

## Telejornalismo e Poder: A moeda política que regula as relações de troca no Brasil

Flávio AC Porcello

*Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil*

E-mail: flavioporcello@uol.com.br

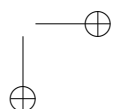
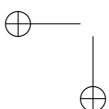
A palavra televisão foi inventada pelo francês Constantin Perskyi em 25 de agosto de 1900. Televisão foi o título da tese lida por ele no Congresso Internacional de Eletricidade, em Paris, que descrevia um equipamento baseado nas propriedades fotocondutoras do Selênio que transmitia imagens à distância. O termo substituiu os anteriores telefoto, radiovisão e teletoscópio. O termo televisão reúne palavras de duas línguas:

*Tele* vem do grego e significa longe, e *Videre* origina-se do latim e quer dizer ver. *Televidere* ou televisão, é uma palavra com origens no grego e no latim. Metade grego, metade latim. Nada de bom pode vir daí! Foi a reação mal-humorada que expressava o pessimismo ante a nova invenção manifestada pelo editor do jornal britânico *Manchester Guardian*, em 1928 (RIXA & SACCHI, 2000:11).

Muitos anos e inúmeras pesquisas depois, ao final da II Guerra Mundial, quando o invento começava a chegar às casas dos norte-americanos, a reação ainda era de desconfiança. A repórter Alva Johnston, do jornal *Saturday Evening Post*, escrevia que

Segundo as estimativas mais otimistas, a televisão deve adquirir a maioria dentro de um ou dois anos, mas os céticos afirmam que ela não sairá jamais deste círculo vicioso: só haverá investimentos quando houver mais aparelhos e só haverá mais receptores quando houver mais investimentos em programação. A TV não tem utilidade prática durante o dia, pois as donas-de-casa raramente poderão sentar-se ao lado de um receptor para contemplar sua tela (Johnston, 1946:37).

A lembrança destas duas citações logo no início tem a intenção de abrir o presente artigo com uma provocação: a perspectiva do olhar em relação ao espaço temporal. Em uma atividade dinâmica e em constante mutação como o



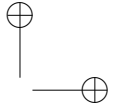
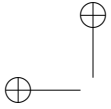
telejornalismo, o impacto das novas tecnologias de comunicação e informação produz significativas conseqüências. Ora a televisão ou *televídere* deveria ser recebida com desconfiança no início do século passado por sua origem etimológica, ora deveria ser vista com desconfiança quase cinquenta anos depois já que afastaria as pessoas de suas obrigações diárias. Nos primórdios do século XXI o termo televisão e sua capacidade de penetração não só nas casas mas principalmente na vida das pessoas são fatos reais e indiscutíveis.

Essa breve digressão a pouco mais de um século atrás visa introduzir o presente artigo em que o objetivo é discutir a influência política da televisão na vida das pessoas. O objeto ficará limitado aos estudos da influência política da TV no Brasil, com ênfase no período compreendido entre a primeira (2002) e a segunda eleição do governo Lula (2006). O enfoque que aqui será dado é o de que há uma troca de interesses e apoio entre a Mídia representada pela TV e o governo, qualquer governo, todos os governos, em síntese, a troca entre quem governa e quem o ajuda a governar através do apoio midiático. E a moeda de troca que regula essa retribuição de favores é a concessão pública para a exploração dos serviços de radiodifusão no país.

De novo, voltando ao passado, embora um passado mais recente, é possível lembrar a prestimosa ajuda que a televisão deu ao regime militar implantado com o golpe de 31 de março de 1964. O primeiro presidente do regime ditatorial, o Marechal Humberto Alencar Castello Branco, reconheceu que a TV e o rádio desempenharam papel de relevo no movimento revolucionário de defesa da democracia (RIXA, 2000:141).

O governo militar de Castello Branco, dos outros quatro generais-presidentes, dos civis Sarney, Collor, Itamar, FHC ou Lula, todos, indistintamente, governaram sem modificar o Código Brasileiro de Telecomunicações – Lei 4117, de 27 de agosto de 1962 – regulamentado ainda no Governo João Goulart. Não é preciso pensar muito para descobrir tudo o que mudou no mundo em quase meio século, desde que a lei foi promulgada até os dias de hoje. É possível imaginar uma lei de quase meio século atrás regulando hoje uma atividade tão dinâmica como a comunicação de massas através da Mídia eletrônica?

É verdade que a referida legislação passou por algumas atualizações mas ela tem uma concepção muito antiga. Hoje o governo trabalha para produzir uma nova lei mas as discussões sobre o tema ainda não avançaram.



Desde 1988 a Constituição Federal determina que os Meios de Comunicação Social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio (Parágrafo 5, art. 220). O decreto-lei 236/67 limita a participação societária do mesmo grupo nas empresas de radiodifusão em cinco concessões de rádio e TV em VHF (nível nacional) e em duas no sistema UHF (nível regional). Mas as normais legais mais recentes (Lei Mínima, Lei do Cabo, Lei Geral das Telecomunicações) não incluíram dispositivos que limitem ou controlem a concentração da propriedade. As grandes redes de TV tem mais emissoras do que o permitido. A Globo, por exemplo, tem participação em 32 emissoras, sendo 10 próprias. No final do presente artigo veremos que a renovação das concessões da Globo e das outras emissoras sempre se deu e continua se dando de forma automática.

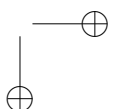
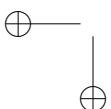
Mas a forma de operacionalizar esse apoio é a transmissão de notícias que sirvam aos interesses do Poder. O telejornal diário é o canal. É uma história antiga, quem vem dos primórdios da televisão no Brasil e persiste até os dias de hoje:

Os militares, com o golpe de 1964, conceberam a necessidade de um Significante padronizante. A TV foi a escolhida, mais especificamente, a Globo, que assumiu a orquestração cultural e ideológica, com uma missão de entregar e padronizar as pluralidades nos melhores tons dos interesses oficiais. A ditadura militar acabou, mas o conservadorismo da Globo parece ter se mantido intacto. Possui uma biografia, pautada pela defesa de teses e causas, com um pecado original. São, em geral, anti-populares.

Significam um freio ao sentido pleno da autêntica democratização. (RAMOS, 2007: 9).

A análise pode ser complementada com a contribuição de Eugênio Bucci que compara a imagem pública, influência política e credibilidade do Jornal Nacional, da Globo, dos seus primeiros anos até os dias de hoje:

Há 20 anos, ou até o início dos Anos 90, ele era símbolo de fraude e empulção. Podia ter audiência, mas não tinha esse atributo fundamental do jornalismo que é a credibilidade (...) O JN era de um governismo alucinado, mesmo nos tempos em que nada era mais alucinado do que o governo. O cidadão ligava o telejornal e logo desconfiava que alguém ali estava tentando enganá-lo sobre algum assunto que ele não sabia bem qual era, por que era, onde é que era, mas que estavam tentando tapeá-lo, isso ele intuía rapidamente (...) Em 2006, a fisionomia do telejornalismo já era outra. Após uma



seqüência de reformulações plásticas e estruturais, passou a construir uma credibilidade que jamais teve (BUCCI *in* TRAVANCAS, 2007).

É importante aqui voltarmos no tempo, recuperando as primeiras conclusões do pioneiro Luiz Beltrão nos anos 60, quando dava os passos iniciais nas pesquisas da área do jornalismo de televisão, que sequer era chamado na época de telejornalismo, como fazemos atualmente:

O jornalismo de televisão é, antes de tudo, o fornecimento de mosaicos recém-fabricados do acontecimento, das peças mais novas do jogo de armar; não lhe sobra tempo para oferecer ao homem sôfrego de conhecer o mural da realidade do momento, o conjunto, ainda que grotesco, de todas as peças do brinquedo vital para os indivíduos e para a comunidade que é boa e completa da comunicação jornalística (BELTRÃO, 1976: 38).

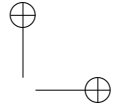
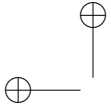
A referência a Beltrão é fundamental para compreendermos a relação do tempo com o olhar. A TV nos anos 60, no Brasil e no mundo, era como bem descreve o pioneiro dos estudos em comunicação no país o fornecimento de mosaicos recém-fabricados do acontecimento. Meio século depois a definição continua atual.

Avançemos no tempo. Mudemos o cenário: Guerra do Iraque, 2003.

Noticiário noturno da Rádio e Televisão Portuguesa (RTP): o âncora José Alberto de Carvalho, com um sorriso nos lábios, depois da matéria de um repórter apresentando alguns dos 900 carros de luxo depredados na garagem dos filhos de Saddam Hussein após a invasão do Iraque pelas tropas aliadas. O âncora introduz uma entrada ao vivo do repórter Carlos Fino, correspondente de guerra da RTP, que havia dado o furo mundial do início da guerra:

Âncora José Alberto de Carvalho: - Então, Carlos Fino, depois dessas Imagens, o que mais o regime de Saddam tem a revelar-nos? Repórter Carlos Fino: - Bem, Zé Alberto, é preciso não esquecer que estamos no Médio Oriente, e o luxo de Saddam é semelhante ao dos poderosos no Kuwait ou na Arábia Saudita, portanto é preciso contextualizar a informação, trata-se de um evidente abuso para os padrões ocidentais mas não é nada surpreendente para esta região (MORETZSOHN, 2007: 248).

O mosaico de Beltrão estava sendo construído pelo âncora português, que foi contestado no ar pelo repórter que, ao vivo, contrariou a informação recém-fabricada e pré- moldada pelo senso comum criado a milhares de quilômetros de distância.



Essa contestação sobressai no contexto em que a histeria midiática anti-Saddam levava o noticiário de várias emissoras- inclusive o da Globo a sublinhar como escandalosos certos hábitos dos filhos do presidente iraquiano, como a manutenção de um zoológico particular, a coleção de armas e até de revistas pornográficas. Isto é, além de assassinos, ainda eram tarados. Mudando-se o contexto, tais hábitos seriam vistos simplesmente como excentricidades passíveis de serem noticiadas como *faits-divers*, como tantas vezes o foram (MORETZSOHN, 2007: 248).

Ainda em Moretzsohn vamos encontrar outra percepção importante na relação entre o olhar jornalístico que transforma fatos em notícias e a estrutura da narrativa que visa atrair a atenção do público:

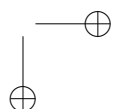
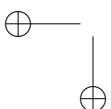
Se a espetacularização é hoje a linguagem da mídia e da TV em particular, é preciso tentar buscar o equilíbrio entre o espetáculo, sem o qual não se atrai a atenção do público, e a informação, sem a qual o jornalismo não tem razão de ser. O jornalista estaria, então, diante do desafio de preservar sua capacidade de oferecer resistência à voracidade da máquina midiática na qual está inserido como profissional, recuperando a idéia de que uma redação de jornal é um campo de luta (MORETZSOHN, 2007: 249).

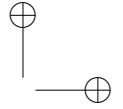
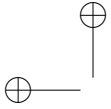
E complementa:

Obrigado a lidar com a informação imediata, o jornalismo, freqüentemente se limita a ela. Mas é falso dizer que deixa de contextualizá-la, como quem focaliza a árvore e perde a dimensão da floresta: a contextualização está ali, alienada, reiterando o senso comum a partir das interpretações prontas. Pensar contra os fatos significa preservar a relação do jornalismo com o imediato, imprimindo-lhe o duplo movimento de abranger a floresta a partir das árvores para revelá-las em sua conexão singular com o universo a que elas pertencem. Noutras palavras, partir do fenômeno para conectá-lo ao processo (MORETZSOHN, 2007: 288).

Moretzsohn (2007) sublinha que nesse sentido se poderá assumir o ideal iluminista de ousar saber e ousar ver, com a consciência de que esse processo será sempre um jogo de luz e sombra, que simultaneamente, encobre e revela. Esse ponto é vital em nossa reflexão.

Todo o olhar jornalístico é um olhar, é uma visão, é um enfoque. É impossível retratar em um relato jornalístico um ambiente de 360 graus. O





que o jornalista tem por obrigação mostrar é o melhor ângulo, o ângulo mais próximo do conjunto das informações que ele reuniu e que mais o aproxime da realidade. Ele dá a sua visão, o seu olhar do acontecimento, baseado no seu conhecimento acumulado sobre o assunto e na presunção de que aquele é o foco do interesse do receptor da informação. Aplica-se aqui o conceito de audiência presumida nos estudos em telejornalismo de Alfredo Vizeu (2005).

Os jornalistas constroem antecipadamente a audiência a partir da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (regras de redação), da língua e das regras dos campos das linguagens para, no trabalho da enunciação, produzirem discursos. E o trabalho que os profissionais do jornalismo realizam, ao operar sobre os vários discursos, resulta em construções que, no jargão jornalístico, podem ser chamadas de notícias (VIZEU, 2005: 94).

Devemos considerar as ponderações de Puente (1997) sobre as notícias em TV:

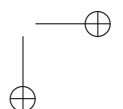
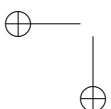
Las noticias son como el viento: difícil de explicar pero muy fácil de identificar cuando corren como brisa suave y tibia, como ventarón y como vendaval (PUENTE, 1997: 41).

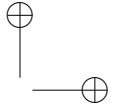
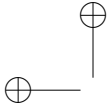
E prossegue:

Hay noticias pequeñas, que corren como brisa suave y tibia no por su extensión, sino por sua importância para el próximo, y otras grandes, que son como ventarón y como vendaval, que salem de lo corriente y se vuelven conocimiento comum y necessário para todos los hombres. Las primeras aparecen solo em algunos médios, la segunda, em todos. Las primeiras son las *noticias blandas*; las segundas, las *noticias duras*. (PUENTE, 1997: 42).

Velásquez (1992) avança na questão, interpretando a linguagem em televisão:

El language televisivo esta compueste de imágenes, palabras, gestos, musica...todo ello forma um sincretismo que le define como tal. Para su realización recurre a diferentes tipos de language, los cuales, em su interrelación, forman um sistema de significación unitário e comprensible (VELÁSQUEZ, 1992: 49).





E acrescenta:

La intervención, em forma dialogada, de los actores sociales (políticos, médios, profesionales) nos hace afirmar que el médio no solo informa y narra em esta ocurrencia, sino que opina, interpreta, valora, concluye, em definitivo, muestra sus tendências y todo ello mediante la formulación de las preguntas que realiza al entrevistado, la actitud que adopta durante el desarrollo Del dialogo, el planteamiento del cuestionarios y de los temas seleccionados, las fuentes e referencias que emplea como soporte y prueba de sus afirmaciones-preguntas (VELÁSQUEZ, 1992: 247).

Por fim, a autora sublinha que

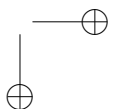
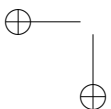
Esto nos leva a concluir que el actor social que es el médio y el profesional, como ultimo eslabón de la cadena significativa productora de um discurso, utiliza el gênero entrevista para manifestar su opinión, postura y sus tendências legitimadas por la participación del político, el cual no ha aceptado, de antemano, ,el contrato comunicativo que se le ofrece (VELÁSQUEZ, 1992: 247).

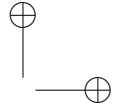
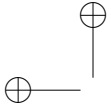
Mais uma vez recuando no tempo, devemos lembrar que a expressão A Televisão é uma janela para o mundo surgiu em 1946 e foi proferida por T. Hutchinson (*Here is television: your window to the world*). Faraone complementa:

Television es una ventana al mundo. Pero una ventana ideológica por lo que selecciona y por lo que suprime u omite. Com um mínimo espíritu crítico se observa que um informtivo de TV, por ejemplo, esta compuesto por uma selección de informaciones diversas dosificadas com critérios variables (FARAONE, 1997: 25).

Lalo Leal (2006) complementa a discussão, trazendo-a para a televisão brasileira:

Diretores e apresentadores de televisão, comprometidos com o modelo comercial descontrolado, chegam a considerar o meio absolutamente neutro. Para eles, a TV seria apenas um eletrodoméstico, e seu papel cultural comparável ao de uma janela. Dessa forma, o problema estaria na paisagem e não na janela como se a televisão não escolhesse, entre milhares de paisagens aquelas que, segundo seus critérios, servem para dar mais audiência.





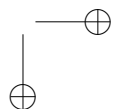
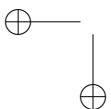
Ou, pior, não forjasse situações que nem na paisagem estão. São cenas falsas, vendidas como verdadeiras apenas para atrair telespectadores incautos (Lalo Leal, 2006: 18).

Pode parecer a primeira vista apenas uma curiosidade mas com um exame mais detalhado e uma reflexão mais minuciosa veremos um exemplo bem preciso do que os autores acima acabaram de dizer. Quando esboçava-se no Brasil a discussão que antecedeu a implantação da TV Pública (implantada dia dois de dezembro de 2007, com o início das transmissões da TV digital) o jornal Folha de S.Paulo materializou em suas páginas o tema que aqui está sendo teorizado. Na edição do dia 22 de junho de 2007 o jornal trouxe na capa a seguinte chamada: *Ilustrada: Pressão baixa fez Fátima Bernardes sair do ar*. E completou no caderno *Ilustrada: Na terça-feira, Fátima Bernardes apresentou apenas o primeiro bloco do Jornal Nacional*. Quando começou a segunda parte do telejornal, a apresentadora, de acordo com a Globo, se sentiu mal e saiu. Na mesma edição, no caderno Brasil apareciam duas outras informações sobre TV: *Para Markun (presidente da Fundação Padre Anchieta) projeto de TV de Lula é bom e TV Pública obriga canais a se mexer, diz ministro (Franklin Martins)*. Ou seja, as notícias de maior interesse público (TV Pública) foram preteridas na chamada de capa em relação ao noticiário sobre a apresentadora (celebridade) do Jornal Nacional. A escolha editorial foi criticada pelo ombudsman da Folha de S.Paulo no domingo seguinte:

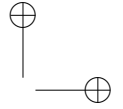
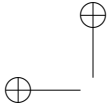
O fato merecia registro mas foi estranho a Primeira Página preterir chamada para discussão sobre a emissora estatal, optando por noticiar o susto que fez Fátima Bernardes sair do ar. O jornal, penso eu, inverteu a relevância da informação. A apresentadora atrai maior interesse do público, porém a nova TV (Pública) tem mais interesse público e jornalístico (MAGALHÃES, 2007).

Além da Globo, outras emissoras brasileiras tiveram suas concessões vendidas e renovadas em 2007. Afinal, concessão de TV no Brasil é via de mão única: quem ganha nunca mais perde. E governo algum jamais verificou se os concessionários cumprem o que lhes determina a lei.

Distribuídas ao sabor de interesses particulares, as concessões outorgadas pelo Estado em nome da sociedade tornaram-se fonte de poder econômico, político e- mais tarde religioso, numa vertente que funde negócios, política







e fé. Ao completar 50 anos no Brasil, a TV alcançou níveis de descompromisso com a qualidade da programação jamais vistos. Afrontou a Constituição, o Estatuto da Criança e do Adolescente, o Código de Defesa do Consumidor, além de ferir compromissos em defesa dos direitos humanos assumidos pelo Brasil com outras nações (LALO LEAL, 2007: 10).

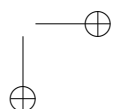
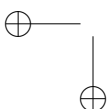
E continua:

A mesmo tempo, a TV passou a surfar na onda neoliberal. Se os governos brasileiros sempre trataram o setor com luvas de pelica temerosos de irritar os concessionários e açular sua ira -, na década de 1990 o Executivo praticamente abdicou de sua função reguladora. Como em quase toda a economia, o mercado reinava como senhor absoluto. As tímidas tentativas de reverter essa situação foram rapidamente abortadas. E as emissoras continuaram a correr soltas, ocupando canais públicos mas sem dar ao público qualquer satisfação sobre a qualidade do serviço a ele prestado (LALO LEAL, 2006: 10).

Concessão pública no Brasil é moeda política: o governo dá, as emissoras recebem e a compensação se dá na troca de apoio e retribuição de interesses. Lalo Leal observa que na metade da década de 1990, quando estávamos chegando ao fundo do poço, surgiram as primeiras vozes capazes de se fazerem ouvir, apesar do antagonista ser cada vez mais forte.

Grupos passaram a se formar para discutir televisão; dissertações de mestrado e teses de doutorado cresceram em número e qualidade com a consolidação dos programas de pós-graduação em comunicação; certos parlamentares resolveram enfrentar o poder e usar os meios de que dispunham para essa batalha; ações mais práticas começaram a se desenvolver por meio dos canais institucionais oferecidos pelo Ministério Público. E aí a situação mudou. Governos viram-se na obrigação de assumir seu papel, ainda que timidamente. As emissoras passaram a responder direta ou indiretamente aos reclamos da sociedade. Surgiram propostas concretas para a democratização, com sinais de que poderiam ser bem-sucedidas. (LALO LEAL, 2007: 11).

Esse é o ponto central da reflexão aqui proposta. A questão das concessões de rádio em TV no Brasil sempre foi um tema polêmico mas que nunca mereceu a devida atenção da sociedade. Como exemplo do que queremos dizer,

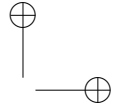
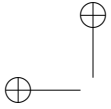


outra comparação faz-se necessária. Exatamente às 23:59 do dia 28 de maio de 2007 o governo de Hugo Chavez não renovou a concessão da Rádio Caracas Televisión a mais antiga emissora da Venezuela. O assunto provocou protestos no país e teve repercussão internacional mas estava rigorosamente dentro da lei. A emissora apoiou um golpe militar contra Chavez em 2003 e foi punida com a não renovação de sua licença para continuar operando. O seu lugar no espaço público de radiodifusão foi ocupado pela Televisión Venezolana Social (Teves), uma emissora oficial provavelmente não acontecerá, ao menos enquanto continuarem existindo as relações de troca entre governos e concessionários.

Um ato com o de Chavez no Brasil teria que ser examinado pelo Congresso Nacional e aprovado por 2/5 dos legisladores em votação nominal. (Constituição Federal, artigo 223, parágrafos 1 a 5). Antes disso, o Congresso teria que ouvir, na condição de órgão auxiliar o Conselho de Comunicação Social conforme está indicado no artigo 224. E aqui começam nossas aflições e vexames: não temos um Conselho de Comunicação Social. Criado com 14 anos de atraso depois de promulgada A Constituição Federal nosso CCS teve vida efêmera. É hoje um arremedo do que foi, burla ostensivamente ao espírito da lei que o criou: não serve ao congresso, não serve à sociedade, não serve aos meios de Comunicação e, o pior, não serve à democracia. Não tem autoridade técnica para esclarecer dúvidas, não tem credibilidade para subsidiar a tomada de decisões. Sobretudo no tocante às concessões (DINES, 2007).

É essencial que se dirija a presente discussão para a importância fundamental do telejornalismo. As questões políticas da relação de troca entre o Poder e a Mídia precisam ser discutidas de forma permanente no país para que a plenitude democrática seja alcançada. Mas essa discussão passa obrigatoriamente pelo telejornalismo, que é hoje um lugar de referência, substitui a praça pública da antiga Grécia e centraliza as informações sobre a vida social, pautando e direcionando o debate. É possível afirmar com convicção que a notícia de hoje na TV é o assunto de amanhã nas casas e ruas das cidades.

A TV pode contar e recontar histórias mudando o enfoque ou abordagem conforme a conveniência ou perseguindo dos índices de audiência. Sem dúvida ela tem a capacidade de mudar as histórias que conta de acordo com as influências e interesses da ocasião. No Brasil são inúmeros os casos a relatar. Citemos alguns: a sempre lembrada edição do debate Lula x Collor em 1989;



a trajetória de Lula das portas de fábrica do ABC paulista à presidência da República, incluindo sua prisão pelo Dops, quando a Globo mostrou no Jornal Nacional como história o que havia sonogado quando notícia nos anos 80; as imagens do dinheiro apreendido pela Polícia Federal no chamado dossiê Cuiabá às vésperas do primeiro turno da eleição de outubro de 2006 que ocupou o lugar da notícia que não foi dada pelo mesmo JN, a queda do avião da Gol no pior desastre aéreo nacional ocorrida no mesmo dia. São muitos os exemplos, mas fiquemos apenas nesses três, não por acaso os três casos envolvendo o Jornal Nacional da Globo, há décadas o telejornal de maior audiência e influência política no Brasil.

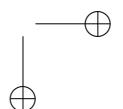
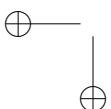
Mais uma vez um recuo no tempo pode nos ajudar a fazer comparações que ajudam a compreender melhor o assunto. O jornalista norte-americano Gay Talese, que foi peça fundamental do inovador *New Journalism*, comparou o peso das notícias impressas com o que é veiculado no telejornalismo:

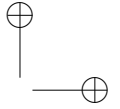
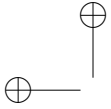
O jornal impresso em papel nasce e morre todos os dias. E nasce e morre no dia seguinte, e no outro, e no outro também. O telejornal nasce e morre várias vezes ao dia. Todo o dia é um novo jornal, e tudo, cedo ou tarde é esquecido (CARIELLO, 2004: A22).

Wolton acrescenta que,

O jornalismo é uma profissão muito bela: pegar o fio do tempo dia após dia, distinguir o importante do secundário, tentar explicá-lo a públicos invisíveis. Mas é uma profissão mais difícil de se praticar hoje do que ontem em virtude da onipresença da informação. Quanto mais fácil tecnicamente fazer a informação, mais seu conteúdo traz dificuldades. O que se ganha em facilidades técnica se perde em significação (WOLTON, 2004: 301).

A quantidade enorme de informações todo o dia despejada para as pessoas pelos aparelhos cada vez maiores de TV deve ser hierarquizada. Em hipótese alguma defende-se aqui qualquer tipo de censura ou de controle da informações, mas o que deve exigir-se é responsabilidade e honestidade por parte de quem produz a informação televisiva. Fiquemos apenas no telejornalismo para não perdermos o foco. E dentro do telejornalismo tomemos, por exemplo, a edição jornalística. Sabe-se que é impossível um olhar de 360 graus na divulgação de informações jornalísticas. Toda a matéria jornalística





pressupõe um olhar. Por trás do visor da câmera de TV há o olhar do cinegrafista que está captando aquela imagem. Ele nos mostra o que achou mais importante mostrar e para ali focou sua lente. O texto do repórter reúne o que ele quis nos dizer. E a edição final obedece aos critérios profissionais do editor que, afinal, é o primeiro telespectador da matéria. Veremos o que eles selecionaram para assistirmos. E não poderia ser diferente. O jornalista é um mediador entre o fato que eles buscaram e transformaram em notícia para o público que está assistindo.

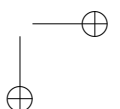
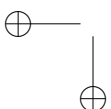
Piccinin (2006: 142) observa que ainda que os critérios dificilmente possam ser precisamente objetivados, os jornalistas automatizam as decisões na rotina diária incorporando a idéia de obviedade e de evidência. Há uma espécie de fórmula de contar adotada para tornar factível o telejornal. E prossegue:

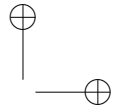
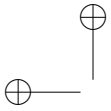
compreende-se como os telejornais têm assumido um papel estratégico na sociedade atual, figurando com grande importância na alimentação e retroalimentação contínua das notícias, pautando o debate público a ponto de intervir nos destinos do país (PICCININ, 2006: 139).

Os jornalistas, embora alguns não se dêem conta disso, não são donos da verdade. Por mais séria que seja a intenção de trazer a melhor informação, os jornalistas sempre estão apresentando um ponto-de-vista, um olhar, um enfoque sobre o tema tratado.

A seleção do que é, ou não é, fato jornalístico já pressupõe uma escolha. A neutralidade é falsa. A meta para exercer o bom jornalismo é ter isenção pois o jornalista é subjetivo até no momento em que escolhe as palavras que irão compor o seu texto. Do jornalista devemos exigir honestidade. O papel social do jornalismo é exercer o espírito crítico e continuamente fiscalizar o Poder (PORCELLO, 2007: 66).

Esses detalhes são fundamentais para a obtenção de bons resultados diante da tela do aparelho de TV pois ajudam a construir a imagem de pessoas e de instituições no imaginário coletivo. As cores, formas, palavras, sons e até o silêncio ajudam, pela TV, a construir a cultura brasileira. Lógico que há ideologia em níveis verbal e não-verbal por trás daquilo que a TV mostra. Mas é preciso questionar a capacidade que a TV tem de montar e remontar as histórias de acordo com a sua conveniência.



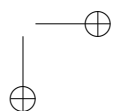
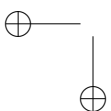


Diante da TV devemos ser críticos, questionando as informações que por ela são transmitidas e procurando sempre contextualizá-las dentro da complexidade do mundo em que vivemos. É preciso ter discernimento e usar a capacidade de indignação contra os excessos que, muitas vezes, a TV comete.

Os relatos do mundo mostrados pela TV devem ser contextualizados. O papel central que o telejornalismo ocupa nos dias de hoje deve ser valorizado e enaltecido. Mas é preciso também cobrar responsabilidade e postura ética dos responsáveis pela informação a ser distribuída. Uma TV de qualidade, responsável, digna e ética, deve promover a contínua experimentação de novos modelos de linguagem que ofereçam mais qualidade e profundidade na abordagem dos temas propostos. A falta de tempo para aprofundamento das questões é uma desculpa que deve ser recusada. O que devemos exigir sempre é o desenvolvimento de modelos atualizados e criativos que permitam ao telespectador desfrutar de um telejornalismo de qualidade, ético e comprometido com a cidadania. O propósito do presente artigo foi o de contribuir com essa discussão que deve ser contínua e permanente. Afinal, as reflexões sobre o instigante tema constituem-se no combustível que alimenta o debate, despertando a força criadora que nos faz avançar na pesquisa acadêmica e na aplicação prática do conhecimento científico aplicado às novas tecnologias da informação e da comunicação.

### Referências

- BELTRÃO, Luiz, *Jornalismo interpretativo*. Porto Alegre: Ed.Sulina/ARI, 1976.
- FARAONE, Roque, *Televisión y Estado*. Montevideú: Cal y Canto, 1997.
- LALO LEAL, Laurindo, *A TV sob controle. A resposta da sociedade ao poder da Televisão*. São Paulo: Ed. Summus, 2006.
- MORETZSOHN, Sylvia, *Pensando contra os fatos. Jornalismo e cotidiano: do senso Comum ao senso crítico*. Rio: Ed. Revan, 2007.
- PICCININ, Fabiana; FELLIPI, Ângela e SOSTER, Demétrio (Orgs), *Edição em jornalismo: Ensino, Teoria e Prática*. Santa Cruz do Sul: Ed. Unisc, 2006.



- PORCELLO, Flávio in VIZEU, Alfredo (Org), A Sociedade do Telejornalismo. Petrópolis: Ed. Vozes, 2007.
- PUENTE, Soledad, *Televisión: el drama hecho noticia*. Santiago: Ed. Universidad Católica de Chile, 1997.
- RIXA, Xavier Ricardo & SACCHI, Rogério, Almanaque da TV. Rio: Ed. Objetiva, 2000.
- RAMOS, Roberto & BIZ, Osvaldo. O Âncora e o Neoliberalismo: a privatização do sentido Porto Alegre: Ed. Evangraf, 2007.
- TRAVANCAS, Isabel, Juventude e Televisão: um estudo de recepção do Jornal Nacional. Rio: Ed. FGV, 2007.
- VELÁSQUEZ, Tereza, *Los políticos y la televisión*. Barcelona: Ariel Comunicación, 1992.
- VIZEU, Alfredo, O lado oculto do telejornalismo. Salvador: Ed. Calandra, 2005.
- VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio e MOTA, Célia Ladeira (Orgs), Telejornalismo: A nova praça pública. Florianópolis: Ed. Insular, 2006.
- WOLTON, Dominique, Pensar a comunicação. Ed. UnB, 2004.

#### **Artigos em revistas ou jornais**

- CARIELLO, Rafael. Gay Talese. Folha de S.Paulo, 06/06/2004, página A22.
- DINES, Alberto. observatóriodaimprensa.com.br Ano 12, número 437, de 12/06/2007.
- JOHNSTON, Alva. Já chegou a televisão? publicado no *Saturday Evening Post* em Setembro de 1946 e reproduzido pela Seleções do Readers Digest.
- MAGALHÃES, Mário. Jornal destaca pressão baixa e não TV Pública. Coluna Ombudsman, Folha de S.Paulo, Ano 87, nº 28.571, de 24/06/2007.