapartida, o próprio interlocutor lida com a imagem que faz de si e do outro. O jornalista que enuncia tem uma imagem sobre si, seu papel e sua identidade. Esse jornalista também tem uma imagem sobre seu leitor. “Para que o discurso jornalístico aconteça, os interlocutores devem reconhecer as permissões e restrições dos sistemas de formação do jornalismo, sendo capazes de reconhecer os elementos que definem o gênero” (BENETTI, 2008, p. 5).

Este trabalho utilizará a análise de discurso como metodologia, porque ela se aplica no propósito de identificar sujeitos, desvendar sentidos, analisar linguagens. Esse é justamente o objetivo desta pesquisa, que busca compreender a construção de sentido que o programa Fantástico desenvolveu na entrevista da jornalista Patrícia Poeta com a presidente Dilma Rousseff. A análise de discurso se enquadra nesse objetivo ao considerar o jornalismo e o produto televisivo como formas de produção de conhecimento que, através da linguagem, criam, reproduzem e transportam sentidos.

4.2 Corpus

O corpus desta pesquisa é constituído pela entrevista, veiculada no programa Fantástico da Rede Globo, realizada pela jornalista Patrícia Poeta com a presidente Dilma

Rousseff. A gravação editada foi ao ar no dia 11 de setembro de 2011¹. A entrevista é composta de duas partes: a primeira, realizada no Palácio da Alvorada, traz fatos da intimidade de Dilma; a segunda, já no Palácio do Planalto, procura focar nas decisões políticas tomadas pela presidente. As partes são apresentadas em blocos separados no programa.

Dilma Rousseff foi eleita a primeira presidente mulher do Brasil no dia 31 de outubro de 2010, tendo, portanto, assumido o cargo apenas nove meses antes da entrevista. Naquele momento, as bancadas estavam disputando o comando de diversos cargos políticos. Entre os fatos marcantes desse início de governo, está a substituição de quatro ministros devido a denúncias de corrupção, o que ficou conhecido popularmente como uma “faxina ministerial”; a oferta gratuita de remédios para diabetes e hipertensão; a redução dos impostos para microempreendedores individuais (MEI) e a redução da taxa básica de juros em 0,5% pelo Banco Central. Um dos objetivos do governo Dilma era dar continuidade às ações sociais, principalmente as relacionadas ao combate à pobreza, iniciadas por seu antecessor, Luiz Inácio Lula da Silva.

A entrevista foi analisada criticamente, considerando principalmente o discurso oral (transcrito em texto); a linguagem visual serviu como complemento para a análise. Foram identificadas, ao longo da análise, quatro formações discursivas (FDs), ou seja, quatro regiões de sentido dominantes: a) intimidade, que abrange os gostos pessoais da presidente, bem como a tentativa da jornalista de estabelecer uma relação íntima com a entrevistada; b) feminilidade, ou seja, à tentativa da jornalista de encontrar na imagem da presidente certas características construídas como sendo do universo feminino; c) temperamento, em que características como impaciência e eficiência foram reforçadas pelo discurso jornalístico como constitutivas de Dilma Rousseff; e, por fim, d) negociação, sentido compreendido como o mais forte em relação aos outros, pois permeia as demais formações discursivas. Essa formação discursiva está associada às relações estabelecidas entre as interlocutoras, que compreendem a correção feita por Dilma de algumas falas da jornalista, a luta pelo controle, a insistência da jornalista em assuntos pessoais, dos quais a entrevistada procura claramente se desviar, e o enfrentamento.

As formações discursivas são exemplificadas por sequências discursivas, que estão transcritas de forma literal, mantendo os traços da língua falada. As SDs serão apresentadas

¹ A data marca os dez anos dos atentados às Torres Gêmeas em Nova York. Em razão disso, Patrícia Poeta foi deslocada para Nova York, onde cobriu as homenagens às vítimas dos atentados. É de lá, então, que entra ao vivo para ler as cabeças que chamam as duas partes da entrevista.

recuadas na página, em corpo 11, entrelinhamento simples, introduzidas por travessão e com a identificação das interlocutoras: PP (Patrícia Poeta) e DR (Dilma Rousseff). Quando a fala da jornalista se tratar de uma narração sobre imagens, será identificada por “off”. As partes destacadas em negrito são os sentidos dominantes que justificam as formações discursivas encontradas na análise.

4.3 Formação de sentidos

4.3.1 Intimidade

Patrícia Poeta busca, principalmente na primeira parte da entrevista, estabelecer uma relação de intimidade com Dilma Rousseff, questionando-a sobre seus gostos pessoais e sua vida no Palácio da Alvorada. Patrícia força, desde o início, uma aproximação com a entrevistada, a qual reage, na maioria das vezes, com desconforto e desconfiança. A jornalista parece querer mostrar para o público algo inédito: quem é a primeira mulher presidente do Brasil, o que ela faz nas horas vagas, o que ela gosta de comer, quem são as pessoas que frequentam a residência da presidente e como ela está se adaptando à vida no Palácio da Alvorada.

- [PP] A senhora está **gostando de morar aqui**, presidente?
- [PP] O que que tem **a sua cara aqui, que a senhora gosta, que a senhora se enxerga?**
- [PP] Qual o seu **prato preferido?**

Apesar do esforço de Patrícia para descobrir fatos específicos e curiosos, Dilma busca naturalizar o próprio cotidiano, mostrando que não há nada significativamente diferente no dia a dia da presidente do país. A jornalista parece querer evidenciar algum aspecto espetacular da realidade de Dilma, alguma coisa que a diferencie dos demais. No entanto, Dilma banaliza seu cotidiano, negando-se a glamurizá-lo.

- [PP] Como é que é **acordar todo dia como presidente** da República?
- [DR] **É como todo mundo acorda**, Patrícia.

Nas sequências abaixo, é possível perceber o desconforto da presidente com a tentativa da jornalista de saber sobre questões pessoais. Dilma responde com frases curtas,

procurando se desviar do assunto. A entrevistada claramente toma cuidado ao responder as frases, fazendo uso de expressões como “não é constante”, “às vezes”, ou ainda se limita a repetir o que Patrícia tinha afirmado anteriormente, como em “mas elas estão bem”.

- [PP] **Sua mãe**, dona Dilma Jane, e **sua tia**, dona Arilda, **seguem morando com a senhora** aqui no Palácio?

- [DR] **É, é, diríamos assim que não é constante. Às vezes, elas vão para Belo Horizonte.** Mas eu tenho tentado fazer com que minha mãe fique aqui permanentemente.

- [PP] Estou perguntando, porque, no ano passado, eu entrevistei as duas e **elas pareciam bem animadas em viver aqui. Sua mãe disse que queria se divertir, queria assistir a um bom filme, aqui no Palácio da Alvorada.**

- [DR] **Mas elas estão bem.**

Também é possível evidenciar na última fala de Patrícia, a tentativa de mostrar que ela tem familiaridade com a mãe e a tia de Dilma e que possui informações quanto à expectativa das duas para morarem no Palácio da Alvorada. Patrícia menciona o fato da mãe da entrevistada querer “assistir a um bom filme”, tentando instigá-la a confirmar a informação ou até mesmo a fornecer novas revelações. Dilma, no entanto, demonstra não ter interesse em falar sobre o assunto.

Patrícia tenta construir uma imagem de avó para Dilma, procurando saber o que ela faz quando o neto vai visitá-la no Palácio da Alvorada. Diante da imprecisão da resposta de Dilma, a jornalista começa a elencar uma série de perguntas referentes a atividades supostamente realizadas por avós e netos. É clara a tentativa da jornalista em saber qual a relação de Dilma com o neto, testando-a para conferir se ela faz tudo o que é socialmente esperado como comportamento das avós, como “brincar” e “cantar”. A entrevistada começa a estranhar a insistência da jornalista e responde objetivamente o que Patrícia estava implicitamente querendo saber (“[DR] Ué, **faço tudo que toda avó faz, tudo**”). Quando Dilma se rende aos apelos de Patrícia e afirma que avó “é mãe com açúcar”, a jornalista se convence e encerra o assunto.

- [PP] **O que a senhora costuma fazer com ele** [o neto]?

- [DR] **Fico o dia inteiro com ele.**

- [PP] **Brinca** com ele?

- [DR] **Brinco**, levo ele pra nadar.

- [PP] É verdade que **a senhora canta pro seu netinho de vez em quando?**

- [DR] Ué, **faço tudo que toda avó faz, tudo.**

- [PP] Está **curtindo esse papel de avó?**

- [DR] Olha, eu vou te falar, **é um papel fantástico. É mãe com açúcar.**

Ainda em relação ao neto, Patrícia busca uma aproximação baseada no senso comum de que as crianças crescem muito rápido para mães e avós. Compartilhando esse sentimento, Patrícia se impressiona com a aproximação do aniversário de um ano do neto de Dilma.

- [PP] **De um aninho já?**
- [DR] **De um aninho.**
- [PP] **Passa rápido, né?**
- [DR] **Passa, outro dia ele tinha nascido.**

Em uma tentativa inusitada e absurda de desvendar o que a presidente faz na sua intimidade, Patrícia chega a perguntar se Dilma já teve tempo de sentar em todos os sofás do Palácio da Alvorada. Dilma responde à pergunta com um toque de sarcasmo, como se o assunto fosse sério e exigisse honestidade. Patrícia se limita a repetir a afirmação da presidente, já que a pergunta não tem outra finalidade a não ser mostrar o quanto Dilma realmente aproveita o conforto do palácio.

- [PP] **Agora o espaço é grande, a senhora já teve tempo de sentar em todos esses sofás** ou não?
- [DR] **Olha, eu já, viu? Vou te falar com sinceridade.**
- [PP] **Já inaugurou todos, então.**

Quando Patrícia e Dilma chegam à biblioteca, a presidente faz questão de ressaltar que não gosta de ar-condicionado. Patrícia aproveita a oportunidade para criar um vínculo com a entrevistada, expressando a sua opinião em relação ao assunto. Apesar do foco da primeira parte da entrevista ser as preferências pessoais de Dilma, Patrícia faz questão de trazer seu próprio julgamento. O compartilhamento de um ponto em comum entre as duas cria uma atmosfera mais informal, como se fosse uma conversa entre amigas.

- [DR] **Tem uma vantagem aqui, vou te explicar qual é: não tem ar-condicionado.**
- [PP] **A senhora não gosta de ar-condicionado? Eu também não gosto.**

No final da entrevista, Patrícia parece querer identificar, mais uma vez, a entrevista com uma conversa, um bate-papo. A jornalista aperta as duas mãos de Dilma, como se estivesse se despedindo de uma amiga. Esse contato corporal é significativo, pois foi a única vez que isso aconteceu ao longo da entrevista. Dilma se limita a sorrir, respondendo de forma mais formal à aproximação da jornalista. Patrícia agradece Dilma pelo fato de ter revelado sua intimidade, dando a entender que conseguiu o que queria: mostrar a vida privada da presidente do Brasil.

- [PP] Presidente, **muito obrigada por essa conversa, por mostrar um pouco da sua intimidade para gente, por ter me recebido** aqui em Brasília.

4.3.2 Feminilidade

Na primeira parte da entrevista, Patrícia Poeta destaca o fato de Dilma ser a primeira presidente mulher da história do Brasil para, logo em seguida, continuar as “revelações” sobre os gostos da entrevistada. A jornalista questiona como a presidente faz para se manter bem-arrumada todos os dias e como toma as decisões sobre a peça de roupa que irá usar ao acordar.

- [PP] E ter que **escolher**, por exemplo, **uma roupa**, tem que estar **sempre muito bem alinhada, tem que se preocupar** com isso também.

- [DR] Geralmente, Patrícia, eu acordo cedo porque eu caminho. Aí eu volto e aí **você tem de**, de fato, **procurar uma roupa rápido**.

- [PP] Tem **alguém que escolhe as suas roupas**, tem **alguém que lhe ajuda nessa tarefa?**

- [DR] Não. Não. **É inviável, é pouco eficiente, você tem de dar conta das suas necessidades. Pelo fato de você ter virado presidente, você não deixa de ser uma pessoa** e é bom que você seja responsável por tudo que diz respeito a você mesma.

É possível perceber na primeira fala de Patrícia a referência à ideia de que estar bem-vestida é uma preocupação obrigatória a todas as mulheres, uma necessidade feminina diária. Dilma desconstrói a fala da jornalista ao afirmar que acorda cedo não para ter mais tempo para se arrumar, mas porque gosta de caminhar de manhã. Diz ainda que escolhe a roupa que vai usar rapidamente, mostrando que esta não é uma questão relevante no seu dia a dia. A jornalista, então, supõe que, se Dilma não tem tempo para escolher suas roupas, algum profissional certamente deve ajudá-la nessa tarefa, evidenciando que tal escolha exige tempo e dedicação, não podendo ser menosprezada. Dilma, no entanto, salienta que seria ineficiente depender de uma pessoa para escolher suas roupas, reforçando que é uma mulher independente, capaz de tomar suas próprias decisões. Enfatiza que ser presidente não a torna diferente dos outros, continuando, assim, responsável pela sua vida, por suas escolhas. A entrevistada deixa claro, assim, que tal questão é secundária no seu cotidiano, refutando a ideia implícita na fala da jornalista de que toda mulher precisa se preocupar com a aparência.

Patrícia, porém, continua a insistir no tema, comentando o fato de que Dilma parece estar usando mais saias e vestidos ultimamente, segundo a opinião da jornalista.

- [PP] **É impressão minha ou a senhora tem usado mais saias, mais vestidos?**
- [DR] **Ah, eu tenho usado.**
- [PP] **Hoje, por acaso, a senhora não está usando, mas eu tenho visto.**
- [DR] **Eu tenho usado mais saia do que antes. Eu poderia continuar usando só calça comprida, mas eu acho que pelo fato de eu ser mulher tem horas que eu tenho de afirmar essa característica feminina.**
- [PP] **Pede isso, né?**
- [DR] **É, pede.**

Diante da simples confirmação de Dilma, Patrícia reforça o fato de que ela tem observado Dilma usando mais saias e vestidos, mesmo que no dia da entrevista Dilma esteja de calça. A entrevistada, então, diz que não se sente obrigada a usar saias e vestidos, mas que usa quando acha necessário afirmar essa característica feminina. Patrícia consegue, então, chegar à associação que estava tentando fazer desde o início: de que o fato de ser mulher “pede” o uso de roupas identificadas tradicionalmente com a imagem feminina, como saias e vestidos.

Patrícia, em seguida, volta a questionar a presidente sobre os cuidados com o visual. Insiste em saber se a presidente se preocupa com a aparência, afinal essa parece ser uma associação direta para a jornalista: toda mulher precisa ter tempo para cuidar do seu visual. Dilma, então, faz uma correção a tal associação: diz que se preocupa com a aparência sim, mas não pelo fato de ser mulher, mas porque isso faz parte de sua condição de presidente. Dilma deixa claro, portanto, que se cuida por causa da função que ocupa e não por uma exigência de gênero.

- [PP] **Tem tempo pra cuidar do visual, se preocupar com isso?**
- [DR] **Isso faz parte da minha condição de presidenta, não posso sair sem ter um cuidado com a minha aparência.**

Diante da afirmação da presidente de que a aparência não é uma questão essencial na sua vida, Patrícia pergunta quem é responsável por fazer a sua maquiagem. A jornalista parte de uma pré-concepção de que Dilma não deve saber se maquiar, já que não gosta de perder tempo cuidando da aparência.

- [PP] **Quem é que faz, por exemplo, a sua maquiagem?**
- [DR] **Eu mesma.**
- [PP] **A senhora aprendeu a se maquiar?**

- [DR] **Eu sabia desde, há muitos anos, eu não me maquiava porque eu não queria.**

Dilma parece desfazer, através de sua resposta, a ideia implícita introduzida pela fala da jornalista de que toda mulher precisa se maquiuar; caso não se maquie, é sinal de que ainda não aprendeu. Essa parece ser, segundo a jornalista, uma associação lógica. Porém, Dilma evidencia a possibilidade de uma mulher não se maquiuar por opção própria e não por falta de habilidade.

Quando começam a falar sobre saúde, Dilma diz que quer emagrecer um pouco. A jornalista procura saber especificamente quantos quilos a presidente quer perder e faz menção ao “sonho de consumo”. Aqui, já está implícita a ideia de que, para a mulher, perder peso é um sonho de consumo, é um desejo constante, uma meta a ser atingida. Dilma responde de forma vaga à pergunta. Patrícia aproveita, então, para tentar criar um vínculo com a entrevistada pelo fato de ambas serem mulheres. A jornalista apela para o senso comum de que toda mulher deseja perder peso, ou seja, está insatisfeita com suas medidas atuais. No entanto, tal tentativa de aproximação é barrada por Dilma, que se nega a se enquadrar na imagem de uma mulher insatisfeita permanentemente com seu peso.

- [PP] Mas a senhora pretende **emagrecer quantos quilos? O sonho de consumo?**

- [DR] Ah, **não é muito**, uns quatro, cinco quilos.

- [PP] **Mulher quer sempre perder um pouquinho**, né?

- [DR] **Não**, é voltar o que eu era antes da eleição.

Na segunda parte da entrevista, o foco passa a ser a política. Referindo-se às ministras Gleise Hoffmann, Ideli Salvatti e Miriam Belchior, Patrícia pergunta como funciona esse “clube”. Dilma salienta que acha importante combinar homens e mulheres, evidenciando que, no governo, não existe um “clube” das mulheres, mas que acredita na complementaridade entre ambos os sexos. Dilma deixa clara a ideia de que homens e mulheres são iguais e de que não se relaciona de forma diferenciada com as ministras pelo fato de serem mulheres.

- [PP] O comando político tem **três mulheres**. Como é que tem funcionado **esse clube?**

- [DR] Eu acho que **é sempre bom combinar homens e mulheres**, porque nós todos **somos complementares**.

Patrícia insiste em saber como são as reuniões com as ministras, procurando encontrar alguma característica distintiva no tratamento de Dilma com as mulheres do governo. Dilma,

mais uma vez, afirma que as reuniões são similares, já que, para ela, não há diferença em dialogar com homens ou mulheres.

- [PP] Agora, e **as reuniões com elas, como é que são?** São mais descontraídas, são mais duras?
- [DR] Não, não, eu **acho que é muito similar** [aos homens].
- [PP] Em uma reunião dessas, por exemplo, tem um **momento mais mulher? Bolsa, sapato, filho, neto?**
- [DR] **Tem não.**
- [PP] Tem não. **Nem no cafezinho?**
- [DR] **Na verdade, não tem,** viu? Não. **Tem neto,** viu? Agora que **tem uma quantidade de gente com neto e todo mundo quer mostrar o seu** atualmente.

Aqui, pode-se perceber a associação feita pela jornalista de determinados assuntos com o universo feminino - bolsa, sapato, filho, neto. Após a resposta negativa de Dilma, Patrícia insiste e pergunta se, quem sabe na hora do cafezinho, tem espaço para uma conversa mais feminina. Dilma nega mais uma vez, revelando apenas que o tema “neto” aparece sim em alguns momentos. É interessante notar que Dilma não deixa claro que conversa sobre o neto com as ministras, mas coloca apenas que, pelo fato de muitas pessoas terem neto, o assunto acaba vindo à tona nas conversas, seja com homens ou mulheres.

A jornalista chega, então, a um tema relacionado ao comportamento da presidente, ao popularmente chamado “jeito durão”. Dilma é vista socialmente com uma imagem mais séria, decorrente principalmente das declarações de pessoas ligadas à presidente sobre seu jeito firme e assertivo.

- [PP] Agora, presidente, **vamos esclarecer algo que virou meio lenda** aqui, que é o **jeitão da presidente**, que é o estilo. **A senhora é durona mesmo?**
- [DR] Uma vez eu disse e **ninguém entendeu.** Eu disse achando que eu estava fazendo uma **ótima piada.** É que eu **sou a única mulher dura cercada de homens todos meigos aqui.** Nenhum é duro, nenhum é tranquilo e firme, então, é **uma coisa absurda. Só porque eu sou mulher e estou em um cargo que, obviamente, é de autoridade, eu tenho que ser dura. Se fosse um homem, você já viu alguém chamar...** Aqui no Brasil alguém falar: 'Não, fulano está num cargo e ele é...
- [PP] Durão. A senhora acha, então, que é **pelo fato de a senhora ser mulher?**
- [DR] É, e **eu sou uma pessoa assertiva. Que nesse cargo que eu ocupo, eu tenho que exercer a autoridade que o povo me deu.**

Patrícia já introduz o tema afirmando que o jeito da presidente é tratado como se fosse uma lenda, algo sobre o qual todo mundo especula, mas que ninguém sabe se é verdade realmente. Patrícia faz referência ao “jeitão” da entrevistada e pergunta se ela é mesmo

“dura”. Na pergunta está, implicitamente, o paradoxo em ser “dura” e ser “mulher”; Patrícia quer saber se isso é verdade, como é possível conjugar uma característica considerada masculina com o fato de ser mulher. A entrevistada ironiza, então, dizendo que só ela é dura e que todos os homens do governo são meigos. Aqui, Dilma já começa a construir sua argumentação de que existe um pré-conceito social sobre o jeito esperado para homens e para mulheres: mulheres devem ser meigas e homens, mais duros e impositivos. A entrevistada acha um absurdo ser tachada como “dura”, porque muitos homens também são assim e não são julgados por isso quando ocupam os mesmos cargos. Dilma deixa claro que esse assunto só se tornou popular pelo fato de ela ser mulher e ocupar um cargo de autoridade que exige posições mais firmes. Patrícia relaciona, mais uma vez, na sua pergunta, a fama de dura de Dilma ao fato de ela ser mulher. Dilma, então, não faz uso do termo “dura”. Diz apenas que é uma pessoa assertiva, característica exigida pelo cargo de autoridade que ocupa. Seja homem ou mulher, o exercício da autoridade é inerente, segundo Dilma, à função de presidente do Brasil.

É nítido, nessas sequências, o desconforto de Dilma diante das tentativas da jornalista de enquadrá-la em uma imagem tradicionalmente feminina, como alguém que se interessa por maquiagem e moda e se preocupa com a aparência. Dilma se recusa a aceitar os estereótipos criados por Patrícia Poeta e mostra que é uma mulher independente com personalidade forte. Depois de mostrar que Dilma não se identifica com o que socialmente se define como universo feminino, Patrícia traz à tona o jeito “dura” da presidente, que a aproxima de uma imagem mais masculina. Assim, a jornalista explora estereótipos e clichês com o objetivo de mostrar que a personalidade da primeira presidente mulher do Brasil poderia ter traços tradicionalmente associados aos homens, como se tal fato tivesse sido determinante para Dilma ter chegado à posição de presidente do país, demonstrando uma visão marcadamente machista da sociedade.

4.3.3 Temperamento

O discurso da jornalista constrói, ao longo da entrevista, uma imagem do temperamento de Dilma Rousseff, pautada principalmente pela impaciência e pela eficiência. No início da entrevista, Patrícia ressalta o fato de Dilma ter cumprimentado toda a equipe do Fantástico e de parecer estar bem-humorada.

- [off] Ela **cumprimenta** toda nossa equipe. E se mostra de **bom humor**.
- [DR] Você tem que ter patins para viver aqui. Ou um skate.
- [off] Mas **ela quer começar logo**.

Para justificar tal afirmação, é colocada em seguida a brincadeira de Dilma sobre a necessidade de possuir patins ou skate para poder viver em um lugar tão grande, como o Palácio da Alvorada. Apesar desse começo mais informal da entrevista, em que Dilma se mostra à vontade e bem-humorada, Patrícia ressalta que a presidente não está para brincadeira e quer começar logo a entrevista. A jornalista deixa claro que Dilma é uma pessoa com muitos compromissos e que não gosta de perder tempo. A primeira imagem marcada pela descontração é logo substituída pela ideia de seriedade e impaciência.

- [off] Mas em palácio presidencial, **biblioteca não é só ambiente de leitura. É palco de reuniões**, muitas reuniões. **E ela gosta**.

A jornalista faz questão de destacar que a entrevistada gosta de reuniões, marcando que a presidente gosta de trabalhar. É interessante notar que a biblioteca, inserida primeiramente para marcar o gosto da presidente pela leitura, é usada, pela jornalista, para ressaltar o lado trabalhador. Patrícia parece deixar, na verdade, apenas uma pequena brecha para Dilma falar sobre o que gosta, já que se encarrega de fazer os acréscimos que acha necessário, sempre relacionados ao comportamento de Dilma no trabalho.

Após falar sobre o estado de saúde de Dilma na garagem do Palácio da Alvorada, Patrícia menciona que a presidente conduz a equipe do Fantástico em direção à saída.

- [off] Aos poucos, a presidente **vai nos encaminhando para cima e para fora**.

Patrícia parece querer mostrar que Dilma está impaciente e quer terminar logo a entrevista, afinal, é a própria entrevistada que conduz a equipe para fora. Pelo discurso da jornalista, Dilma parece já ter se cansado da entrevista, dando um sinal de que tem outros compromissos. Essa afirmação dá a sensação de que a presidente é uma pessoa rude, que não sabe receber as pessoas de forma educada.

- [off] **Ela avança mais um pouquinho. Fica claro o motivo. São 10h30 da manhã. Normalmente ela sai para o trabalho às 9h.**
- [DR] Você já notou que **eu comecei a ficar indócil**, não é?
- [PP] Já, **reparei pela perninha**, já reparei.
- [DR] **Estou indócil**.

A fala de Patrícia dá continuidade à impaciência de Dilma para levar a equipe do programa para fora do Palácio da Alvorada. Patrícia diz que a presidente avança mais um pouco, implicitamente dizendo que a entrevistada os segue conduzindo para a saída. A jornalista mostra ao público que o motivo é claro: a presidente quer trabalhar.

- [off] O trajeto entre os Palácios da Alvorada e do Planalto - a casa e o trabalho da presidente da República - **leva quatro minutos. É ela quem faz questão de me destacar esse detalhe de eficiência e rapidez. Duas qualidades que aprecia muito.**

Na segunda parte da entrevista, Patrícia acompanha Dilma até o Palácio do Planalto, onde o foco da entrevista será a política. A jornalista diz que o trajeto entre a residência e o local de trabalho da presidente leva apenas quatro minutos. Segundo Patrícia, Dilma fez questão de destacar a rapidez com que chega ao trabalho, tornando sua rotina mais eficiente. A jornalista conclui, então, que eficiência e rapidez são qualidades muito apreciadas pela entrevistada. É interessante perceber que, em nenhum momento, as afirmações da jornalista são respaldadas pela fala da própria presidente. Tais conclusões são oferecidas ao público sem qualquer possibilidade de confirmação. Patrícia é quem se encarrega de apontar as qualidades apreciadas pela presidente, tornando o discurso válido por si mesmo e tomando para si a função de caracterizar a entrevistada.

- [PP] O que **tira a senhora do sério?**

- [DR] Eu vou te falar, eu acho que **quando a gente não deu o melhor de si, me tira do sério.**

- [PP] **Aí, a senhora vai lá e cobra** e é aí que **entra bronca.**

- [DR] Mas sabe o que é? **Eu cobro de mim também.**

Quando a jornalista pergunta para Dilma o que a faz perder a paciência, implicitamente procura associar mais uma vez a imagem da presidente com o fato de ela ser impaciente, ou melhor, intolerante a falhas. Dilma responde que não admite pessoas que não procuram fazer as coisas da melhor forma possível. Patrícia aproveita a resposta para reforçar a imagem da presidente como alguém que cobra, que “dá bronca” e que não deixa falhas passarem sem a devida correção. É interessante perceber que a resposta de Patrícia apresenta uma sequência de ações que se espera da presidente após perder a paciência: primeiro, a cobrança; depois, a repreensão. O discurso da jornalista faz uma associação direta entre o fato de Dilma ser exigente com o fato de ela ser necessariamente ríspida. Dilma, então, diz que ela mesma se exige, que não faz isso apenas com os outros. A cobrança, segundo Dilma, é uma

característica de sua personalidade e, ao contrário do que foi referido por Patrícia, não precisa ser invariavelmente algo negativo.

- [PP] E quando falam, assim, do seu temperamento, **isso incomoda a senhora** de alguma forma ou não, **a senhora não está nem aí para isso?**

- [DR] Sabe o que é, Patrícia? **Ossos do ofício. Tem vários ossos do ofício de ser presidente.** Um é esse. O caso, por exemplo, da **luta contra a corrupção é osso do ofício da presidência**, ou seja, **é intrínseco à condição de presidente** zelar para que o dinheiro público seja bem gasto. Depois, **eu tenho uma responsabilidade pessoal também** nessa direção.

A construção da pergunta já evidencia que, se as declarações sobre o temperamento de Dilma podem incomodar a presidente, é sinal de que muitas pessoas têm uma visão negativa sobre o assunto. Dilma se mostra tranquila ao responder à pergunta. Explica que críticas fazem parte da sua condição de presidente. Parece saber que suas atitudes têm um forte impacto e são constantemente avaliadas pelos eleitores. E aproveita para mostrar que ser presidente do Brasil exige muita responsabilidade, como no controle do dinheiro público, no combate à corrupção, o que evidencia que a presidente não se importa com o que falam sobre seu temperamento, já que, para ela, tudo isso é intrínseco ao cargo que ocupa.

Já no fim da entrevista, Patrícia afirma que a presidente não parece mais tão indócil. A jornalista dá a entender que, como a entrevista está terminando, a presidente se mostra mais calma, pois agora pode ir trabalhar. Aqui o discurso jornalístico reforça que a presidente é uma pessoa trabalhadora, que gosta de cumprir seus horários de trabalho e não gosta de perder tempo. É interessante perceber que Patrícia não diz que a presidente deixou totalmente de estar indócil, o que parece significar que talvez a impaciência faça parte da personalidade. Em outras palavras: Dilma não estava impaciente por causa da entrevista e não deixou de estar porque poderá trabalhar. Patrícia parece dizer que esse traço faz parte do jeito da entrevistada, que talvez até se amenize quando está trabalhando, mas que nunca desaparece totalmente.

-[off] Já chegando ao fim da entrevista, **a presidente não parece tão indócil**, como disse estar no Palácio da Alvorada. Então, decido partir para a última pergunta.

4.3.4 Negociação

O sentido de negociação permeia todas as demais formações discursivas, pois se refere às relações estabelecidas entre a jornalista e a entrevistada. As interlocutoras utilizaram diversas estratégias discursivas para determinar o significado pretendido em certos momentos

da entrevista. No início, depois de fazer uma breve descrição do Palácio da Alvorada, Patrícia estabelece uma relação de controle com Dilma, marcando a necessidade de começar a entrevista. Isso aparece logo após um momento mais descontraído de Dilma, em que ela brinca com o tamanho do Palácio da Alvorada. A entrevista, portanto, já tinha começado. No entanto, Patrícia faz questão de interromper a entrevistada para assumir o controle, mostrando que era hora de trabalhar, e não de fazer brincadeiras.

-[PP] Agora **vamos trabalhar?**

-[DR] **Vamos embora.** Vamos trabalhar.

No final da segunda parte da entrevista, Patrícia agradece a presidente e novamente tenta se colocar no controle, como alguém que, assim como começou a entrevista, tem o poder de encerrá-la. Dilma confirma a suposição de Patrícia de que a jornalista já tomou muito de seu tempo e mostra-se impaciente para trabalhar. Patrícia reafirma mais uma vez sua posição de controle, mandando a presidente ir trabalhar. É interessante perceber que, na sequência anterior, Patrícia convoca Dilma para trabalhar, ou seja, para iniciar a entrevista. Dilma, no final da conversa, deixa claro que só então começará a trabalhar, dando novo sentido para o verbo (trabalhar) e evidenciando que a entrevista não significou trabalho para ela.

-[PP] Presidente, muito obrigada por essa conversa, por mostrar um pouco da sua intimidade para gente, por ter me recebido aqui em Brasília. **Agora, chega de papo, né? Já tomei bastante do seu tempo.**

-[DR] **Agora, eu vou trabalhar.**

-[PP] **Vai trabalhar, presidente.**

Em outro momento, Patrícia pergunta quem manda no Palácio da Alvorada (residência da presidente), claramente testando a autoridade de Dilma. Patrícia afirma que, no Palácio do Planalto (local de trabalho da presidente), Dilma é a chefe, quem toma as decisões e administra o local. A jornalista parece querer saber se Dilma deixa de exercer essa posição de comando em algum momento, se, pelo menos na sua residência, ela cede seu posto à mãe. Dilma, então, desfaz o raciocínio de Patrícia e a corrige ao afirmar que o Palácio da Alvorada não exige ninguém no comando, pois funciona por si mesmo. Assim, Dilma desconstrói a ideia implicitamente colocada por Patrícia de que a presidente está sempre no comando, seja no trabalho ou em casa.

- [PP] **No Palácio do Planalto é a senhora que manda. E aqui no Palácio da Alvorada, é a senhora ou sua mãe?**

- [DR] Acho que **nenhuma de nós mandamos. Isso funciona por si só, viu?**

Depois de perguntar qual o prato preferido da presidente, Patrícia parece querer testar as habilidades de Dilma na cozinha.

-[PP] A senhora **sabe cozinhar?**

-[DR] **Eu sei. Algumas coisas eu faço direito; outras, não.**

-[PP] **Eu sei uma coisa que a senhora sabe fazer.**

-[DR] Uma sopa de beterraba.

-[PP] Mas **tem uma outra coisa que a senhora sabe fazer bem.**

-[DR] **O quê?**

-[PP] **Omelete.**

-[DR] Ah, omelete. O problema meu com omelete é que ele gruda. **Eu não sou boa de omelete, não. Sou boa de ovos revueltos** (ovos mexidos).

A jornalista mostra aqui que conhece a entrevistada, que tem “cartas na manga”, exercendo uma posição de controle e desafiando a presidente a descobrir a informação que tem. Dilma começa o “jogo de adivinhação”, respondendo “sopa de beterraba”. Patrícia parece ter o comando do diálogo, pois Dilma está curiosa para descobrir o que a jornalista sabe. Depois da resposta de Dilma, Patrícia faz mais suspense, dizendo que há outra coisa que Dilma sabe fazer bem, além de sopa de beterraba. É interessante notar que, diante da incapacidade adivinhar o que Patrícia acha que Dilma faz bem, a jornalista tenta assumir uma posição de superioridade, já que parece saber mais sobre a vida da entrevistada do que a própria presidente. Dilma, já demonstrando certa impaciência, desiste do jogo e pergunta o que Patrícia descobriu. A jornalista parece ter ganhado o jogo, pois a presidente não conseguiu adivinhar a resposta. Mas quando ouve a resposta, o jogo vira e a Dilma claramente recupera o controle da interlocução, pois corrige a entrevistadora ao dizer que não faz bem omelete, mostrando que a informação da jornalista não é verdadeira.

No final da primeira parte da entrevista, quando as interlocutoras já estão no lado de fora do Palácio da Alvorada, a jornalista questiona Dilma se já está na hora de ir para o Palácio do Planalto. Patrícia pergunta supostamente já sabendo a resposta, pois sabe que a segunda parte da entrevista será gravada no local de trabalho da presidente. Dilma, então, já demonstrando certa ansiedade para ir trabalhar, confirma a pergunta de Patrícia. A jornalista pergunta se a equipe do Fantástico pode acompanhar a presidente até o Palácio do Planalto, mesmo que tal fato já tenha sido acertado previamente com a assessoria de Dilma.

Nesse ponto, Patrícia parece querer dar um tom mais informal à entrevista, concedendo à entrevistada o papel de decisão. Dilma, então, aproveita para assumir o controle e demarcar poder, o que fez com que a jornalista ficasse sem outra opção a não ser a de se

adequar às delimitações impostas por Dilma. A entrevistada estabelece uma condição para a equipe: a segunda parte da entrevista precisa ser rápida. Com isso, Dilma cede ao pedido de Patrícia, mas não sem colocar um limite, mostrando que é a entrevistada quem detém o controle. A presidente se mostra claramente incomodada com a duração da entrevista e tem pressa para ir ao Palácio do Planalto. A jornalista ratifica o acordo entre as interlocutoras, evidenciando que ambas agora precisam cumprir o que foi combinado.

-[PP] **Está na hora de ir para o Palácio do Planalto, certo?**

-[DR] **Certíssimo.**

-[PP] **A gente pode acompanhar a senhora até lá?**

-[DR] **Com o compromisso de serem bem rápidos.**

-[PP] **Está certo, temos um acordo, então.**

-[DR] **Temos um acordo, então.**

Patrícia pergunta a Dilma se ela esperava ter de trocar quatro ministros em menos de nove meses de governo. Essa pergunta se torna absurda, pois nenhum presidente nomeia seus ministros com a expectativa de que eles sejam afastados do cargo. Patrícia parece insinuar que os ministros cotados para o cargo davam sinais de serem corruptos, desqualificando as escolhas de Dilma.

-[PP] **A senhora não imaginava, por exemplo, que fosse ter que trocar quatro ministros em tão pouco tempo, três deles, pelo menos, ligados a denúncias de corrupção, esperava isso?**

-[DR] Olha, Patrícia, **eu espero nunca trocar nenhum ministro e muitos deles eu não troquei exatamente por isso. Vamos e venhamos.** O ministro Jobim, **Nelson Jobim, saiu por outros motivos.**

-[PP] **Mas os outros três...**

-[DR] **Eles ainda não foram julgados, então não podem ser condenados.**

Configura-se aqui uma situação de claro enfrentamento entre as duas interlocutoras: Patrícia em uma sequência de acusações e insinuações, e Dilma em um processo de defesa e correção. Dilma, por fim, usa um argumento básico, que deveria ser de conhecimento da jornalista: ninguém pode ser condenado sem ser julgado. Patrícia, então, muda de assunto, pois sabe que não obterá nenhum comentário da presidente a esse respeito.

A jornalista provoca Dilma perguntando por que todos esses anos de governo do PT (iniciado por Lula e continuado por Dilma) não foram capazes de acabar com a corrupção, se esse é justamente um dos principais objetivos do partido. Assim, Patrícia deixa clara a ineficiência do governo petista para alcançar sua principal meta, implicitamente associando um valor de incompetência ao partido. Dilma mostra claramente sua irritação na resposta

quando chama Patrícia de “minha querida”, ou seja, como alguém que não sabe o que está falando, que não tem argumentos para fazer tal afirmação.

-[PP] Por que a senhora acha que nesses oito anos e oito meses do governo de PT, eles **não foram capazes, não foram suficientes para acabar com a corrupção**, já que essa é **uma das bandeiras do partido**?

-[DR] **Minha querida**, a corrupção ela não... Por isso que **não é faxina, viu, Patrícia? Você não acaba com a corrupção de uma vez por todas**. Você torna ela **cada vez mais difícil**.

Dilma se coloca em uma posição de superioridade, tomando para si a função de explicar à Patrícia a realidade. Usa um tom didático ao dar a resposta e parece ter o domínio completo sobre o assunto, dando a impressão de estar ensinando à jornalista como as coisas funcionam.

Patrícia novamente provoca a presidente ao perguntar se é possível ter um governo equilibrado com a atual base aliada² no Congresso. Patrícia já revela implicitamente que, com a base aliada de hoje, é muito difícil ter estabilidade no governo. Aqui acontece o momento mais tenso de toda a entrevista, em que o jogo pelo controle e pelo poder fica claro entre as interlocutoras.

-[PP] **É possível ter um governo equilibrado**, um governo **estável, tendo a base aliada que tem no Congresso**? A minha pergunta é a seguinte: a senhora acha que **a senhora pode ficar refém dos aliados**?

-[DR] **Mas eu não acho, Patrícia, que eu sou refém**.

-[PP] **Nem que pode ficar?**

-[DR] **Nem acho. Tem de ter muito cuidado no Brasil para a gente não demonizar a política**. Nós temos uma discussão de alto nível com a base, com a nossa base, e nós vamos...

-[PP] **E como que a senhora controla esse toma lá da cá**, digamos assim, **cada vez mais sem cerimônia das bancadas**? Como é que a senhora faz esse controle?

-[DR] **Você me dá um exemplo do "da cá" que eu te explico o "toma lá". Estou brincando contigo. Vou te explicar. Eu não dei nada a ninguém que eu não quisesse**. Nós montamos um governo de composição. Caso ele não seja um governo de composição, nós não conseguimos governar. **A minha base aliada, ela é composta de pessoas de bem**. Ela não é composta, não é possível que a gente chegue e diga o seguinte: **“Olha, todos os políticos são pessoas ruins”**. **Não é possível isso no Brasil**. Vou tomar uma água.

Patrícia parece não se convencer com a afirmação da presidente de que ela tem um diálogo de alto nível com a base aliada, pois utiliza a expressão “toma lá da cá” para dar uma

² Naquele momento, a base aliada de Dilma no Congresso era constituída pelos seguintes partidos: PMDB, PR, PRB e PSB.

conotação claramente negativa à relação de Dilma com seus aliados. Essa pergunta diz respeito à distribuição dos cargos políticos nesse início de governo, em que os partidos estavam disputando entre si por determinadas funções. Patrícia dá a entender que existe uma relação muito delicada nesse processo, em que a troca de favores e o bate-boca são recorrentes. A segunda pergunta se refere a como a presidente consegue controlar essa situação que, para a jornalista, é evidente. Dilma, então, aproveita o uso da expressão corriqueira de Patrícia (“toma lá da cá”) e pede para que ela exemplifique alguma situação em que isso tenha ocorrido ([DR] “Você me dá um exemplo do “da cá” que eu te explico o “toma lá”).

Nesse momento, toda a assessoria de Dilma dá risada e Patrícia fica em silêncio, claramente constrangida, sem saber o que responder. Depois de um breve momento de tensão, Dilma diz que estava apenas brincando com a jornalista e que vai explicar a situação. A entrevistada, diante da perplexidade de Patrícia, toma para si o controle da entrevista, colocando-se em uma posição de superioridade, ficando à vontade para explicar sua relação com os aliados. Dilma, então, consegue reforçar todos os pontos que tinha trazido anteriormente: a autonomia, a qualificação da base aliada e a imagem negativa que Patrícia tem da política brasileira. Assim, a presidente desqualifica a jornalista para falar sobre política, já que, implicitamente, segundo Dilma, Patrícia acredita na ideia de senso comum de que todos os políticos são ruins. Ao final da resposta, Patrícia parece ainda não ter se recuperado do “estado de choque”. Dilma resolve tomar um copo de água, claramente satisfeita com a própria resposta. Patrícia a acompanha e muda de assunto.

Assim que teve uma nova oportunidade, Patrícia tenta assumir novamente o controle da entrevista. A jornalista diz que, depois de falar sobre temas complicados, que certamente foram difíceis para a presidente, vai questioná-la sobre os pontos positivos do governo ([PP] “Depois de falar sobre corrupção, a demissão de três ministros, certamente os piores momentos que enfrentou até aqui, pergunto sobre os acertos”). A jornalista evidencia que até agora só foram discutidos pontos negativos do governo e parece estar abrindo, então, um espaço para falar sobre os acertos, os quais parecem não ser tão significativos, já que só aparecem na entrevista nesse momento.

-[PP] Qual que a senhora acha que foi, nesses oito meses, **o seu maior acerto?**

-[DR] Nesses oito meses? **Deixa eu pensar. Por que eu estou pensando? Porque eu não posso te dar várias.** Porque eu acho que **algumas coisas eu acertei bastante.** Eu vou falar, eu acho que foi muito acertado, logo de

início, ter entregue os remédios de graça. Sabe por que eu estou falando isso? Porque eu acho que a pessoa que não tem dinheiro para comprar um remédio que precisa, acho que é um drama humano violento. Aqui nessa mesa, nós decidimos que a gente ia garantir e assegurar para todas as pessoas do Brasil que sofrem de diabetes e pressão alta, que a gente ia assegurar o acesso ao medicamento de graça. Porque **nós somos o único país que faz isso nessa proporção**. Por isso que **eu tenho orgulho disso. Podia dar uma segunda?**

-[PP] Pode, vou deixar a senhora, já que eu roubei o seu tempo lá no Palácio da Alvorada, a senhora tem crédito comigo. Pode dar a segunda.

Dilma pensa para responder a pergunta, pois, segundo ela, foram vários acertos e a jornalista pediu apenas um. Dilma deixa claro que faz uma avaliação muito positiva desses primeiros meses de governo ([DR] “Porque eu acho que algumas coisas eu acertei bastante”) e cita a distribuição gratuita de remédios para hipertensos e diabéticos. No final da sua resposta, pede a Patrícia se pode falar mais um ponto positivo. Dilma pede, assim, a autorização de Patrícia para seguir com seus exemplos, negociando seu tempo de fala e, ao mesmo tempo, reforçando os inúmeros acertos do governo, que não podem ser resumidos a um só. Patrícia aceita o pedido, colocando-se em uma posição de superioridade, como alguém capaz de permitir ou desautorizar a fala da entrevistada. A jornalista, no entanto, não autoriza sem justificativa, ou seja, só permite o acréscimo, porque Dilma tem “crédito” com ela, já que a jornalista tomou muito tempo da presidente no Palácio da Alvorada. Aqui, Patrícia aparece como uma pessoa sensata, que se lembra de quem a ajudou, que sabe retribuir favores. Mesmo assim, a autoridade de Patrícia não se abala, pois ela só permitiu a fala de Dilma, porque estava lhe “devendo um favor”.

Através de tais sequências, é possível perceber a constante negociação que se estabeleceu entre as interlocutoras ao longo da entrevista. O revezamento do controle do diálogo foi marcado por uma luta constante, em que as duas procuraram garantir seu tempo de fala e consolidar o sentido pretendido. A insistência em determinados assuntos se constituiu como uma estratégia da jornalista para reforçar as suas ideias e enquadrar a entrevistada na imagem desejada. A entrevistada utilizou-se do artifício da correção de certas falas da jornalista para desconstruir o sentido presente no discurso jornalístico e para recuperar o controle do discurso. Por fim, o enfrentamento se estabeleceu em momentos de maior tensão, em que a jornalista fez insinuações sobre o governo petista e a entrevistada mostrou-se claramente incomodada, rebatendo todas as alegações apresentadas pelo discurso jornalístico.

5 CONCLUSÃO

A proposta deste trabalho foi identificar os sentidos construídos pelo programa Fantástico através do discurso da jornalista Patrícia Poeta na entrevista com a presidente Dilma Rousseff, veiculada em 2011. A gravação foi exibida em duas partes durante o programa: a primeira parte se passou no Palácio da Alvorada, residência da presidente, e focou na intimidade da entrevistada; a segunda foi realizada no Palácio do Planalto, local de trabalho de Dilma, e se concentrou em temas políticos. Constatou-se a presença de quatro sentidos predominantes em torno dos quais a jornalista procurou enquadrar a entrevistada de acordo com pré-concepções - seja do Fantástico, do senso comum ou da própria entrevistadora.

Para desenvolver a análise, este trabalho filiou-se à teoria construcionista, que entende a notícia não como um retrato fiel dos fatos, mas como uma das possíveis interpretações da realidade. Nesse processo de construção do real, o jornalista participa ativamente, selecionando os fatos que ganharão existência pública e elaborando um discurso ordenado dos acontecimentos segundo os princípios do campo. O jornalista como agente social assume o papel fundamental de levar informações de interesse público aos cidadãos, oferecendo os subsídios necessários para a formação crítica e o desenvolvimento intelectual da audiência.

A metodologia utilizada na pesquisa complementa a visão do jornalismo como uma construção social da realidade. A análise de discurso de linha francesa entende a linguagem como um instrumento simbólico capaz de produzir sentidos, um processo que possibilita o deslocamento ou a manutenção de determinados aspectos da realidade. O discurso é visto como uma construção intersubjetiva, determinado pela história e pela ideologia. Assim, o discurso jornalístico é influenciado pelo contexto de sua produção, pela subjetividade do jornalista e pela compreensão do público.

Através da aplicação da análise de discurso, foi possível identificar quatro formações discursivas ao longo da entrevista da jornalista Patrícia Poeta com a presidente Dilma Rousseff: a) negociação, que se refere às estratégias utilizadas pelas interlocutoras ao longo do diálogo, foi considerado o mais forte em relação aos demais, pois permeia os outros sentidos encontrados; b) intimidade, que diz respeito às preferências pessoais da presidente, bem como às tentativas da jornalista de estabelecer uma relação íntima com a entrevistada; c) feminilidade, que faz referência às tentativas da jornalista de enquadrar Dilma em certas

características associadas tradicionalmente ao universo feminino e d) temperamento, que se relaciona com certas características evocadas pelo discurso jornalístico para determinar o comportamento da presidente.

Uma observação importante a ser feita é a de que a entrevista foi realizada com o objetivo inédito de mostrar o dia a dia da primeira presidente mulher do Brasil, que tinha tomado posse no cargo apenas nove meses antes da entrevista. Muitos brasileiros tinham uma imagem de Dilma pautada apenas pela posição que ela assumiu durante o governo Lula, como ministra-chefe da Casa Civil. A maioria estava recém descobrindo quem era a mulher que chegou à presidência da República e que tinha a responsabilidade de comandar uma nação. Nesse período, o governo estava enfrentando um momento delicado, em que três ministros tinham sido afastados devido a denúncias de envolvimento com a corrupção. Além disso, os partidos componentes da base aliada estavam na disputa por cargos políticos. Esse cenário propiciava a abordagem de temas relevantes para a vida do telespectador, permitindo um entendimento mais amplo sobre a situação política do país.

A primeira formação discursiva explicitada foi a de intimidade. Principalmente na primeira parte da entrevista, Patrícia Poeta procurou revelar os gostos pessoais da presidente, evidenciando o que Dilma gosta de comer, quem a visita no Palácio da Alvorada, o que ela faz nas horas vagas. A presidente mostrou-se desconfortável ao falar sobre sua vida pessoal e procurou naturalizar o seu cotidiano, mostrando que a vida de presidente não é diferente das outras. Patrícia forçou uma aproximação com a entrevistada, buscando, em certos momentos, um tom mais informal para a entrevista. Tal estratégia não foi bem-sucedida, já que Dilma claramente barrou todas as tentativas de aproximação da jornalista, aproveitando-se desses momentos para tomar o controle do diálogo e demarcar suas opiniões. A busca excessiva por intimidade acabou afastando a entrevistada, que se sentiu incomodada com a abordagem da jornalista, o que criou uma barreira invisível entre as interlocutoras. Além disso, a jornalista não conseguiu manter o domínio da entrevista em diversos momentos, concedendo à entrevistada a direção dos assuntos a serem abordados. Tal constatação revela que a jornalista deixou de introduzir diversos assuntos de interesse público para priorizar a privacidade de Dilma, gerando um possível prejuízo para a audiência, que perdeu a oportunidade de conhecer as propostas da presidente para a área da saúde, educação, saneamento básico, entre outros.

A segunda formação discursiva evidenciada foi a de feminilidade. A jornalista fez diversas tentativas de encaixar a entrevistada em certas características associadas tradicionalmente ao universo feminino, como moda, beleza, maquiagem. Dilma, no entanto, mostrou-se desconfortável ao responder a essas perguntas, revelando que tais assuntos tidos

como femininos não são prioridade em sua vida. A surpresa de Patrícia diante do desinteresse de Dilma por tais questões evidencia a crença da jornalista na existência de certos pré-conceitos sociais sobre o que é ser mulher. A fala da jornalista é marcada por estereótipos e clichês, que dificultam o pensamento crítico e estimulam o preconceito. Dilma mostra para a jornalista que nem todas as mulheres se encaixam nessas ideias de senso comum sobre feminilidade, ou seja, que essa divisão sexista evidenciada pela fala da jornalista é ilusória e ultrapassada.

Na formação discursiva nomeada de temperamento, foi possível perceber a evocação, através do discurso jornalístico, de certas características, como impaciência e eficiência, para construir uma imagem do comportamento da entrevistada. Depois de Dilma ter se recusado a aderir à imagem feminina imposta pela jornalista, Patrícia começou a evidenciar aspectos tidos como mais masculinos no temperamento de Dilma, como o popular “jeito durão” da presidente. A jornalista insistiu em ressaltar o lado mais assertivo de Dilma, mostrando o quanto a presidente exige e cobra das pessoas com quem trabalha. Patrícia deixou clara a contradição do “jeito durão” da entrevistada com o fato de ela ser mulher, em uma tentativa machista de mostrar que tais características consideradas masculinas foram determinantes para a chegada de uma mulher à presidência do país. Dilma, no entanto, foi capaz de perceber os sentidos que permearam as falas da jornalista, mostrando que o cargo que ocupa exige uma postura mais assertiva, já que tem uma responsabilidade grande em suas mãos.

A quarta formação discursiva diz respeito à negociação, ou seja, as estratégias utilizadas pelas interlocutoras ao longo do diálogo para demarcar o sentido pretendido. É interessante notar que a entrevista foi marcada pelo constante tensionamento do discurso da jornalista e da entrevistada, que partiram para uma luta pelo controle do sentido e do tempo de fala. Tal tensionamento transformou-se, em certos momentos, em um enfrentamento entre as interlocutoras, cada uma competindo pela imposição do seu ponto de vista. Patrícia assume uma postura aparentemente receptiva, mas que se mostrou, na verdade, agressiva ao tomar para si a função de construir a imagem da entrevistada, pautada principalmente pelo apelo ao senso comum e pela recorrência a estereótipos. A jornalista partiu para uma insistência absurda em determinados sentidos a fim de encaixar a jornalista nas características que pretendia. A entrevistada, visivelmente incomodada com certas perguntas, corrigiu a fala da entrevistadora a fim de recuperar o controle do diálogo, colocando-se em uma posição de superioridade, como alguém capaz de explicar a realidade à jornalista. Nesses momentos, Patrícia mostrou-se uma pessoa despreparada para realizar uma entrevista que exigia

conhecimento sobre a área política, o que foi reforçado pela fala de Dilma ao desqualificar a jornalista para a função, ressaltando sua visão pessimista sobre o tema.

Diante da insistência em assuntos relacionados à privacidade de Dilma, da falta de controle em diversos momentos da entrevista e da recorrência a clichês e estereótipos para construir a imagem da entrevistada, Patrícia Poeta falhou na sua função como agente social de levar informações de interesse público, ou seja, de discutir temas de relevância para a vida do telespectador. O apelo à informalidade e a tentativa de uma aproximação íntima com a entrevistada fizeram com que a jornalista perdesse o controle da entrevista e a oportunidade de colocar em pauta assuntos de interesse público.

Assim, na entrevista analisada, Patrícia Poeta colocou em pauta o que acreditava que o público do Fantástico queria saber sobre a entrevistada, o que não necessariamente coincide com o que o público realmente precisa saber sobre o assunto. Quando o jornalismo negligencia sua função social de levar informações relevantes para a formação crítica dos cidadãos, transforma-se em espetáculo, volta-se ao mero entretenimento. Patrícia Poeta, na busca insistente por intimidade e fofocas, esqueceu-se da sua responsabilidade como mediadora de temas socialmente relevantes ao público.

REFERÊNCIAS

- A ENTREVISTA televisiva: mais pode ser... menos? Mediascópico, set. 2012. Disponível em: <<http://mediascopio.wordpress.com/2012/09/14/a-entrevista-televisiva-mais-pode-ser-menos/>>. Acesso em nov. 2013.
- BENETTI, Marcia; MOREIRA, Fabiane. **Jornalismo e informação de interesse público**. Revista FAMECOS, nº 27. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.
- _____. Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- _____. **O jornalismo como gênero discursivo**. Galáxia, n. 15. São Paulo: PUC-SP, 2008.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Celta: Oieiras, 1997.
- BREED, Warren. Controle social na redação: uma análise funcional. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Editora, 1999.
- BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo Editorial, 1997.
- _____. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- CAPUCHO, Maria Filomena. **A entrevista televisiva: espaço de co-construção da(s) identidade(s)**. Máthesis: Revista do Departamento de Letras da Universidade Católica Portuguesa, 2004, p. 253-263.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. Paris: Hachette, 1983.
- CORNU, Daniel. **Ética da informação**. São Paulo: EDUSC, 1998.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FÁVERO, Leonor Lopes; AQUINO, Z. G. O. **Papéis discursivos e estratégias de polidez nas entrevistas de televisão**. Veredas – Revista de estudos linguísticos. Universidade Federal de Juiz de Fora, v. 4, n. 1, p. 67-77, jan./jun. 2000.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Televisão & Educação: fruir e pensar a TV**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão: Editora UFS, 2005.

GENTILLI, Vitor. **O conceito de cidadania, origens históricas e bases conceituais: os vínculos com a Comunicação**. Revista Famecos. Porto Alegre, n. 19, dez. 2002

GOMIS, Lorenzo. **Os interessados produzem e fornecem os fatos**. Estudos em Jornalismo e Mídia. V. 1, n. 1. Florianópolis: UFSC, 2004.

HAGEN, Sean. **O casal 20 do telejornalismo e o mito da perfeição: como a mídia constrói a imagem dos apresentadores Fátima Bernardes e William Bonner**. Porto Alegre: UFRGS, 2004. Dissertação de mestrado em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS, 2004.

HALL, Stuart *et al.* A produção social das notícias: O mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999.

KARAM, Francisco José Castilhos. **A ética jornalística e o interesse público**. São Paulo: Summus, 2004.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo**. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LEÑERO, Vicente; MARÍN, Carlos. **Manual de periodismo**. México: Editorial Grijalbo, 1985.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

MIGUEL, Luis Felipe. **O jornalismo como sistema perito**. Tempo Social, Revista de Sociologia da USP. São Paulo, 1999.

- MORIN, Edgar. **As estrelas**: mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1989.
- MOTA, Célia Ladeira. Imagens do Brasil: televisão e memória social. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil**: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **O trabalho simbólico da notícia**. XII Compós, Recife, 2002, CD-ROM.
- NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.
- NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. **A proteção constitucional da informação e o direito à crítica jornalística**. São Paulo: FTD, 1997.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.
- PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**. 3. ed. Campinas: Unicamp, 1997.
- PEUCER, Tobias. **Os Relatos Jornalísticos**. Estudos em Jornalismo e Mídia, V. 1, nº 2. Florianópolis: UFSC, 2004.
- PINTO, Manuel. **Fontes Jornalísticas**: contributos para o mapeamento do campo. Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14 (1-2), 2000.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1990.
- _____. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e histórias. 2ª ed. Lisboa: Vega, 1999.
- ROUILLÉ, André. Crise da fotografia-documento. In: _____. **A fotografia entre documento e arte contemporânea**. São Paulo: SENAC, 2009.
- SILVA, Luiz Martins. **Jornalismo, espaço público e esfera pública, hoje**. Comunicação e Espaço Público. Revista do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília. Ano IX, nº 1 e 2, 2006.
- SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**. Petrópolis: Vozes, 1997.
- TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. A mistura dos gêneros e o futuro do telejornal. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil**: história, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. 2ª ed. Lisboa: Vega, 1999.

_____. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. 2ª ed. Lisboa: Vega, 1999.

VIEIRA, Amitza Torres. **Movimentos argumentativos em uma entrevista televisiva: uma abordagem discursivo-interacional**. Juiz de Fora: Clio Edições Eletrônicas, 2003.

VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2008.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.

_____. **Internet, e Depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

ANEXO

Está disponível neste anexo a transcrição da entrevista entre a jornalista Patrícia Poeta e a presidente Dilma Rousseff, veiculada no programa Fantástico no dia 11 de setembro de 2011, que constituiu o corpus desta pesquisa.

1ª Parte

Patrícia (cabeça): Na quinta-feira antes de eu vir pra cá, pra Nova York, eu estive em Brasília para uma entrevista especial com a presidente Dilma Rousseff. Ela me recebeu primeiro no Palácio da Alvorada, que é a residência oficial da presidência e falou sobre sua intimidade em casa. Vamos ver.

Patrícia (off): Chegamos ao Palácio da Alvorada de manhã cedo. Um bonito dia de sol, mas com o ar muito seco: umidade a 13%. O caminho pelos jardins é longo até que a fachada do palácio se descortina. Lindo. Logo, a presidente Dilma Rousseff aparece. Chega junto com a ministra-chefe da Secretaria de Comunicação Social da Presidência, Helena Chagas, de um assessor e do cabeleireiro e maquiador Celso Kamura, que ela chamou de São Paulo. Ela cumprimenta toda nossa equipe. E se mostra de bom humor.

Dilma: Você tem que ter patins para viver aqui. Ou um skate.

Patrícia (off): Mas ela quer começar logo.

Patrícia: Agora vamos trabalhar?

Dilma: Vamos embora. Vamos trabalhar.

Patrícia: São 9h30 da manhã, 8 de setembro, quinta-feira. O que a senhora já fez hoje? Conta para a gente.

Dilma: Eu já li todos os jornais, pelo menos a síntese dos jornais, né? Me preparei para recebê-la, o que não é pouco, né, Patrícia? E já fiz vários telefonemas, a gente começa telefonando.

Patrícia: A senhora está gostando de morar aqui, presidente?

Dilma: Olha, é muito bonito. É bom de manhã, que você pode caminhar lá fora. Tem uma grande pista que você leva... Como eu estou mais lenta, é uma hora e dez. Um palácio não é um local feito para as pessoas morarem.

Patrícia: Por isso a senhora deve usar mais a parte de cima.

Dilma: Geralmente é o que todo mundo usa para viver, um quarto e uma sala. Se tivesse uma cozinha era ótimo, mas essa cozinha eles fizeram do outro lado. Para fazer um café de noite, se você tiver de andar um quilômetro, é complicado.

Patrícia: Quem vem lhe visitar aqui no Palácio?

Dilma: Olha, Patrícia, vem a minha família basicamente.

Patrícia: Agora o espaço é grande, a senhora já teve tempo de sentar em todos esses sofás ou não?

Dilma: Olha, eu já, viu? Vou te falar com sinceridade.

Patrícia: Já inaugurou todos, então.

Dilma: Porque quando é mais pessoas eu recebo do lado de cá, quando é menos eu recebo do lado de lá.

Patrícia: A senhora parece apreciar bastante arte.

Dilma: Eu gosto muito, Patrícia, e aqui é um lugar que você convive com isso. Tem uma tapeçaria do Di (Calvalcanti), como você pode ver. Aqui não dá pra botar muito quadro porque tem pouca parede. Mas na verdade, a parede é a natureza.

Patrícia: O que que tem a sua cara aqui, que a senhora gosta, que a senhora se enxerga?

Dilma: A biblioteca. Acho aquela biblioteca ela muito bonita também. E um local muito bom, eu gosto muito de conviver com livro. E livro. Apesar de eu ter feito um esforço e aprendi a ler no Ipad. Eu leio hoje e-books, eu gosto de página, gosto de papel, gosto do cheiro de papel. Uma coisa de infância, sabe?

Patrícia (off): Mas em palácio presidencial, biblioteca não é só ambiente de leitura. É palco de reuniões, muitas reuniões. E ela gosta.

Dilma: Tem uma vantagem aqui, vou te explicar qual é: não tem ar-condicionado.

Patrícia: A senhora não gosta de ar-condicionado? Eu também não gosto.

Dilma: Se eu puder evitar, eu não gosto de ar-condicionado. Então você abre essa cortina e abre a janela e a reunião, eu posso ficar mais tempo fazendo reunião, sem aquela coisa do ar-condicionado, que é do Planalto.

Patrícia (off): Na sala seguinte, mais revelações sobre os gostos da primeira presidente mulher da história do Brasil.

Patrícia: Como é que é acordar todo dia como presidente da República?

Dilma: É como todo mundo acorda, Patrícia.

Patrícia: E ter que escolher, por exemplo, uma roupa, tem que estar sempre muito bem alinhada, tem que se preocupar com isso também.

Dilma: Geralmente, Patrícia, eu acordo cedo porque eu caminho. Ai eu volto e aí você tem de, de fato, procurar uma roupa rápido.

Patrícia: Tem alguém que escolhe as suas roupas, tem alguém que lhe ajuda nessa tarefa?

Dilma: Não. Não. É inviável, é pouco eficiente, você tem de dar conta das suas necessidades. Pelo fato de você ter virado presidente, você não deixa de ser uma pessoa e é bom que você seja responsável por tudo que diz respeito a você mesma.

Patrícia: É impressão minha ou a senhora tem usado mais saias, mais vestidos?

Dilma: Ah, eu tenho usado.

Patrícia: Hoje, por acaso, a senhora não está usando, mas eu tenho visto.

Dilma: Eu tenho usado mais saia do que antes. Eu poderia continuar usando só calça comprida, mas eu acho que pelo fato de eu ser mulher tem horas que eu tenho de afirmar essa característica feminina.

Patrícia: Pede isso, né?

Dilma: É, pede.

Patrícia: Tem tempo pra cuidar do visual, se preocupar com isso?

Dilma: Isso faz parte da minha condição de presidenta, não posso sair sem ter um cuidado com a minha aparência.

Patrícia: Quem é que faz, por exemplo, a sua maquiagem?

Dilma: Eu mesma.

Patrícia: A senhora aprendeu a se maquiar?

Dilma: Eu sabia desde, há muitos anos, eu não maquiava porque eu não queria.

Patrícia (off): E com a deixa de mostrar mais uma tapeçaria de que gosta muito, a presidente muda de assunto. Seguimos o tour pelo palácio.

Patrícia: Sua mãe, dona Dilma Jane, e sua tia, dona Arilda, seguem morando com a senhora aqui no Palácio?

Dilma: É, é, diríamos assim que não é constante. Às vezes elas vão para Belo Horizonte. Mas eu tenho tentado fazer com que minha mãe fique aqui permanentemente.

Patrícia: Estou perguntando, porque, no ano passado, eu entrevistei as duas e elas pareciam bem animadas em viver aqui. Sua mãe disse que queria se divertir, queria assistir a um bom filme, aqui no Palácio da Alvorada.

Dilma: Mas elas estão bem.

Patrícia: Elas têm feito isso, têm assistido a filme?

Dilma: Têm assistido mais a novela. A verdade é essa.

Patrícia: E a senhora assiste com elas?

Dilma: Hoje não dá. Não tenho mais tempo, mas até assisto um capítulo aqui, outro ali. E geralmente procuro assistir os últimos.

Patrícia: No Palácio do Planalto é a senhora que manda. E aqui no Palácio da Alvorada, é a senhora ou sua mãe?

Dilma: Acho que nenhuma de nós mandamos. Isso funciona por si só, viu?

Patrícia (off): O palácio tem 143 empregados. Mas a presidente conta que usa pouco do que tem à disposição. Não usa, por exemplo, as oito suítes da área privativa, nem o cinema com 30 lugares. A sala de ginástica, só vem quando chove. E a de jogos serve apenas para ela gravar seu programa de rádio.

Patrícia: A senhora não traz nem o netinho aqui para brincar?

Dilma: Ele não anda. Ele está para andar, ele engatinha.

Patrícia: A senhora tem recebido a visita dele, do seu netinho, ele vem com frequência?

Dilma: Ele está aqui.

Patrícia: Ah, eles estão aqui esta semana, né? Chegaram no final de semana passado?

Dilma: Chegaram e agora eles vão embora depois que ele fizer o aniversário que é sexta.

Patrícia: De um aninho já?

Dilma: De um aninho.

Patrícia: Passa rápido, né?

Dilma: Passa, outro dia ele tinha nascido.

Patrícia: O que a senhora costuma fazer com ele?

Dilma: Fico o dia inteiro com ele.

Patrícia: Brinca com ele?

Dilma: Brinco, levo ele pra nadar.

Patrícia: É verdade que a senhora canta pro seu netinho de vez em quando?

Dilma: Ué, faço tudo que toda avó faz, tudo.

Patrícia: Está curtindo esse papel de avó?

Dilma: Olha, eu vou te falar, é um papel fantástico. É mãe com açúcar.

Patrícia (off): E num lugar inusitado, passando pela garagem, surge o assunto saúde. Paramos.

Patrícia: Como é que está a sua saúde?

Dilma: A minha está boa. Agora, estou tentando, como sempre, emagrecer.

Patrícia: Mas a senhora pretende emagrecer quantos quilos? O sonho de consumo?

Dilma: Ah, não é muito, uns quatro, cinco quilos.

Patrícia: Mulher quer sempre perder um pouquinho, né?

Dilma: Não, é voltar o que eu era antes da eleição.

Patrícia: E a senhora tem passado por um acompanhamento médico depois do câncer tratado?

Dilma: Olha, eu sistematicamente acompanho, mas agora é de seis em seis meses. A questão do câncer hoje é uma questão resolvida quando você consegue detectar cedo. Isso é muito importante. Se as pessoas fazem prevenção, elas têm, então, condições de detectar e tratar. Foi o que aconteceu comigo.

Patrícia (off): Aos poucos, a presidente vai nos encaminhando para cima e para fora.

Dilma: A parte que eu acho mais bonita desse palácio é você olhar ele de lá pra cá. Meu neto fala... A primeira palavra que eu acho que ele falou é ema.

Patrícia (off): Além do netinho presidencial, o palácio hospeda hoje outros nove bebês. Filhotes de emas que nasceram na semana passada.

Dilma: Tem uma chocando. É um emo que choca.

Patrícia (off): Aproveito para a última pergunta que eu queria fazer antes de falarmos de política.

Patrícia: Qual o seu prato preferido?

Dilma: Arroz, feijão, bife, batata frita e salada de tomate com alface, que era isso que eu comi na minha infância.

Patrícia: Agora quem é que cozinha pra senhora aqui?

Dilma: Tem um chefe, tem um cozinheiro, é ele que cozinha.

Patrícia: A senhora sabe cozinhar?

Dilma: Eu sei. Algumas coisas eu faço direito; outras, não.

Patrícia: Eu sei uma coisa que a senhora sabe fazer.

Dilma: Uma sopa de beterraba.

Patrícia: Mas tem uma outra coisa que a senhora sabe fazer bem.

Dilma: O quê?

Patrícia: Omelete.

Dilma: Ah, omelete. O problema meu com omelete é que ele gruda. Eu não sou boa de omelete, não. Sou boa de ovos revueltos (ovos mexidos).

Patrícia (off): Ela avança mais um pouquinho. Fica claro o motivo. São 10h30 da manhã. Normalmente ela sai para o trabalho às 9h.

Dilma: Você já notou que eu comecei a ficar indócil, não é?

Patrícia: Já, reparei pela perninha, já reparei.

Dilma: Estou indócil.

Patrícia: Está na hora de ir para o Palácio do Planalto, certo?

Dilma: Certíssimo.

Patrícia: A gente pode acompanhar a senhora até lá?

Dilma: Com o compromisso de serem bem rápidos.

Patrícia: Está certo, temos um acordo, então.

Dilma: Temos um acordo, então.

Patrícia: Então, vamos lá, acompanhar a presidente no Palácio do Planalto.

2ª Parte

Patrícia (cabeça): Estamos de volta, ao vivo, e com a segunda parte da entrevista com a presidente Dilma Rousseff. Agora, no Palácio do Planalto, a presidente fala sobre os desafios na política, na economia e também sobre sua fama de durona.

Patrícia (off): O trajeto entre os Palácios da Alvorada e do Planalto - a casa e o trabalho da presidente da República - leva quatro minutos. É ela quem faz questão de me destacar esse detalhe de eficiência e rapidez. Duas qualidades que aprecia muito.

Patrícia: Aqui é o gabinete da presidência da República, certo?

Dilma: É verdade.

Patrícia: A senhora senta em frente à mesa para reuniões com os ministros. As obras que a senhora fez questão de trazer de Djanira, né?

Dilma: Uma homenagem à mulher, uma das maiores pintoras desse país.

Patrícia: E eu vi que tem também uma fotinho do seu neto na sua mesa.

Dilma: Tem uma fotinho da minha filha e do meu neto.

Patrícia (off): Perguntei à presidente sobre a importância das mulheres no seu governo. Em especial das ministras Gleisi Hoffmann, Miriam Belchior e Ideli Salvatti.

Patrícia: O comando político tem três mulheres. Como é que tem funcionado esse clube?

Dilma: Eu acho que é sempre bom combinar homens e mulheres, porque nós todos somos complementares. A mulher, eu acho, que ela é mais analítica, ela tem uma capacidade maior de olhar o detalhe, de procurar aquela perfeição, uma certa... Nós somos, assim, mais obceçadas.

Patrícia: E os homens?

Dilma: Os homens têm uma capacidade de síntese, dão uma contribuição no sentido de ser mais, eu diria assim, objetivos no detalhe, eles sintetizam uma questão, a mulher analisa. Então, essa complementaridade é muito importante.

Dilma: Mulher é carinhosa, cobra e tem uma coisa que eu acho fundamental, a generosidade. Você tem que cobrar, tem que ficar ali em cima, mas tem horas que você tem que ser generosa também. Mulher é capaz, porque, senão, não educava filho.

Patrícia: Agora e as reuniões com elas, como é que são? São mais descontraídas, são mais duras? A senhora estava fazendo uma comparação em relação aos homens.

Dilma: Não, não, eu acho que é muito similar.

Patrícia: Em uma reunião dessas, por exemplo, tem um momento mais mulher? Bolsa, sapato, filho, neto?

Dilma: Tem não.

Patrícia: Tem não. Nem no cafezinho?

Dilma: Na verdade, não tem, viu? Não. Tem neto, viu? Agora que tem uma quantidade de gente com neto e todo mundo quer mostrar o seu atualmente.

Patrícia: Agora, presidente, vamos esclarecer algo que virou meio lenda aqui, que é o jeitão da presidente, que é o estilo. A senhora é durona mesmo?

Dilma: Uma vez eu disse e ninguém entendeu. Eu disse achando que eu estava fazendo uma ótima piada. É que eu sou a única mulher dura cercada de homens todos meigos aqui. Nenhum é duro, nenhum é tranquilo e firme, então, é uma coisa absurda. Só porque eu sou mulher e estou em um cargo que, obviamente, é de autoridade, eu tenho que ser dura. Se fosse um homem, você já viu alguém chamar... Aqui no Brasil alguém falar: 'Não, fulano está num cargo e ele é... Patrícia: Durão.

Dilma: ...uma pessoa durona, não. Homem pode ser durão, mulher não.

Patrícia: A senhora acha, então, que é pelo fato de a senhora ser mulher?

Dilma: É, e eu sou uma pessoa assertiva. Que nesse cargo que eu ocupo, eu tenho que exercer a autoridade que o povo me deu.

Dilma: Eu tenho que achar que podemos sempre ser um pouquinho mais, que vamos conseguir um pouquinho mais, e que vai sair um pouco mais perfeito e que a gente vai conseguir. Se eu não fizer isso, eu não dou o exemplo e as coisas não saem.

Patrícia: E vale bronca nessa hora, por exemplo?

Dilma: Olha, a bronca faz parte e é uma bronca meiga. É aquela...

Patrícia: Dá um exemplo para gente.

Dilma: 'Isso não está certo, não pode ser assim'.

Patrícia: Nesse tom?

Dilma: Ah, é, é esse tom. 'Não está certo e não pode ser assim'.

Patrícia: O que tira a senhora do sério?

Dilma: Eu vou te falar, eu acho que quando a gente não deu o melhor de si, me tira do sério.

Patrícia: Aí, a senhora vai lá e cobra e é aí que entra bronca.

Dilma: Mas sabe o que é? Eu cobro de mim também.

Patrícia: E quando falam, assim, do seu temperamento, isso incomoda a senhora de alguma forma ou não, a senhora não está nem aí para isso?

Dilma: Sabe o que é, Patrícia? Ossos do ofício. Tem vários ossos do ofício de ser presidente. Um é esse. O caso, por exemplo, da luta contra a corrupção é osso do ofício da presidência, ou seja, é intrínseco à condição de presidente zelar para que o dinheiro público seja bem gasto. Depois, eu tenho uma responsabilidade pessoal também nessa direção.

Patrícia: A senhora não imaginava, por exemplo, que fosse ter que trocar quatro ministros em tão pouco tempo, três deles, pelo menos, ligados a denúncias de corrupção, esperava isso?

Dilma: Olha, Patrícia, eu espero nunca trocar nenhum ministro e muitos deles eu não troquei exatamente por isso. Vamos e venhamos. O ministro Jobim, Nelson Jobim, saiu por outros motivos.

Patrícia: Mas os outros três...

Dilma: Eles ainda não foram julgados, então não podem ser condenados.

Patrícia: Mas isso foi faxina ou não foi, presidente?

Dilma: Eu não acho, eu acho a palavra faxina errada, porque faxina você faz às 6h da manhã, e às 8h, ela acabou. Atividade de controle do gasto público, na atividade presidencial, jamais se encerra.

Patrícia: Por que a senhora acha que nesses oito anos e oito meses do governo de PT, eles não foram capazes, não foram suficientes para acabar com a corrupção, já que essa é uma das bandeiras do partido?

Dilma: Minha querida, a corrupção ela não... Por isso que não é faxina, viu, Patrícia? Você não acaba com a corrupção de uma vez por todas. Você torna ela cada vez mais difícil.

Patrícia: É possível ter um governo equilibrado, um governo estável, tendo a base aliada que tem no Congresso? A minha pergunta é a seguinte: a senhora acha que a senhora pode ficar refém dos aliados?

Dilma: Mas eu não acho, Patrícia, que eu sou refém.

Patrícia: Nem que pode ficar?

Dilma: Nem acho. Tem de ter muito cuidado no Brasil para a gente não demonizar a política. Nós temos uma discussão de alto nível com a base, com a nossa base, e nós vamos...

Patrícia: E como que a senhora controla esse toma lá da cá, digamos assim, cada vez mais sem cerimônia das bancadas? Como é que a senhora faz esse controle?

Dilma: Você me dá um exemplo do "da cá" que eu te explico o "toma lá". Estou brincando contigo. Vou te explicar. Eu não dei nada a ninguém que eu não quisesse. Nós montamos um governo de composição. Caso ele não seja um governo de composição, nós não conseguimos governar. A minha base aliada, ela é composta de pessoas de bem. Ela não é composta, não é possível que a gente chegue e diga o seguinte: "Olha, todos os políticos são pessoas ruins". Não é possível isso no Brasil. Vou tomar uma água.

Patrícia (off): Intervalo para um copo d'água. É rápido. Depois de falar sobre corrupção, a demissão de três ministros, certamente os piores momentos que enfrentou até aqui, pergunto sobre os acertos.

Patrícia: Qual que a senhora acha que foi, nesses oito meses, o seu maior acerto?

Dilma: Nesses oito meses? Deixa eu pensar. Por que eu estou pensando? Porque eu não posso te dar várias. Porque eu acho que algumas coisas eu acertei bastante. Eu vou falar, eu acho que foi muito acertado, logo de início, ter entregue os remédios de graça. Sabe por que eu estou falando isso? Porque eu acho que a pessoa que não tem dinheiro para comprar um remédio que precisa, acho que é um drama humano violento. Aqui nessa mesa, nós decidimos que a gente ia garantir e assegurar para todas as pessoas do Brasil que sofrem de diabetes e pressão alta, que a gente ia assegurar o acesso ao medicamento de graça. Porque nós somos o único país que faz isso nessa proporção. Por isso que eu tenho orgulho disso. Podia dar uma segunda?

Patrícia: Pode, vou deixar a senhora, já que eu roubei o seu tempo lá no Palácio da Alvorada, a senhora tem crédito comigo. Pode dar a segunda.

Dilma: Olha, Patrícia, eu fico muito orgulhosa de uma outra coisa. É outra coisa que não é assim grande, mas para mim é importante. É importante reduzir imposto. Então, eu gostei de fazer isso. Para quem? Para o super simples e para o MEI.

Patrícia (off): Em abril, a presidente reduziu impostos pagos pelos microempreendedores individuais, chamados MEI. E em agosto, propôs a diminuição dos impostos das pequenas empresas.

Dilma: Então eu acho que são as duas coisas que eu mais me orgulho, entre outras. Se você deixar, eu penso em mais umas dez. Nós tiramos 40 milhões de pessoas da pobreza. Essas pessoas são hoje da classe média. O meu maior compromisso é garantir para esses 40 milhões, mais os outros que já usavam, garantir educação pública de qualidade, saúde de qualidade e segurança pública de qualidade.

Patrícia (off): Já que a presidente tinha acabado de falar em redução de impostos, em seguida, pergunto sobre o novo debate nos meios políticos: a possível volta da CPMF, o chamado imposto sobre o cheque. A presidente logo esclarece:

Dilma: Eu sou contra a CPMF, hein.

Patrícia: A senhora acha que a gente precisa de um imposto, de mais um imposto, para ter um atendimento de saúde melhor?

Dilma: Sabe por que a população é contra a CPMF? Porque a CPMF foi feita para ser uma coisa e virou outra. Acho que a CPMF foi um engodo nesse sentido de usar o dinheiro da saúde e não para saúde.

Patrícia: Está falando que foi desviado?

Dilma: Foi, foi. O dinheiro não foi usado onde devia. Nós, na saúde pública do país, gastamos 2,5 vezes menos do que na saúde privada. Um país desse tamanho, o maior país da América Latina, com a maior economia da América Latina, gasta 42% menos na saúde do que a Argentina. Para dar saúde de qualidade, nós vamos precisar de dinheiro, sim. Não tem jeito, tem de tirar de algum lugar. Agora, o Brasil precisará aumentar o seu gasto com saúde. Inexoravelmente.

Patrícia: Isso seria quando?

Dilma: O mais rápido possível.

Patrícia (off): Outra polêmica recente: houve interferência da presidente na decisão do Banco Central de reduzir a taxa básica dos juros em 0,5%?

Patrícia: A senhora não interferiu, nem de leve, nesse caso? Nem sugeriu?

Dilma: Não, nós não fazemos isso. Nós estávamos dizendo naquela oportunidade é que a crise econômica, quando se aprofundou ali por agosto, ela criou uma nova conjuntura internacional. É esta conjuntura internacional que cria a diferença e não nós interferindo no Banco Central.

Patrícia: E a crise econômica mundial? Que impacto a senhora acha que isso vai ter no Brasil nos próximos meses?

Dilma: Nós temos um mercado interno crescente e vamos combater essa crise crescendo.

Patrícia: Que a indústria nacional vem freando, dando uma estagnada.

Dilma: Pois é, mas veja, a indústria deu uma diminuída em relação ao ano passado, que nós crescemos 7,5. Nós estamos esperando esse ano crescer em torno de 4. Nós, até julho, nós geramos 1,5 milhão de empregos. Se fosse nos EUA ou na Zona do Euro, qualquer país da Zona do Euro, estariam soltando foguete.

Patrícia (off): E como estamos na semana da notícia de que a inflação deu um pulo de 0,16%, em julho, para 0,37% em agosto, pergunto se esse aumento preocupa.

Dilma: A inflação é algo que sempre tem de nos preocupar, sabe, Patrícia? Você sempre tem de ter um olho no crescimento e o outro olho na inflação.

Patrícia (off): Já chegando ao fim da entrevista, a presidente não parece tão indócil, como disse estar no Palácio da Alvorada. Então, decido partir para a última pergunta.

Patrícia: A senhora acha que o Brasil vai estar preparado, vai estar pronto para a Copa do Mundo de 2014?

Dilma: Ah, tenho absoluta certeza.

Patrícia: O que faz a senhora acreditar nisso?

Dilma: Por quê? Porque nós vamos ter nove estádios ficando prontos até dezembro de 12. No máximo início de 13. Tempo de sobra para Copa.

Patrícia: Aeroportos?

Dilma: Aeroportos, nós estamos com três aeroportos em licitação, já totalmente formatada a engenharia. Vamos fazer essas licitações no final desse ano.

Patrícia: A sensação que dá para o cidadão brasileiro é que o processo tem sido lento, né?

Dilma: Mas eu posso te mostrar os estádios, por exemplo. Eu olhei recentemente, fizemos um balanço aqui, com o ministro Orlando Silva, ele trouxe todos estados e nós monitoramos, nós monitoramos com informações online, fotos e tudo.

Patrícia: A senhora tá acompanhando, tá fiscalizando então.

Patrícia: Presidente, muito obrigada por essa conversa, por mostrar um pouco da sua intimidade para gente, por ter me recebido aqui em Brasília. Agora, chega de papo, né? Já tomei bastante do seu tempo.

Dilma: Agora, eu vou trabalhar.

Patrícia: Vai trabalhar, presidente. Muito prazer em conhecê-la pessoalmente. Bom trabalho.

Dilma: Obrigada.