

Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção

Beatriz Becker

Resumo: A partir de uma investigação dos efeitos das recentes mudanças nas linhas editoriais do *Jornal Nacional*, o artigo busca promover a diversidade de conteúdos, de temas, de abordagens e os modos de contar histórias do cotidiano, através da linguagem audiovisual, nas diferentes etapas de produção das notícias, considerando o valor estratégico dos noticiários no Brasil. O trabalho apresenta contribuições para a construção do conceito telejornalismo de qualidade, reunindo a reflexão crítica e a análise empírica, discutindo a qualidade das informações jornalísticas televisuais no mundo global e a complexidade dos discursos dos telejornais.

Palavras-chave: telejornalismo; televisão de qualidade; agenda-*setting*

Abstract: Quality telejournalism: a concept under construction – Based on the investigation of recent changes in editorial lines in “*Jornal Nacional*”, from Globo Network, this article aims at promoting the diversity of contents, themes, approaches and ways to tell everyday life stories through audiovisual language, at different stages of news production, considering the strategic value of TV news programs in Brazil. This paper offers contributions to the construction of the concept of quality in telejournalism through the combination of critical reflection and empirical analysis, discussing the complexity of discourses and the quality of televisual journalistic information in the global world.

Key words: telejournalism; quality television; agenda-*setting*

O valor das informações jornalísticas televisuais

Atravessamos um período importante de transição histórica, um conjunto de processos complexos como os efeitos das novas tecnologias; o enfrentamento da pobreza e dos riscos ecológicos; as reconfigurações do mercado global; as

implicações da soberania e do poder político do Estado-nação; a fragmentação de identidades e o surgimento de novos comportamentos culturais e sociais. A globalização transforma o modo como vivemos de maneira expressiva; carrega a forte marca do poder econômico dos países desenvolvidos e é extremamente desigual em suas conseqüências.

Essas mudanças são vivenciadas através da comunicação eletrônica e digital, que concentra investimentos financeiros de grandes corporações internacionais, e que não se constitui apenas em meios pelos quais as notícias e outras informações são transmitidas com maior regularidade e rapidez. Sua existência altera a vida produtiva e o cotidiano de pessoas de diferentes nacionalidades e grupos sociais, estimula o consumo e gera condições técnicas para a oferta de maior quantidade de canais de informação. A idéia e a prática do livre fluxo são cada vez mais intensificadas, num leque de múltiplas, porém finitas e semelhantes possibilidades. A velocidade de desenvolvimento da tecnologia nem sempre está em sincronia com os avanços dos valores institucionais e dos sistemas políticos e econômicos; desenvolve-se, paralelamente, uma sofisticada tecnologia de policiamento e de proteção de dados, que impõe limites à diversidade da informação jornalística televisual. A circulação de novos textos e de atores audiovisuais sobre acontecimentos importantes em diversos países não é favorecida. Os discursos são redundantes e previsíveis; os repertórios de imagens e textos eletrônicos os quais temos acesso são bastante homogêneos, em função do controle de distribuição de mensagens e produtos audiovisuais, do poder das agências de notícias e do custo de utilização de satélites, embora a tecnologia já permita a transmissão de textos e imagens em arquivos digitalizados com investimentos bastante acessíveis para as emissoras de televisão.

Um exemplo desses limites é a transmissão televisiva da Aljazeera. É possível acompanhar informações na Aljazeera.net, mas há dificuldades em acessar imagens dos acontecimentos. A rede, com mais de 30 escritórios e quase uma centena de correspondentes espalhados pelo mundo, tem lançado novas perspectivas sobre os acontecimentos globais, especialmente na cobertura das guerras no Afeganistão e no Iraque, apesar da censura dos governos árabes e do controle da distribuição norte-americana das informações por satélite e na web. Aliás, o controle do sistema que guia o tráfego de informação na Internet pelos Estados Unidos ficou garantido por mais cinco anos na Cúpula Mundial da Sociedade de Informação da ONU, realizada em novembro de 2005 na Tunísia. Os países que pleiteavam maior participação na comunidade internacional nos assuntos relacionados à rede mundial, como o Brasil, conseguiram, pelo menos, uma vitória: a criação de um fórum para a discussão de grandes questões da Internet, como o abismo tecnológico entre nações ricas e pobres.¹

¹ *Folha de S. Paulo*. Cad. Dinheiro2. São Paulo, 17/11/2005, p. B9.

Os limites de conhecimentos, impostos pelo modo de distribuição das informações jornalísticas audiovisuais, também atingem a América Latina. Exemplo maior é a *Telesur*, que enfrentou uma guerrilha pós-moderna para conseguir ir ao ar. No CD promocional, a nova rede promovia a possibilidade de acompanhar uma representação plural da diversidade de experiências culturais e políticas da América Latina, buscando, inclusive, uma inovação estética na produção dos programas. Hoje, já conseguimos acessar a *Telesur*. Mas, as inovações ainda são apenas um desejo. A multiplicação de canais nos traz pelo menos a oportunidade de assistir algumas vezes a um telejornal digno e eficiente como *Giro*, da TVE (espanhola). O aumento da quantidade de canais ou da circulação de notícias, porém, não significa, necessariamente, melhora dos conteúdos das notícias transmitidas. Mesmo com uma justificativa contraditória, a de que a concorrência reduz a qualidade da produção jornalística, a revista *The Economist* anunciou que a tradicional Universidade de Oxford instalou um grupo de trabalho para estudar a criação de um Instituto de Jornalismo, cujo objetivo principal é colaborar na melhoria do padrão do jornalismo inglês, num país em que não se exige formação acadêmica específica para o exercício profissional de jornalista (Lima, 2005).

As coberturas jornalísticas da CNN, canal de notícias norte-americano 24 horas, que foi o protagonista da Guerra do Golfo, também estão sendo revistas e pelos seus próprios realizadores. Na 14^a *CNN World Report Conference*, o encontro mundial de jornalistas que este ano celebrou o 25^o aniversário da rede de notícias norte-americana, a CNN anunciou o planejamento de mudanças tecnológicas e na programação para enfrentar a concorrência, especialmente a Fox News. A rede criada por Ted Turner mudou a forma pela qual a informação circula na sociedade global e provocou o surgimento de mais de 70 emissoras 24 horas de notícias no mundo. Hoje, a CNN alcança 260 milhões de residências e 1,5 bilhão de pessoas podem ter acesso a algum dos seus serviços, mas não é o canal de notícias mais visto nos Estados Unidos². A independência da Imprensa norte-americana ainda foi reconsiderada, de modo geral, a partir da devastação do furacão Katrina. Intimidado pela Casa Branca, o jornalismo começou a sair do marasmo. Após o “11 de setembro”, a mídia se autocensurou com receio de contrariar a maioria conservadora, mas ousou mostrar a tragédia provocada pelo Katrina, sem a tutela oficial. A CNN chegou a contestar na justiça a proibição de mostrar corpos de vítimas do furacão, e forçou o governo a recuar.³

Lima observa, com pertinência, que o compromisso ético na prática profissional esbarra na estrutura de propriedade e nos interesses empresariais da mídia: “Considerar o jornalismo apenas como um ‘negócio’ (*business*) disputando es-

² *O Globo*. Rio de Janeiro, 3 de julho de 2005, p.40.

³ *O Globo*. Rio de Janeiro, 18 de setembro de 2005, p.40.

paço no mercado, como faz a grande mídia apesar de suas inúmeras contradições, não seria parte importante do próprio problema?" (2005). A qualidade da informação jornalística televisual no mundo global é questão complexa. Segundo Giddens "a globalização está por trás da expansão da democracia. Ao mesmo tempo, paradoxalmente, ela expõe os limites das estruturas democráticas mais conhecidas" (2003:16). A mídia, em particular a televisão, tem uma dupla relação com a democracia. Por um lado, a emergência de uma sociedade global da informação impõe processos de democratização em diferentes países. Por outro lado, a televisão e os outros meios de comunicação tendem a destruir o próprio espaço público que abrem, servindo simultaneamente como testemunho e produto das negociações políticas.

A política democrática pressupõe uma comunidade nacional capaz de conformar a maior parte das políticas que lhes concernem, mas sob o impacto da globalização a soberania da nação se tornou nebulosa. Além disso, a questão da democratização de um país não se coloca apenas na esfera da agenda oficial, evidenciando-se também na força de organização e expressão de grupos e movimentos sociais. O campo da comunicação transcende os estudos dos meios e pode produzir um conhecimento específico sobre a sociabilização e a produção de sentidos na atualidade, decorrente dessa nova realidade histórica. Os serviços da indústria da comunicação, a regulação da mídia e as novas tecnologias de informação deveriam atender prioritariamente ao interesse público, privilegiando o conhecimento e não apenas o mercado. Se os cidadãos não têm acesso à diversidade de opiniões e interpretações, o dilema da democracia não tem solução.

Nosso objetivo é apontar algumas perspectivas para promover qualidade e diversidade na produção jornalística televisiva, contribuindo na construção do conceito telejornalismo de qualidade, por meio da reflexão crítica e da análise televisual, e também divulgar os primeiros resultados de pesquisas em andamento sobre o tema. Tentaremos verificar se e como a qualidade e a diversidade se manifestam na produção telejornalística brasileira, a partir de uma investigação sobre as recentes mudanças nas linhas editoriais do *Jornal Nacional*, noticiário de maior audiência no país.

Um gênero poderoso chamado telejornal

Nos discursos midiáticos e também na programação das redes, os telejornais vendem credibilidade e atraem investimentos. Além disso, promovem uma experiência coletiva e cotidiana de nação. Ao representar os fatos sociais, constituem a realidade social e intervêm na expressão das identidades nacionais. Produzem um território simbólico de tamanho poder que ganhou, nas reflexões críticas sobre as mediações dos meios, o conceito de telerrealidade; um poder também comprovado financeiramente, apontando para os noticiários um sur-

preendente valor comercial⁴. O Jornal Nacional tem mantido o valor do *break* mais caro de toda a programação das emissoras abertas. Isso significa que o anunciante pagava, em outubro de 2005, de R\$ 291.710,00 a R\$ 437.565,00 (*break* exclusivo do mercado nacional) para veicular um comercial de 30s. Na Rede Record, o custo mais caro de exibição de comerciais também tem sido nos intervalos do programa jornalístico do horário nobre. Um comercial de 30s veiculado no *break* do Jornal da Record, com Bóris Casoy, custava R\$ 73.978,00 em setembro de 2005. Na Bandeirantes, o Jornal da Band também tem concentrado os maiores investimentos publicitários da Rede. O anunciante tem desembolsado R\$ 40.165,00 para veicular um comercial de 30s neste telejornal, desde abril de 2005.⁵

Uma das principais características da linguagem dos noticiários é garantir a verdade ao conteúdo do discurso e também a própria credibilidade do enunciador. Os textos provocam efeitos de realidade e se confundem com o real porque os personagens são reais e os fatos sociais são a “matéria-prima” da produção. São construídos na tênue fronteira entre a narrativa e o acontecimento e mediante seus dispositivos audiovisuais constituem-se no “espetáculo da atualidade” (Becker, 2005:22). Os enunciados dos telejornais têm a função de permitir que aquilo que se diz exista, e, por outro lado, dizer o que não existe. Critica-se que, deste modo, os telejornais estariam oferecendo uma visão distorcida do que se passa no Brasil e no mundo. No entanto, esta crítica é mal fundamentada. Não deveríamos acreditar em tudo que os noticiários nos contam, até porque criam *um* mundo, e não *o* mundo. Cada edição é uma versão da realidade social cotidiana. Por isso, é mais interessante, neste campo de investigação, perceber como estes discursos se constroem, se estruturam, produzem significações, até mesmo para denunciar ou relativizar os seus poderes; e não exatamente discutir se são verdadeiros ou falsos.

Os noticiários podem funcionar como instrumentos de conservação ou de mudança social. A função básica do gênero é informar, mas o modelo “polifônico” do telejornalismo pode ser acusado, não sem razão, conforme explica Machado (2003:109-11), de tentar mascarar o fato de que toda a produção de linguagem emana de alguém, de um grupo, ou de uma empresa, logo, nunca é resultado de um consenso coletivo e sim, de uma postura interpretativa

⁴ Dados das Tabelas de Custos Vigentes do Mercado Nacional, com base nos índices de audiência aferidos pelo Ibope sistematizados e disponibilizados pelas agências de publicidade para os anunciantes, a partir dos valores dos *breaks* determinados pelas emissoras, em setembro e outubro de 2005.

⁵ Na análise dessas Tabelas, verificamos que os valores dos *breaks* comerciais do Jornal da Record e do Jornal da Band são superados apenas quando há transmissão ao vivo de jogos e de campeonatos nacionais ou internacionais de futebol. Verificamos também que no SBT, os *Games shows* e a programação de filmes, diferentes das demais emissoras, concentram os valores de *breaks* mais altos, até R\$ 163.063,00. E na Rede TV, o custo mais alto de veiculação de um comercial de 30s é no Programa da linha de Humor: Pânico na TV, R\$ 42.237. O valor do segundo *break* mais caro é do telejornal Rede TV News, R\$ 29.591,00.

diante dos fatos noticiados. No entanto, por mais que o telejornal seja acusado de maniqueísmo ou comprometimento, ele também produz ambigüidade de sentidos. O telejornal ordena e sistematiza o real, mas, ao mesmo tempo, é um texto aberto à interpretação do telespectador e do pesquisador.

A comunicação apresenta distorções, temas restritos que ainda ficam obscuros ou abordagens tendenciosas que costumam padronizar a opinião pública. As mídias não atuam apenas como observadores do acontecimento, mas também como atores. Barbero (2001:81-95) explica que o “ver” se transforma em um paradigma conceitual dos vínculos entre democracia e comunicação, entre cidadania e mídia, assumindo que a sociedade civil é um espaço público no qual se dão interações de classes muito diversas entre diferentes atores sociais mais ou menos organizados. E destaca o papel da televisão e dos noticiários como tribunais e árbitros do acesso à existência social e política. De fato, a TV e os noticiários podem funcionar como instrumentos fundamentais da ampliação ou restrição do interesse e da expressão pública. “A visibilidade que mídias como a televisão oferece é quase sempre paradoxal: não responde a um ideal de total transparência, mas é o resultado mais ou menos ambíguo da intersecção entre informação e desinformação, verdade e artifício, montagens ritualizadas e espontaneidade” (Barbero,2001:100).

Em busca da qualidade e da diversidade

O conceito “telejornalismo de qualidade” está inserido numa ampla proposta de reflexão crítica sobre TV de qualidade, desenvolvida nas análises sobre as produções televisivas de diferentes gêneros, em diversos países, interessada em observar os programas como expressões políticas e culturais da atualidade.

O papel social e cultural da TV é compreendido de forma objetiva por Rincón (2004:114-5). Ele sugere que a televisão se consumou como uma indústria de produção em série e massiva e, portanto, tem a responsabilidade de fazer bons negócios, gerar empregos e prover divisas para a sociedade. Além disso, afirma que a televisão se desenvolveu e ocupou dois nichos específicos, o de testemunhar e contar a realidade e o de entreter e divertir as massas urbanas excluídas da oferta cultural elitista. Rincón observa ainda que a boa televisão será sempre a que contar histórias divertidas e, se possível, também instrutivas, que possam se converter em bons negócios. Conclui-se que a televisão de qualidade é aquela que se torna parte da conversação pública cotidiana, como uma referência de novos conhecimentos e percepções, já que o audiovisual deve servir para conectar-se com as pessoas, criando uma relação enriquecedora com a vida cotidiana, expressa por produzir programas inovadores, universais, experimentais e ousados.

Nos Estados Unidos, a TV de qualidade constitui-se como tema de investigações acadêmicas relevantes no campo audiovisual, desde a segunda metade da década de 1980. Thompson (1991:11-7) revela, em relação ao aspecto da

diversidade, que uma produção televisiva de qualidade quebra determinadas regras discursivas e temáticas, transformando e misturando gêneros, inserindo novos pontos de vista nos fatos noticiados, e ampliando a quantidade e os diferentes tipos de personagens na construção de um drama ou de uma série.

E o que seria telejornalismo de qualidade? O jornalismo é uma forma de conhecimento e um instrumento importante para deliberação política. Num estudo de caso sobre a cobertura do Jornal Nacional nas eleições presidenciais de 2002, Porto (2005:142) afirma que a cobertura foi balanceada e justa, mas não incluiu a diversidade de vozes num tema controverso da campanha: a economia. Essa falta de diversidade restringiu as possibilidades de interpretação expostas ao eleitor, revelando que o processo de deliberação política ainda é caracterizado por pouca diversidade de acesso e enquadramentos.

Portanto, a promoção do valor da diversidade é relevante para a regulação democrática da mídia e para a qualidade do jornalismo no Brasil, na América Latina e em todo o mundo. A pesquisa acadêmica sugere que uma produção telejornalística de qualidade implica em diversidade de acesso e conteúdo. Mas, este conceito não está muito claro, demanda novas investigações. Para realizar com uma consistência maior a nossa análise, alguns recortes teóricos e metodológicos foram ainda necessários. Os estudos culturais foram escolhidos porque têm apontado novas formas de interação entre cultura e política, privilegiando as mediações e as negociações de sentidos entre produção e recepção. O que esses estudos, baseados em pesquisas empíricas, demonstram é que a dominação social e ideológica através das mídias não é tão monolítica, como se pensava antes. A Semiologia dos Discursos Sociais também contribuiu para esse estudo porque considera os discursos, inclusive as narrativas jornalísticas, como processos de comunicação e práticas sociais. De acordo com Pinto (1995:144), esses processos não se reduzem a diferentes formas de manipulação e a análise dos discursos é uma possibilidade de reflexão teórica e técnica das construções narrativas e de seus efeitos de sentidos, oferecendo um caminho de leitura crítica para as relações entre texto e imagem.

Um dos esforços mais produtivos para estudar a informação jornalística na TV são os estudos dos efeitos de “agenda-setting” na estratégia comunicativa. Esse conceito pode ser descrito como uma hipótese, segundo a qual, os meios de comunicação podem indicar aos seus destinatários temas em que devem pensar, conteúdos que precisam incluir ou excluir do seu conhecimento e acontecimentos que são ou não importantes. Há diferentes e complementares teorias das notícias, mas ainda não podemos apontar a existência de uma teoria completa. A definição da notícia como produto ou mercadoria não esgota a complexidade da sua definição. Traquina (2005:69-101) revela, porém, que nos estudos de agenda-setting, os critérios de noticiabilidade constituídos por valores-notícias, assim como a identificação da diversidade de tipificações de acontecimentos que estão envolvidos na cobertura jornalística, ganharam projeção expressiva nas investigações realizadas nos últimos 30 anos. E demonstra como

os estudos de *newsmaking* têm contribuído para a consolidação do jornalismo como campo específico de conhecimento (Traquina, 2003:13-47).

No caso da informação jornalística televisiva, a aplicação da hipótese da agenda-*setting* produz um efeito direto sobre os telespectadores, através da seleção e da hierarquia dos temas do dia, refletidas no “espelho”, ou seja, na lista das notícias escolhidas e na ordem em que vão ao ar em cada edição, com indicação do tempo dedicado a cada uma delas. Segundo Vilches (1995:36), a importância e a prioridade das notícias na TV, associadas ao conceito de visibilidade, constituem um critério de análise importante, o da tematização – uma forma de seleção que promove a atenção e o interesse público sobre alguns temas e valores em detrimento de outros –, o qual será adotado em função do interesse deste trabalho. Não podemos deixar de enfatizar que a lógica da produção está diretamente relacionada ao padrão do mercado e às rotinas produtivas. Mesmo assim, a definição de notícia ainda é problemática, porque também envolve o *ethos* jornalístico e a cultura profissional. Partimos do pressuposto, de acordo com Vizeu (2005:13), de que a notícia é simultaneamente um registro da realidade social e um produto dela, e que as características de cada meio influem na estruturação das notícias.

Em a *Linguagem do telejornal* (Becker, 2005), já tínhamos procurado apresentar as complexas características da narrativa telejornalística e uma metodologia para leitura crítica dos noticiários, promovendo uma análise quantitativa e qualitativa. São assumidas, basicamente, dez categorias para analisar a lógica da produção, eleitas e sistematizadas a partir de uma revisão da literatura específica. São marcas da estrutura e da narrativa do telejornal, que auxiliam a apreensão crítica: 1. A estrutura; 2. Os blocos: construção e distribuição; 3. O ritmo; 4. Os apresentadores; 5. Os repórteres; 6. As matérias; 7. As entrevistas e os depoimentos; 8. Campos temáticos: as editorias; 9. A credibilidade; 10. Recursos gráficos e cenários. Depois desta primeira observação há uma segunda etapa: a associação e a aplicação a estas categorias de onze princípios de enunciação contidos nos estudos sobre a linguagem do telejornal, interessados na complexidade dos discursos, nas produções de sentidos e na narrativa dos noticiários: 1. Relaxação; 2. Ubiquidade; 3. Imediatismo; 4. Neutralidade; 5. Objetividade; 6. Fragmentação; 7. *Timing*; 8. Comercialização; 9. Definição de identidade e de valores; 10. Dramatização; 11. Espetacularização.

Mas ainda são necessários alguns recortes para aplicar esta metodologia numa reflexão crítica sobre as narrativas telejornalísticas e suas representações. Em primeiro lugar, é preciso selecionar um tema que permita investigar as construções discursivas sobre a realidade, ou melhor, sobre a telerrealidade. Em segundo lugar, é necessário definir o material audiovisual e bibliográfico a ser trabalhado, o espaço de tempo de coleta e de interpretação deste material, a partir da escolha de um objeto de estudo específico. Esses conhecimentos, aliados ao critério da tematização, já citado, nos serviram de guia para analisar, durante uma semana, o valor da diversidade e a qualidade dos conteúdos das notícias transmiti-

das nas edições do Jornal Nacional de 27 de outubro a 3 de novembro de 2005. Escolhemos analisar as temáticas apresentadas e os modos de contar histórias das notícias e reportagens deste noticiário da Rede Globo porque é a mais importante fonte de conhecimento dos acontecimentos sociais para a maioria da população brasileira. Este telejornal exibido em horário nobre é assistido por 31 milhões de brasileiros, tem média diária de 43 pontos no Ibope e 68% dos televisores sintonizados no país, alcançando um faturamento mensal de 65 milhões de reais.⁶

Um *close* no JN

O Jornal Nacional tem sido historicamente ligado aos governos, incluindo o período da ditadura militar (1964-1985), ganhando, por isso, a reputação de voz oficial do Brasil. Mas, a sociedade brasileira mudou e este telejornal também precisou mudar para reconquistar pontos expressivos de audiência perdidos anteriormente, investindo em novas linhas editoriais. Em estudo anterior (Becker, 2005:109-19), constatamos que o noticiário promoveu, recentemente, transformações importantes, que levaram a uma cobertura mais plural dos acontecimentos. Segundo Bonner, a conquista da credibilidade e da responsabilidade social tem orientado a construção de cada edição e das séries apresentadas, símbolo de sua gestão. O Jornal Nacional passou a investir em temas que, até então, apareciam timidamente no espelho do telejornal, mostrando características de diferentes comunidades e regiões que formam a nação. Por outro lado, observamos que as aspirações dos diferentes grupos sociais ainda não transitam com liberdade pelo espelho deste telejornal. A falta de contextualização no tratamento da informação sobre a maioria dos fatos sociais transformados em acontecimentos tem sido justificada pela limitação do tempo de duração do noticiário e pela necessidade de apresentar o produto notícia com objetividade e imparcialidade, mas essa justificativa é inadequada, pois sabemos que ambas, constituintes dos princípios jornalísticos, são inalcançáveis.

Os resultados de nossa atual investigação foram ainda mais significativos. Já no primeiro dia da semana escolhida para análise, na edição de 27 de outubro de 2005, observamos que o tema da desigualdade social rompeu o lugar “permitido” das séries especiais demarcadas por vinhetas e foi anunciado nos resultados de uma pesquisa sobre as condições de vida nas capitais brasileiras e no Distrito Federal, revelando algo de que nós sempre tivemos conhecimento, mas que o Jornal Nacional passou a assumir como notícia: os problemas dos mais ricos são bem diferentes dos problemas dos mais pobres. No Rio de Janeiro, por exemplo, os ricos se preocupam mais com o desentendimento entre os vizinhos e os pobres com as más condições de moradia. Em São Paulo, a maior

⁶ VEJA, 1 de setembro de 2004, pp.100-8.

preocupação dos ricos é o meio ambiente e a dos pobres a falta d'água. Nessa reportagem de Flávio Fachel falam duas donas-de-casa, uma mais idosa no Rio e outra mais jovem em Belo Horizonte, além de um morador de classe média de Rio Branco e um pesquisador da Fundação Getúlio Vargas. A voz dos pobres e negros não aparece. O pesquisador afirma no seu depoimento que os dados revelam com clareza a desigualdade de vida bastante acentuada que permeia as diversas capitais do país. Dados que poderiam, segundo o repórter, auxiliar os governos nas políticas públicas. A matéria durou 3 minutos e 30 segundos, duração maior que o dobro do tempo médio dos VTs do JN.

O tema da desigualdade apareceu pela segunda vez nesta mesma edição do dia 27 de outubro de 2005, numa outra reportagem especial de 3 minutos e 6 segundos, motivada pela agenda global: O Comitê de Direitos Humanos das Nações Unidas criticou duramente o Brasil pelo segundo dia consecutivo em Genebra, na Suíça. O Comitê reclamou do corte de gastos para a segurança pública. A ONU também demonstrou preocupação com a forma como os maus policiais respondem pelos crimes que cometem, sugerindo que deveriam sempre ser julgados em tribunais comuns e não em tribunais militares. Também foi abordada a situação das crianças que vivem na rua. Segundo o correspondente especial da Rede Globo, Renato Ribeiro, a comitiva não soube responder quantos menores estão sem casa. Segundo o Comitê, o Brasil tem muitas boas idéias e ações insuficientes; e a alegação de que os menores de rua são uma consequência dos problemas econômicos é uma desculpa para agir menos. O Secretário de Direitos Humanos do Brasil, Mario Mamede, assumiu que a crítica era cabível e que o governo brasileiro teria que dar seriedade às questões mais urgentes e trabalhar com profundidade as políticas públicas para que fossem efetivamente voltadas para quem delas necessitam. Esta reportagem apresentou o problema da desigualdade sem otimismo e de modo objetivo. As imagens das crianças brasileiras que não têm lar foram vistas por mais de 30 milhões de pessoas em horário nobre, chamando a atenção da nação para um "acontecimento" que, por ser tão "comum" no cotidiano, nos centros e nas periferias das grandes cidades, não parece mobilizar a sociedade. Mas, só apareceram os depoimentos das autoridades. A reportagem não deu visibilidade às opiniões de outros representantes da sociedade civil sobre essa questão. Na verdade, em ambas as reportagens, o tema da desigualdade foi amparado nos discursos de vozes institucionais, a Fundação Getúlio Vargas, a quem coube promover a visão nacional sobre o tema, e o Comitê de Direitos Humanos da ONU, refletindo a visão do mundo global sobre a principal questão do país.

Nossos vizinhos latino-americanos ganharam surpreendente lugar de destaque em duas edições no período observado. Raramente, podemos acompanhar os principais acontecimentos da Venezuela ou da Colômbia nas edições do *Jornal Nacional* e dos telejornais brasileiros. Os acontecimentos dos Estados Unidos, ou da Europa, são mais valorizados. O poder e os interesses políticos e econômicos das nações do Primeiro Mundo intervêm na seleção dos fatos sociais

que serão transformados em notícia em todo o planeta. Ficamos mais preocupados com os conflitos no Líbano ou no Iraque do que com o que acontece nos países próximos ao Brasil. No entanto, a guerra civil na Colômbia faz mais vítimas mensais que todos os conflitos desses países somados. Não sabemos disso, simplesmente porque a América Latina quase nunca é pautada na mídia.

Nesta semana, foi diferente. É claro, que essas reportagens foram motivadas pela agenda Global: a visita do presidente dos Estados Unidos, George W. Bush à Argentina para participar da Cúpula das Américas nos dias 4 e 5 de novembro de 2005, da qual participaram 32 chefes de Estado e dois vice-presidentes. Mas, tivemos acesso durante 4 minutos, no dia 2 de novembro, a imagens e informações sobre uma Venezuela que conhecemos muito pouco. A reportagem de José Roberto Burnier mostrou que o governo tem controle quase total sobre o Congresso e sobre os meios de comunicação e abriu aos setores populares programas sociais com resultados expressivos, sob uma democracia populista e polêmica. O país de Chávez tem 70% da população abaixo da linha da pobreza e é o quinto produtor de petróleo do mundo. No dia 3, assistimos a uma reportagem de Tônico Ferreira, com duração de 5 minutos e 6 segundos, apresentando a Colômbia como o país mais violento da América Latina, no qual 3 mil pessoas morrem todos os anos, vítimas de um conflito interno de quatro décadas entre grupos de esquerda, uma força paramilitar e o exército nacional, motivado pelo comércio ilegal de drogas. Segundo Burnier, 90% da cocaína consumida nos Estados Unidos saem da Colômbia, país que mais produz a droga no mundo. Curiosamente, os conflitos na fronteira das Amazônias Colombiana e Brasileira não foram mencionados, tampouco os regionais e nacionais brasileiros provocados pelo tráfico de drogas. De qualquer modo, a reportagem foi mais contextualizada do que as notícias veiculadas sobre as guerras entre traficantes nas favelas cariocas, que não apresentam relatos polifônicos, as informações das autoridades são quase sempre acompanhadas apenas dos depoimentos dos moradores assustados, sem uma investigação jornalística mais profunda sobre as causas e as relações de poder implicadas nestes conflitos no Brasil.

O terceiro tema que emergiu nesta semana foi o audiovisual, que tem valor estratégico para a conquista da cidadania e para o desenvolvimento do país. No encerramento da edição do dia 29 de outubro, uma reportagem de 3 minutos e 6 segundos sobre o voluntariado mostrou a ação integrada entre duas comunidades pobres, uma do Rio de Janeiro e outra de Nova York, para melhorar as condições de vida dos moradores. Os dois grupos se encontraram, pela primeira vez, no Fórum Mundial de Porto Alegre em 2003. O trabalho social desenvolvido foi registrado por Fernando Salis, no filme *Nós em rede*. Nesta edição, o noticiário assumiu o valor do audiovisual para promoção da diversidade, abrindo espaço para a voz e o trabalho de pessoas que quase nunca aparecem na telinha, como o líder comunitário Ângelo Silva. No dia 1 de novembro, o Jornal Nacional mostrou outra reportagem sobre a produção audiovisual brasileira, vídeos selecionados num concurso de 40 brasileiros, que nunca tinham filmado

nada antes, sobre diferentes regiões do país. A riqueza e a diversidade da cultura brasileira foram valorizadas. A matéria revelou um país capaz de expressar e respeitar as suas diferenças, porém apenas de modo pitoresco. Nessas reportagens, nenhuma informação foi dada, por exemplo, sobre a escolha do padrão e a regulamentação da TV Digital no Brasil ou sobre os desafios da educação à distância.

No último dia da semana observada, o encerramento do telejornal foi dedicado a um passarinho. O noticiário usou 2 minutos e 33 segundos, 10% do tempo da sua edição, para contar o cotidiano de Zé, o filhote de bem-te-vi adotado por um casal de Belo Horizonte, que vive solto e traz alegria aos moradores do bairro, sugerindo que todos podem se encantar e se doar, de modo singelo, nos grandes centros urbanos, um clássico *fait-divers*, que, certamente, poderiam ser aproveitados para apresentar uma reportagem bem elaborada sobre tema relevante para o país.

Observamos nesta análise que há uma inovação de temas e atores sociais no Jornal Nacional e que grupos ou movimentos sociais organizados já se fazem representar. Não há ainda, porém, uma necessária ousadia na seleção de temas e na contextualização dos problemas sociais brasileiros, que levariam a um jornalismo de maior qualidade, tampouco investimentos em novos modos de contar as notícias, o que às vezes se encontra em algumas reportagens de programas da própria Rede Globo, como o Fantástico. A série *Mercadão de Sucessos*, exibida de 25/09 a 23/10 de 2005, apresentada por Regina Casé, revelou como é possível informar com criatividade e conteúdo a diversidade de comportamentos culturais brasileiros. Essa série mostra numa linguagem “semitelejornalística” renovadora, sem texto *off* e “passagens”, a criatividade das pessoas envolvidas em novos movimentos musicais, como o tecnobrega, que incorporam a tecnologia digital para a expressão da cultura regional. Gente que aproveita com prazer a experiência de viver num mundo “glocal”, remexendo as nossas emoções e reflexões.

No dia 16 de outubro, uma reportagem da série com 9 minutos e 32 segundos sobre as festas de aparelhagem em Belém do Pará, uma mistura de shows e bailes itinerantes organizados por *DJs* com equipamentos de som bastante sofisticados, funcionou como uma síntese das contradições da pós-modernidade midiática e como uma referência para se pensar o telejornalismo de qualidade. Não temos muita oportunidade de conhecer outros Brasis na telinha. As diferentes comunidades do país e seus modos de viver e pensar, de modo geral, só aparecem quando associados ao voluntariado, o que muitas vezes também funciona como um marketing da emissora de TV na construção de um perfil de “empresa-cidadã” na busca da cumplicidade com o telespectador. Quase sempre os “pobres” só têm espaço nos programas jornalísticos quando são mostrados como “perigosos”, violentos ou pitorescos. Mas, nesta reportagem, os “pobres” das periferias da região norte do Brasil nos deram uma aula sobre a nova música popular brasileira. Apreendemos que as periferias não precisam mesmo mais dos centros para se comunicar. Sem dúvida, a sociedade brasileira mudou, o Jornal Nacional também, mas ainda tem muito que conquistar.

Algumas lições

A partir das contribuições teóricas e da análise empírica, podemos propor alguns parâmetros para a construção do conceito “telejornalismo de qualidade”:

- Na elaboração das pautas, estabelecer uma nova hierarquia de valores em sintonia com o interesse público, valorizando menos a agenda oficial, não temendo desmentidos, mantendo independência política e multiplicando as fontes;
- Na apuração e na construção das notícias, reinventar as maneiras de abordar os fatos sociais, cruzando informações e dados, criando relações entre aspectos locais, nacionais e globais nos relatos para promover a cidadania, abrindo regularmente espaço para vozes de diferentes personagens e buscando enquadramentos e pontos de vista diferenciáveis, movimentos de câmera e planos singulares e inusitados, na captação de imagens;
- Na edição das reportagens, explorar melhor a relação texto-imagem, marca essencial do audiovisual, produzindo novos olhares sobre a realidade social. A imagem nos telejornais tem maior poder de descrição dos acontecimentos, mas a qualificação sempre cabe ao texto verbal. O casamento entre texto e imagem é quase sempre articulado para não imprimir qualquer dúvida quanto à veracidade do acontecimento e do noticiário, busca criar o efeito do real. Mas, é possível experimentar modos diferentes de contar histórias do cotidiano, mais interessantes e curiosas, valorizando a estética e o conteúdo, usando as novas tecnologias com criatividade, sabedoria e discernimento.

Em síntese, há telejornalismo de qualidade quando uma cobertura jornalística do Brasil e do Mundo representa a pluralidade de interpretações e a diversidade de temas e atores sociais, quando imaginamos que existem novas elaborações e outros modos de construir sentidos sobre o mundo cotidiano na tela da TV, quando aprendemos a pensar com as imagens, e experimentamos, como disse Machado (2001:18), novas poéticas audiovisuais, revestindo o habitual de novos estímulos e significados.

Referências

BECKER, Beatriz (2005). *A linguagem do telejornal*. Um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil. 2ª ed., Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais Ltda.

_____. (2005). Hommer Simpson: O protagonista (in)visível dos 35 anos do JN. In: *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Vol. II, nº 1, Revista Acadêmica Semestral do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo e Mídia. UFSC, pp. 109-19.

Folha de S. Paulo. Cad. Dinheiro2. EUA mantém controle da internet por 5 anos, Tecnologia. São Paulo, 17/11/2005, p. B9.

GIDDENS, Anthony (2003). *Mundo em descontrole*. Rio de Janeiro: Record.

LIMA, Venício A. de. Luz amarela acesa, o que está acontecendo com a Imprensa, observatório, últimosegundo.ig.com.br cod3241MQ001, 18/12/2005.

MACHADO, Arlindo (1988). *A arte do vídeo*. São Paulo: Brasiliense.

____ (2003). *A televisão levada a sério*. 3ª ed., São Paulo: Senac.

MARTIN-BARBERO, Jesús (2000). *Os exercícios do Ver, Hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac.

O Globo. A face mais internacional dos EUA se renova. *O Mundo*, 3 de julho de 2005, p.40.

O Globo. Imprensa descobre a cobertura combativa. *O Mundo*, 18 de setembro de 2005, p.40.

PINTO, Milton José (1995). Semiologia e imagem. In: BRAGA, José Luiz et al. (org.). *A enunciação dos sentidos; mídia, cultura e política*. Rio de Janeiro: Compós, Diadorim, pp.141-57.

PORTO, Mauro (2005). The principle of diversity in Journalism. *Brazilian Journalism Research*, SBPJor, Vol.1, nº 1, semester 1, UnB, pp.135- 53.

RINCÓN, Omar (2004). In: *Lutando por uma televisão melhor*, Entrevista a João Freire Filho, ECO-PÓS - Publicação da pós-graduação em comunicação e cultura, Vol. 7, n.1. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais Ltda., pp.113-25.

THOMPSON, Robert J. (1991). *Television s second golden age*. Syracuse University Press.

TRAQUINA, Nelson (2003). *O estudo do jornalismo no séc. XX*. São Leopoldo/RS: Unisinos, Impressos Portão.

____ (2005). *Teorias do jornalismo*, Vol.II. Florianópolis: Insular.

Veja, O Jornal Nacional que você nunca viu. São Paulo: Abril, 1 de setembro de 2004, edição 1869, ano 37, nº 35, pp.100-8.

VILCHES, Lorenzo (1995). *Manipulación de la informacion televisiva*. Barcelona: Paidós.

VIZEU, Alfredo (2005). *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Calandra.

BEATRIZ BECKER é doutora em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ e Professora Adjunta nesta instituição. Coordenou o Curso de Jornalismo e também o LabTV/COM-ECO. Sua Tese foi eleita a melhor na Intercom 2002, e publicada na forma de livro. A experiência acadêmica está associada à vivência profissional como jornalista e profissional de TV durante mais de vinte anos. Membro do Conselho Científico da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, a SBPJor, e concluiu, recentemente, o estágio Pós-Doutoral no Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. beatrizbecker@uol.com.br

*Artigo recebido em 3 de fevereiro
e aprovado em 29 de março de 2006*