

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**COMUNICAÇÃO E PÓS-MODERNIDADE NO  
JORNAL NACIONAL E RBS NOTÍCIAS:  
UMA ABORDAGEM COMPREENSIVA**

**CARLOS GOLEMBIEWSKI**

Porto Alegre, junho de 2007

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**COMUNICAÇÃO E PÓS-MODERNIDADE NO  
JORNAL NACIONAL E RBS NOTÍCIAS:  
UMA ABORDAGEM COMPREENSIVA**

**CARLOS GOLEMBIEWSKI**

Tese apresentada como pré-requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação Social, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS.

**Prof. Dr. Roberto Ramos  
Orientador**

Instituição depositária:  
Biblioteca Ir. José Otão  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Porto Alegre, junho de 2007

## Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

G581c Golembiewski, Carlos, 1964-  
Comunicação e Pós-Modernidade no Jornal Nacional e RBS notícias:  
uma abordagem compreensiva/ Carlos Golembiewski, 2006.  
246p. ; quad.  
Cópia de computador (Printout(s)).  
Tese (doutorado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do  
Sul. Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação Social.  
“Orientador : Prof . Dr. Roberto Ramos.  
Bibliografia

1. Telejornalismo – Aspectos sociais. 2. Jornalismo. 3. Televisão.  
4. Comunicação de massa. 5. Jornal Nacional (Programa de televisão).  
I. Título.

CDU: 070.41

Bibliotecária: Josete de Almeida Burg  
CRB- 214- 293.

A profundidade está na superfície das coisas  
(MICHEL MAFFESOLI).

À Vera, Bruno e Clara, minhas razões de viver.

## **AGRADECIMENTOS**

Quero agradecer a todos os colegas, amigos e familiares que de alguma forma me ajudaram a concluir mais essa etapa importante da minha vida. Algumas pessoas foram fundamentais durante a pesquisa.

Meus irmãos Rosane, Marcos, Ricardo e Ana Paula, pelo apoio emocional e logístico durante as minhas vindas a Porto Alegre.

Ao meu orientador, professor Dr. Roberto Ramos, que me acompanhou durante toda a pesquisa e me ajudou a colocar no papel as minhas idéias sobre Telejornalismo.

Por último, gostaria de agradecer a PUCRS, por ter me acolhido como aluno e a Univali, por ter me ajudado com uma Bolsa de Estudos.

A todos, meu Muito Obrigado.

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> – Emissoras nacionais de TV – cabeças-de-rede .....	30
<b>Quadro 2</b> - Grupos afiliados das redes nacionais de TV .....	31

## SUMÁRIO

RESUMO.....	9
ABSTRACT .....	11
INTRODUÇÃO .....	13
CAPÍTULO I - O MODELO DE TELEVISÃO NO BRASIL .....	19
1.1 O surgimento da televisão brasileira.....	20
1.1.1 As redes nacionais de televisão .....	28
1.1.2 As redes nacionais de televisão em Santa Catarina .....	37
1.2 Jornal Nacional: o telejornal de maior audiência do Brasil .....	43
1.3 RBS notícias: o “Jornal Nacional” da RBS .....	64
CAPÍTULO 2 - COMUNICAÇÃO E PÓS-MODERNIDADE: NOÇÕES PARA COMPREENDER OS TELEJORNAIS .....	79
2.1 Comunicação .....	80
2.1.1 Subnoções da comunicação: âncora, gêneros jornalísticos, imagem, planos de imagem e elementos da reportagem.....	85
2.2 Empatia .....	90
2.3 Imaginário.....	93
2.4 Cultura .....	96
2.5 Pós-modernidade .....	98



2.6 Opções metodológicas.....	106
CAPÍTULO 3 – AS REPORTAGENS ESPELHADAS PARA PESQUISA .....	112
3.1 Decupando as matérias do jornal nacional.....	113
3.1.1 Violência .....	113
3.1.2 Emprego .....	133
3.1.3 Miséria.....	152
3.1.4 Transporte coletivo .....	165
3.2 Decupando as matérias do <i>RBS Notícias</i> .....	180
3.2.1 Carteira do trabalho.....	180
3.2.2 Catarina.....	191
3.2.3 Casa Própria .....	202
3.2.4 Meio Ambiente .....	214
4 CONCLUSÕES .....	227
REFERÊNCIAS.....	241

## RESUMO

Este trabalho de pesquisa tem como objetivo estudar o papel social de dois telejornais exibidos no horário nobre da Televisão brasileira: o Jornal Nacional, da Rede Globo, dirigido ao público brasileiro e o RBS Notícias, do grupo RBS, voltado aos catarinenses. Para isso, selecionamos quatro reportagens de cada programa, que envolvesse temas cotidianos de caráter social. Do Jornal Nacional, analisamos matérias sobre a Violência, o Desemprego, a Miséria e o Transporte Coletivo. Do RBS Notícias, discutimos o atraso na emissão de Carteiras do Trabalho, a ajuda aos desabrigados, a compra da Casa Própria e a recuperação do Meio Ambiente.

O referencial teórico da pesquisa foi construído a partir de Michel Maffesoli e das suas noções de Comunicação, Empatia, Imaginário, Cultura e Pós-Modernidade. Diante da complexidade do tema, usamos as subnoções de Âncora (SQUIRRA), Gêneros Jornalísticos (ERBOLATTO), Imagem (BARTHES), Planos de Imagem (CURADO) e Elementos da Reportagem (MACIEL) como forma de complementar a noção de Comunicação. Utilizamos como metodologia, a Sociologia Compreensiva de Michel Maffesoli, que rejeita o Dualismo Esquemático, valoriza a Forma, o modo de dizer as coisas, a liberdade de pensamento e relativiza a Verdade. Para este autor, é preciso descrever o vivido, contentando-se com aquilo

que ele é. Em relação ao papel dos telejornais, podemos dizer que eles promovem a “ligação social”, o “estar-junto” nas comunidades em que estão inseridos.

## **ABSTRACT**

This work has the aim of studying the social role of two News on TV shown in the time when most of the people in Brazil watch TV: The Jornal Nacional from Rede Globo, addressed to the Brazilian people and the RBS News of the RBS TV, a branch of the Rede Globo in the state of Santa Catarina, addressed to people of this state.

We selected four reportages from each program that involved daily themes with social character. From the Jornal Nacional we analyzed news about the Violence, the Unemployment, The Misery and the public transportation. From the RBS News, we discussed the delay in the emission of “Carteira de Trabalho”, the help to the homeless people, the acquisition of Own Houses and the Recovering of the Environment.

The theoretical reference to the research was built from Michael Maffesoli and his ideas of Communication, Empathy, Imaginary, Culture and Pos Modernity. Facing the theme complexity we used the sub notions of the Ancora man, (Squire), Journalistic Genres (Erbolatto), Image (Barthes), Image Planes (Curado) and elements of Reportage (Maciel) as a way to complement the notion of Communication. We used as methodology the Michel Maffesoli Comprehensive Sociology, which rejects the Schematic Dualism, values the Form, the way to say

things, the Freedom of thinking, and relativise the Truth. For this author it is necessary to describe the already lived, been satisfied with whatever it is. In relation to the TV News role, we can say that they promote the social link, the been together in the communities they are inserted in.

## INTRODUÇÃO

O século XIX ficou marcado na história pelo surgimento das primeiras agências de notícias e pela consolidação da Mídia Impressa, sobretudo nos Estados Unidos e na Europa. A evolução das rotativas, o crescimento das cidades, a implantação de regimes democráticos e alfabetização fizeram com que esse período ficasse conhecido como a “época de ouro” dos jornais impressos.

Com base nesse panorama, podemos dizer que século XX ficará conhecido como a Era da Mídia Eletrônica. Uma época em que assistimos ao surgimento e à evolução do Cinema, do Rádio, da Televisão e, mais recentemente, da Internet, uma Mídia marcada pela convergência, pois utiliza todas as ferramentas existentes nos outros meios, num único só aparelho, o computador.

A Televisão chegou ao Brasil nos anos 50 e se transformou ao longo dos anos num dos mais importantes sistemas de Comunicação do país. O seu êxito está relacionado com o grande contingente populacional, que se traduz num enorme mercado consumidor de bens e serviços. Por termos dimensões continentais, a televisão serve para promover a integração nacional das diferentes realidades e identidades culturais. Além disso, o país teve e ainda tem baixos índices de

escolaridade e de renda, o que facilita o “consumo” da Televisão como fonte de informação, cultura e lazer.

Nesse contexto, a Televisão encontrou no Brasil um terreno fértil para crescer e se desenvolver. A Rede Globo, por exemplo, alcançou um nível de qualidade, que suas produções são vendidas a vários países, sendo as novelas, o principal produto de exportação. A emissora é considerada por especialistas, como a quarta maior rede de TV do mundo, atrás apenas das três grandes redes norte-americanas. O profissionalismo tem marcado as suas ações, mas no seu currículo consta a ajuda do capital estrangeiro, o que nos anos 60 era ilegal e o apoio aos governos militares como moeda de troca para sua expansão. A Globo cresceu também porque fez acordos com parceiros regionais, como o grupo RBS que atua no Sul do Brasil e hoje é considerado o maior conglomerado regional de Mídia eletrônica da América Latina.

Pelo que representa a Televisão no Brasil, decidimos estudar dois importantes telejornais brasileiros. O Jornal Nacional (**JN**) da TV Globo, que é o noticiário mais antigo do país, líder de audiência no horário, com um público estimado em 30 milhões de telespectadores. Por isso, o programa pode ser considerado um dos principais telejornais do mundo no eixo Estados Unidos-Europa, pois nenhum noticiário nessa região tem um público igual ao do Jornal Nacional.

O outro telejornal que será estudado nessa tese é o RBS Notícias (**RBS N**), produzido pelo grupo RBS em Santa Catarina. Os dois noticiários vão ao ar no início da noite, no chamado horário nobre, momento em que há mais pessoas assistindo Televisão. Um programa é exibido em rede nacional, dirigido ao público brasileiro, o outro, de abrangência estadual, é voltado para os catarinenses.

A decisão de estudar os telejornais se deve ao fato de que, há 17 anos, estamos trabalhando diretamente com o veículo Televisão. O primeiro contato profissional ocorreu na TV Bandeirantes de Porto Alegre, na função de repórter. Depois, seguimos atuando na reportagem da RBS TV e da TV Record, ambas em Florianópolis. Por fim, passamos a lecionar Telejornalismo e a coordenar a edição de um telejornal na Univali, em Itajaí. Nos últimos três anos, atuamos na reportagem e na apresentação de um programa de esportes, na TV da universidade.

Um outro motivo para estudar os noticiários tem a ver com a crítica feita à Televisão, tanto na academia quanto na sociedade. Algumas delas, principalmente em relação aos telejornais, sem um estudo mais sério e aprofundado sobre o tema. Entendemos que a Televisão é como a sociedade, há programas ruins no ar, mas também muita coisa de qualidade sendo mostrada ao país.

Nessa tese, o nosso objetivo geral de pesquisa será estudar o papel social dos telejornais, Jornal Nacional e RBS Notícias na era Pós-Moderna. Teremos como objetivo específico, compreender sociologicamente a produção de sentidos verbal e não-verbal, presente nas reportagens jornalísticas e no trabalho desenvolvido pelos Âncoras nos dois telejornais. Durante duas semanas do mês de abril de 2004, gravamos dez edições de cada programa. A escolha das reportagens que seriam analisadas ocorreu através de dois critérios: nas matérias deveria ter depoimentos de pessoas do “povo” e os temas tinham que ter um caráter social, relacionados aos problemas cotidianos dos brasileiros.

Estabelecido os critérios, escolhemos quatro reportagens de cada telejornal, todas elas, abordando temas que afetam a maioria dos brasileiros. No Jornal Nacional, selecionamos matérias que tratam das grandes questões nacionais:



Violência, Desemprego, Transporte Coletivo e Miséria. Por coincidência, pesquisas do IBOPE, divulgadas durante a campanha eleitoral de 2006, revelaram que a Segurança e o Emprego se constituem nas duas principais preocupações do povo brasileiro. No RBS Notícias, o material escolhido enfoca problemas cotidianos vividos em Santa Catarina: o atraso na emissão de Carteiras do Trabalho, a ajuda às vítimas do Ciclone Catarina, o sonho da Casa Própria e a preocupação com o Meio Ambiente.

A presença de pessoas do povo e de reportagens com temas de relevância social surgiu a partir da noção de Comunicação defendida por Michel Maffesoli (2003, p. 15), autor que dará sustentação teórica a essa pesquisa. Para ele, mais do que notícias, “o povo quer se ver, participar, quer contar o cotidiano para si e às outras pessoas”. Usaremos como método a Sociologia Compreensiva de Maffesoli (1985), composta de cinco pressupostos: crítica ao Dualismo Esquemático, a Forma, a Sensibilidade Relativista, uma pesquisa Estilística e o Pensamento Libertário. Que tem como princípio “descrever o vivido, naquilo que ele é, contentando-se, assim, em discernir as visadas dos diferentes atores envolvidos” (MAFFESOLI, 1985, p. 25). Para o sociólogo francês, o intelectual não cria nada, mas coloca em evidência aquilo que já existe.

Diante da complexidade do tema e da idéia de que não há uma única realidade, mas formas de concebê-la (MAFFESOLI, 1985), a noção de Comunicação será complementada por outras cinco subnoções, presentes em estudos de sete autores. Âncora, de Dimbleby e Burton (1985) e Squirra (1993), Gêneros Jornalísticos (ERBOLATTO, 1991), Imagem (BARTHES, 2002), Planos de Imagem (CURADO, 2002), Elementos da Reportagem (MACIEL, 1995).

Além da noção de Comunicação, o referencial teórico será composto de mais quatro noções desenvolvidas por Maffesoli: Empatia, Imaginário, Cultura e Pós-Modernidade. Como para o autor, noção é algo aberto, provisório, que serve para acompanhar a realidade, as noções receberam o aporte de pesquisadores como Kellner, Santaella, Stuart Hall, Jameson, Rouanet, entre outros, com o objetivo de ampliar a nossa visão sobre o material que seria estudado.

Este trabalho de pesquisa será estruturado em três capítulos. O primeiro chamado de **O Modelo de Televisão no Brasil** traz um contexto histórico da implantação da Televisão no país, desenha o modelo de redes nacionais que se construiu a partir da região Sudeste e faz um perfil dos dois telejornais que compõem o objeto de estudo desta tese. No segundo capítulo, intitulado **Comunicação e Pós-Modernidade: Noções para compreender os Telejornais**, apresentamos o referencial teórico e o método usado neste trabalho. No terceiro capítulo, com título **As reportagens espelhadas para pesquisa**, analisamos as matérias escolhidas de cada telejornal.

Durante todo o trabalho, optamos por usar a primeira pessoa do plural em função da metodologia escolhida. A Sociologia Compreensiva admite a existência da subjetividade na interpretação e até certa interação entre o pesquisador e o objetivo pesquisado. Para Maffesoli (1985, p. 43), temos que nos contentar em “dizer o que é”, sabendo que “somos elemento deste real”.

Para alcançar os objetivos na pesquisa, elaboramos cinco questões relacionadas com as noções e subnoções que compõem o referencial teórico desse trabalho. De que maneira se manifesta a noção de Comunicação e as subnoções de Âncora, Gêneros Jornalísticos, Imagem, Planos de Imagem e Elementos da

Reportagem, na produção de sentido verbal e não-verbal, nos telejornais **Jornal Nacional e RBS Notícias**? Como os valores da Pós-Modernidade aparecem no **JN** e no **RBS N**? De que modo a noção de Empatia se faz presente no **JN** e no **RBS N**? Como o Imaginário de um país e de uma região aparece no **JN** e no **RBS N**? De que forma a Cultura de um país e de uma região pode ser identificada no **JN** e no **RBS N**?

Portanto, nessa tese defendemos que os telejornais promovem o “estar-junto”, o “laço social” entre as comunidades a que são dirigidos, tanto em nível nacional como regional. Sua tarefa é colocar em evidência as diferentes realidades de um país, de um estado, de uma cidade, de um bairro. Ao fazer isso, os noticiários se constituem num espaço privilegiado para revelar a vida cotidiana.

## CAPÍTULO I - O MODELO DE TELEVISÃO NO BRASIL

Neste primeiro capítulo, apresentamos um panorama histórico da implantação da Televisão no Brasil, o pioneirismo do jornalista Assis Chateaubriand e o empenho de JK, para que o país tivesse uma indústria nacional. Em seguida, expomos as várias fases do desenvolvimento da TV brasileira, baseado numa cronologia elaborada por Sérgio Mattos.

Depois desse breve histórico, resgatamos o modelo de Televisão implantado no Brasil. Um sistema comercial, semelhante ao dos Estados Unidos da América, onde as emissoras cabeças-de-rede<sup>1</sup> produzem e geram uma programação para as emissoras afiliadas. Também mostramos o que representa a Televisão num país como o Brasil, onde 8% da população são pessoas analfabetas e 30% conseguem ler, mas têm dificuldade em compreender o que está lendo.

Após essa contextualização, apresentamos um perfil dos telejornais objetos desta pesquisa. O Jornal Nacional, produzido pela Rede Globo e o RBS Notícias, elaborado pelo grupo RBS. Os dois noticiários lideram a audiência nos horários em que são exibidos: um no Brasil e o outro em Santa Catarina.

---

<sup>1</sup> Cabeça de rede: o termo é usado para definir as emissoras que geram a programação de TV às emissoras afiliadas.

## 1.1 O surgimento da televisão brasileira

A Televisão no Brasil surgiu em 1950, com a inauguração da Tupi, canal 3, em São Paulo. A iniciativa, pioneira na América Latina, segundo Paternostro (1987), foi do jornalista Assis Chateaubriand, que, na época, comandava o primeiro grupo de comunicação do país: Diários e Emissoras Associadas. No plano sócio-histórico, o país assistia à chegada de Getúlio Vargas ao poder, ao surgimento dos centros urbanos e ao processo de consolidação da indústria brasileira. Sérgio Mattos (2002) revela que durante o Estado Novo (1937-1945) e também no seu segundo governo (1950-1954), Vargas aproveitou o desenvolvimento do nacionalismo na Europa, para fortalecer a indústria nacional, com o objetivo de substituir os bens de consumo importados por produtos nacionais.

O impulso à indústria nacional aconteceu, entretanto, na gestão do então presidente Juscelino Kubitschek (1955-1959). Ele tinha estado na Europa, ainda no tempo em que exercia a Medicina, e voltara convencido de que os países não estão condenados a viverem na pobreza. De acordo com Cardoso (1978, p. 93 e 94), que estudou os discursos de JK, o tema central do governo Kubitschek era o desenvolvimento. Na primeira mensagem, enviada ao Congresso Nacional, este objetivo já aparecia:

Acentua-se a fase de transição de nossa economia, do estágio predominantemente agropecuário, para o estágio da industrialização intensiva, quando já se impõe evoluir na prática, quase exclusiva, das simples indústrias de transformação, para as indústrias de base.

Para Cardoso (1978, p. 94), Kubitschek tinha a convicção de que o subdesenvolvimento estava ligado à pobreza:

ele acredita que com o advento industrial, com o desenvolvimento da indústria pesada, virá o aumento da riqueza, virá a prosperidade, que não atinja apenas grupos particulares, mas a sociedade inteira: todos poderão beneficiar-se do progresso alcançado.

O sonho de Kubitscheck, em parte, se realizou, uma vez que as bases para implantação da indústria nacional foram lançadas no seu governo. Com a industrialização do país, chegaram os empregos, os salários e a nascente sociedade de consumo. O Brasil tornou-se um das maiores economias do mundo. Entretanto, até hoje, 50 anos depois, persiste a questão da pobreza. Cerca de 40 milhões de brasileiros estão nessa faixa social. Não conseguem emprego e vivem da ajuda do governo federal para sobreviver. Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento Social (2007), em dezembro de 2006 o país tinha cadastrado 11 milhões de famílias com renda per capita de até R\$ 120 reais por mês. Esse contingente integra a lista dos que recebem o “bolsa-família”, um programa social do governo Lula, iniciado em 2003, que repassa dinheiro às famílias pobres.

Os anos 50, período em que foi implantada a TV no Brasil, o mundo vivia uma nova ordem internacional. Segundo Capparelli (1982), sob a liderança dos Estados Unidos, o capitalismo entrava numa nova fase: saía do modelo competitivo para o “capitalismo monopólico internacional”. JK aproveitou este momento histórico e incentivou a industrialização do país. No entanto, Capparelli esclarece que o governo Kubitscheck não pôde contar com o apoio da Televisão, para promover o consumo dos produtos produzidos naquela época. Na década de 60, com o aumento na produção de aparelhos de TV e a difusão massiva deste novo meio, a situação começou a mudar:

nesta nova realidade, a televisão muito representou, primeiro como uma instância econômica para aplicação de capitais, depois como um difusor de idéias, comportamentos e valores da nova ordem e, finalmente, como impulsor do sistema produtivo, levando novos produtos a camadas da

população que antes deles não tinham conhecimento (CAPPARELLI, 1982, p. 18-19).

Mattos (2002, p. 9) esclarece que, no Brasil, as condições internas do país influenciaram mais o desenvolvimento da Mídia do que os fatores externos. Ele recorda que os governos de Getúlio Vargas e o período militar, que vai de 1964 a 1985, foram cruciais para o desenvolvimento da Televisão brasileira:

aqui, os meios de comunicação de massa, principalmente a Televisão - e também a indústria publicitária tem refletido não apenas a forma particular de desenvolvimento dependente do país, mas ainda os interesses políticos de quem estão no poder, como ocorreu durante o longo período da ditadura militar.

Baseado nesse contexto, Mattos divide o desenvolvimento da Televisão brasileira nas seguintes fases:

- **A elitista (1950-1964)** – quando o televisor era considerado um luxo, apenas a elite econômica tinha acesso. Nas primeiras transmissões, em 1950, havia apenas 200 aparelhos receptores, o preço era três vezes maior que a radiola mais sofisticada da época. Este período foi marcado pela falta de recursos e improvisações. Mesmo assim, em 1964, o país atinge a marca de um milhão e seiscentos mil aparelhos de TV;
- **Populista (1964-1975)** – quando a Televisão era considerada um exemplo de modernidade. Programas de auditório e de baixo nível dominavam a programação. Foi um momento marcado pelo projeto de desenvolvimento nacional dos militares que haviam deposto o Presidente João Goulart. O projeto era a rápida industrialização com tecnologia e capital externo, fortalecimento das empresas estatais,

nacionais e multinacionais. Esta fase terminou com o país tendo quase 10 milhões de televisores. Como nesse período iniciou a ditadura militar, Mattos (2002, p. 91) assinala como foi o comportamento daqueles governos:

o financiamento dos meios de comunicação de massa foi uma forma poderosa de controle estatal, uma vez que todos os bancos são dirigidos ou supervisionados pelo governo [...] Aqueles que conservam boas relações com o governo sempre foram e continuam sendo beneficiados com empréstimos, subsídios, isenção de impostos e publicidade oficial.

- **Desenvolvimento tecnológico (1975-1985)** – as redes de TV se aperfeiçoaram e começaram a produzir com maior intensidade e profissionalismo os seus próprios programas. Havia apoio oficial, inclusive para exportação. O governo militar quer uma TV bonita, colorida, mas que não fale dos problemas do país. Nesse período, o país alcançou a marca de 26 milhões de televisores;
- **Transição e da expansão internacional (1985-1990)** - durante a Nova República, intensificaram-se as exportações de programas. Foi um período marcado pela intensa distribuição de concessões de canais de TV em troca de apoio político. O governo do ex-presidente José Sarney distribuiu 90 outorgas. A compra de televisores também cresceu e chegou a marca de 29 milhões de aparelhos;
- **Globalização e da TV Paga (1990-2000)** – o país buscou a modernidade a qualquer custo e a televisão se adaptou aos novos rumos da redemocratização. O país estabeleceu as bases para o desenvolvimento da TV por assinatura, através do cabo e via satélite. O número de televisores dobrou no país. A década fechou com 58 milhões de receptores no território nacional;



- **Convergência e da qualidade digital (a partir do ano 2000)** – a tecnologia digital abriu espaço para a interatividade na televisão, com Internet e outras tecnologias da informação. Depois de inúmeras discussões, o governo brasileiro decidiu em junho de 2006 que adotará o padrão de TV digital japonês (ISDB)<sup>2</sup>. A escolha do padrão de TV digital japonês ocorreu através do decreto 5820. O sistema possibilitará transmissão digital em alta definição (HDTV) e em definição padrão (SDTV) para recepção fixa, móvel e portátil e interatividade. O início das transmissões de TV digital começará na cidade de São Paulo e depois se estendem para as demais capitais do Brasil. A transmissão analógica continuará ocorrendo simultaneamente à digital até o ano de 2016 (TELECO, 2007). Com isso, foram preteridas as propostas feitas pelos Estados Unidos e Europa. Segundo especialistas, a TV digital vai revolucionar o conceito de Televisão. Entre as possibilidades, o consumidor poderá comprar um produto na hora em que ele está sendo anunciado e interagir com a programação.

Na Espanha, o governo daquele país criou um *site* sobre a TV Digital (2007) com o objetivo de esclarecer o funcionamento deste novo sistema de Televisão. De acordo com o *site* a TV Digital oferecerá os seguintes serviços: a) escolha do idioma ou legenda do programa; b) serviços interativos e internet; c) *pay-per-view* (mediante pagamento escolho o programa que quero assistir); d) guias de programação; e) múltiplas câmeras em grandes acontecimentos. O *site* do governo

---

<sup>2</sup> O decreto 5820 definiu que o Brasil irá adotar o sistema de TV digital japonês (ISDB). O sistema possibilitará a transmissão digital em alta definição (HDTV) e em definição padrão (SDTV) para recepção fixa móvel.

ainda esclarece que o sistema digital começou a ser implantado em 2002 e que as transmissões em sinal analógico se encerram no país em 2010.

Wolton (1996) observa que a TV aberta no Brasil cumpre o seu papel, por ser assistida por todos os meios sociais, constituindo-se num poderoso meio de integração social. Apesar de ser um modelo privado, salienta que o modelo brasileiro se assemelha ao adotado na Europa, em países com forte identidade nacional, como a França, a Grã-Bretanha, a Itália e a Alemanha. Para ele, a TV acaba protegendo os valores nacionais de cada país, ameaçados pelos produtos estrangeiros.

De acordo com Wolton (1996), a TV impulsionou a modernização, porque todas as classes sociais consumiam o que passava na telinha. Ele afirmou que a tripla função da TV aberta se concretizou no país: laço social + modernização + identidade nacional. E chega a dizer que, de certa forma, a televisão brasileira amorteceu o período de exceção da ditadura militar, pelo interesse em preservar e valorizar a cultura nacional. A observação de Wolton é confirmada por Ortiz (1988, p. 114 e 115) no livro **A moderna tradição brasileira**:

O movimento cultural pós-64 se caracteriza por duas vertentes que não são excludentes. Por um lado se define pela repressão ideológica e política; por outro, é um momento da história brasileira onde mais são produzidos e difundidos os bens culturais. Isto se deve ao fato de ser o próprio Estado autoritário o promotor do desenvolvimento capitalista na sua forma mais avançada.

A evolução da Televisão brasileira esteve, na maioria das vezes, ligada ao desenvolvimento econômico do país. Muniz Sodré (1977) considera esta Mídia um sistema informativo complexo que funciona nos moldes da economia de mercado. Esse sistema, na visão do autor, está conectado com os outros meios de comunicação e também com a indústria de bens, os serviços e a publicidade.

Segundo Sodré, o sistema é interdependente e a Televisão faz o coroamento desse processo, dando a última palavra em termos de tecnologia informacional.

Como depende do funcionamento da economia, para sobreviver, a única política moderna da TV é a “ideologia do consumo”. Esse caminho, diz Sodré (1977, p. 30), cheio de conteúdos metropolitanos (estilo de vida, consumo de bens e serviços), é capaz de alterar o comportamento da sociedade moderna. É o que ele chama de efeito modernizador provocado pela televisão: “O processo modernizador dos tempos correntes tem servido à causa da dominação pelo consumo e da discriminação de classes pelas diferenças de poder aquisitivo, alimentado pela produção monopolística”.

Outro ponto, abordado por Sodré, é a articulação ideológica da mídia com as classes que controlam o Estado. O autor observa que os meios assumem uma “forma” geral de poder de Estado. Ele lembra que, mesmo tendo diferenças entre as classes no poder, (conservadoras ou transformadoras) e o nível de atuação de cada Mídia, existe esta articulação. Sodré considera a Televisão essencialmente uma “forma de poder”.

Entretanto, a crítica de Sodré (1977, p. 25) à Televisão refere-se ao poder absoluto de quem fala sobre aquele que ouve. O autor observa que, na relação moderna, implantada pelos Meios de Informação, falar é: “Um ato unilateral. Sua regra de ouro é silenciar ou manter a distância o interlocutor”. Para ele, essa relação elimina a possibilidade de resposta e constrói um poder inédito na história: “A hegemonia tecnológica do falante sobre o ouvinte” (1977, p. 26).

Para Sodré (1977, p. 33), este modelo de Comunicação acaba produzindo uma espécie de violência contra o leitor/consumidor, que não o tem direito de

responder as mensagens recebidas que estão sendo exibidas. Por causa desta relação excludente, o pesquisador afirma que a Ideologia da TV, nem é conjunto de conteúdos, mas a forma:

A própria **informação** enquanto **forma** unilateral de relação social que separa radicalmente falante de ouvinte, censura a resposta e torna abstrata a situação concreta dos indivíduos. Pode-se inferir daí que o sistema da televisão, em si mesmo, é uma censura. De quê? Da resposta, do gesto, do corpo, reais e concretos.

A força da Televisão brasileira, como meio de comunicação de massa, pode ser compreendida por pelo menos dois aspectos. Primeiro pela baixa escolaridade dos receptores: apenas 25% dos brasileiros, com mais de 15 anos, dominam plenamente a leitura, 8% são analfabetos totais: 30% são chamados de analfabetos funcionais, lêem, mas não entendem o conteúdo dos textos e 37% conseguem identificar uma informação curta, mas não vão além disso (DIMENSTEIN, 2004). Esses números constam duma pesquisa feita pelo Datafolha e parecem revelar um país de pessoas que não tiveram acesso à educação. Segundo aspecto, por não saber ler, a maioria dos brasileiros compreende o país e o mundo, através da própria Televisão, presente em 89,9% dos lares, segundo dados do último censo do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), feito em 2002. Na mesma pesquisa, exemplifica Dimenstein (2004), apenas 20% dos brasileiros sabiam quem era Waldomiro Diniz, o ex-assessor da Casa Civil do governo Lula, envolvido num escândalo de corrupção em 2004. Bucci (1997, p. 15) explica assim o valor da TV em países, como o Brasil:

A importância da televisão numa sociedade, atualmente, é diretamente proporcional às taxas de analfabetismo e subdesenvolvimento. A influência do veículo tende a ser maior na pobreza do que na riqueza, maior em continentes como a América Latina do que nos Estados Unidos.

Nos países mais ricos, prossegue o autor, a Imprensa escrita, a família e a escola fazem a mediação da influência da Televisão, e há leis que estabelecem limites para as grandes redes.

### **1.1.1 As redes nacionais de televisão**

Os anos 60 foram cruciais para a criação do modelo de “redes nacionais” de televisão implantada no Brasil. O país era governado pelo militares que tinham um projeto de desenvolvimento econômico e de segurança nacional. Para alcançar este objetivo, era necessário ter um país integrado sob uma mesma identidade nacional. O primeiro passo foi criar uma infra-estrutura de telecomunicações, interligando o país de norte a sul, através de um sistema de microondas. Esta tarefa foi realizada pela Embratel, fundada pelo governo em 1965. O interessante é que o processo de integração do país vai se dar a partir dos principais centros econômicos nacionais, ou seja, Rio de Janeiro e São Paulo. Por coincidência, sede das primeiras emissoras de TV do país.

No final da década de 50, segundo Paternostro (1999), o país já tinha em operação as seguintes televisões: Tupi (a pioneira PRF 3), Record e Paulista, em São Paulo; Tupi Rio e Excelsior, no Rio de Janeiro, e Itacolomi, em Belo Horizonte. Os anos 60 são marcados pela criação da TV Globo no Rio de Janeiro em 1965. Dois anos depois, surge a TV Bandeirante em São Paulo. Na década de 70, o sistema Tupi de Televisão entra em declínio, por causa dos problemas financeiros. Em 1980, o governo cassa as concessões da TV Tupi, que são entregues a dois grupos empresariais: Silvio Santos e Adolfo Bloch. Deste desmembramento, surgem

duas novas redes de televisão: o SBT – Sistema Brasileiro de Televisão (Silvio Santos) e a Rede Manchete (família Bloch). O SBT se transformou numa das principais redes de TV do país e a TV Manchete, com problemas financeiros foi comprada em 1999, por um Banco de Investimentos e depois repassada para empresários que fundariam mais tarde a Rede TV, com sede em São Paulo.

Atualmente, o conceito de rede nacional de Televisão está consolidado no país. O território nacional está integrado, materializando o projeto de Segurança Nacional dos militares. Mas, para alcançar este objetivo, num país continental, a parceria com os grupos locais de comunicação foi fundamental. Kurth (2006) aponta, pelo menos, uma razão para o surgimento dos grupos afiliados, ou seja, aqueles que retransmitem o sinal gerado pela emissora “cabeça-de-rede”: o limite de dez estações radiodifusoras de som e imagem em território nacional por empresa, sendo no máximo cinco em VHF (*Very High Frequency*) e nesta frequência, duas por estado. No sistema VHF, estão os tradicionais canais da TV aberta, que vão de 2 a 13. Este limite no número de canais, por empresa de comunicação, consta no decreto nº 236, de 28 de fevereiro de 1967, que complementa as regras estabelecidas no Código Brasileiro de Telecomunicações, editado através da Lei 4.117/1962.

Outra razão para o modelo de rede nacional se consolidar foi econômica. Para as grandes emissoras nacionais, era muito mais fácil compor uma parceria com empresários locais do que montar novas emissoras, em função do custo elevado dos equipamentos de TV, a maioria, importados. Além disso, havia e ainda há um limite no número de concessões de canais de Televisão. Entretanto, os números, apurados pelo FNDC - Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (2006) e publicado sob o título de “Os donos da Mídia”, revelam que a maioria das

emissoras nacionais, as chamadas “cabeças-de-rede”, não cumpre a lei. Pelos dados divulgados, apenas duas redes nacionais de pequeno porte estão legais: a Rede TV, com sede em São Paulo, que possui cinco emissoras VHF e; a CNT – sediada em Curitiba, com registro de quatro emissoras VHF e uma em UHF (*Ultra High Frequency*). A rede Record, por exemplo, têm 15 emissoras de TV em VHF, três vezes mais do que a legislação permite. A Globo extrapolou uma, o SBT, três, e a Bandeirantes, quatro. Confira o quadro abaixo que inclui o número de emissoras de rádio e jornais de cada empresa:

<b>RECORD – 39 VEÍCULOS</b>
15 emissoras de TV VHF
Cinco emissoras de rádio AM
19 emissoras de rádio FM
<b>SBT – 9 VEÍCULOS</b>
Oito emissoras de TV VHF
Uma emissora de TV UHF
<b>BANDEIRANTES – 18 veículos</b>
Nove emissoras de TV VHF
Uma emissora de TV em UHF
Duas emissoras de rádio AM
Seis emissoras de rádio FN
<b>GLOBO – 23 veículos</b>
Seis emissoras de TV em VHF
Sete emissoras de rádio AM
Seis emissoras de rádio FM
Quatro jornais

**Quadro 1** – Emissoras nacionais de TV – cabeças-de-rede  
 Fonte: EPCOM – Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (2006)

Os números, apurados pelo FNDC (2006) revelam que 74,7% das emissoras pertencentes aos grupos “cabeça-de-rede” localizam-se no Sudeste e Sul do Brasil. Essas regiões concentram cerca de 80% da atividade econômica do país. Já as emissoras que pertencem aos grupos afiliados estão localizadas em sua maioria (66%), no Norte, Nordeste e Centro-Oeste do Brasil, regiões responsáveis por 20% das riquezas, produzidas no território nacional.

O modelo de Rede Nacional no país completa-se com a participação dos 138 grupos afiliados que existem no Brasil. São eles que recebem e transmitem o sinal de TV enviado por satélite pelas seis emissoras nacionais chamadas de “cabeças-de-rede”. Os números do FNDC (2006) mostram que os afiliados controlam 276 emissoras de TV e outros 372 veículos de comunicação, entre rádios e jornais, constituindo-se, assim, em instrumentos de poder nacional e regional. O quadro, abaixo, mostra o poder de comunicação de cada rede:

<b>REDE RECORD – 28 Afiliadas</b>
105 veículos de Comunicação
45 emissoras de TV VHF
20 emissoras de rádio AM
32 emissoras de rádio FM
Oito jornais
<b>SBT – 47 Afiliadas</b>
180 veículos de Comunicação
93 emissoras de TVs VHF
Uma emissora de TV UHF
25 emissoras de rádio AM
45 emissoras de rádio FM
Uma emissora de rádio de Ondas Tropicais
15 jornais
<b>REDE GLOBO - 30 Afiliadas</b>
204 veículos de Comunicação
89 emissoras de TV VHF
Oito emissoras de TV UHF
34 emissoras de rádio AM
53 emissoras de rádio FM
20 jornais
<b>BANDEIRANTES – 34 Afiliadas</b>
128 veículos de Comunicação
43 emissoras de TV VHF
36 emissoras de rádio AM
40 emissoras de rádio FM
Nove jornais
<b>REDE TV – 12 Afiliadas</b>
37 veículos de Comunicação
14 emissoras de TV VHF
Uma emissora de TV UHF
Sete emissoras de rádio AM
10 emissoras de rádio FM
Duas emissoras de rádio de Ondas Tropicais
Três jornais



<b>CNT – 01 Afiliada</b>
Um veículo de Comunicação
Uma emissora de TV VHF

**Quadro 2** - Grupos afiliados das redes nacionais de TV  
 Fonte: EPCOM – Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (2006)

A pesquisa do FNDC (2006) trouxe também números relativos ao mercado publicitário brasileiro que mantém as empresas de comunicação do país e movimenta por ano cerca de US\$ 5,350 bilhões de dólares (aproximadamente R\$ 10,7 bilhões de reais). Deste total, mais da metade é investido na Televisão que abocanha 56,1% do total de recursos, ou seja, US\$ 3,007 bilhões de dólares (em torno de R\$ 6 bilhões de reais). O jornal retém 21,5% do total investido em publicidade, as revistas 10,6%, o rádio, 4,9%, e os outros tipos de mídia, 6,9%.

No que se refere ao mercado publicitário, um outro dado chama a atenção. A relação direta entre os números, obtidos pela medição da audiência, e os valores arrecadados com publicidade em cada uma das seis redes nacionais de Televisão. A Rede Globo tem uma audiência média de 54% e fica com a metade dos recursos publicitários investidos na Televisão brasileira. Isso equivale a um faturamento de US\$ 1,59 bilhões de dólares, cerca de R\$ 3,2 bilhões de reais. O grupo SBT aparece em 2º lugar, com uma audiência de 23% e uma arrecadação de US\$ 600 milhões de dólares, algo em torno de 1,2 bilhões de reais. As redes Bandeirantes e Record ficam, respectivamente, com US\$ 300 e US\$ 240 milhões de dólares, cerca de 600 e 480 milhões de reais. Sobre esses números, uma observação importante: a Bandeirantes tem a metade da audiência da Record, em torno de 4%, mas fatura mais do que a rede de emissoras da Igreja Universal. A Rede TV, com uma audiência de 2%, fatura US\$ 150 milhões de dólares em verbas publicitárias. A CNT tem a preferência de apenas 1% dos telespectadores, assim

mesmo, leva US\$ 60 milhões de dólares (120 milhões de reais). Igual valor é partilhado entre as emissoras públicas e independentes que ficam com os 8% restantes de audiência.

Essa concentração de audiência e de recursos nas mãos da Rede Globo não traz benefícios ao país. A emissora acaba comprando e patrocinando os principais eventos que acontecem no Brasil e no Mundo. Em 2006, tivemos a Copa do Mundo de futebol na Alemanha. A Globo comprou os direitos de transmissão para TV aberta em nosso país. Ficamos reféns de uma única verdade a respeito da Seleção brasileira na Copa. A cobertura da Globo teve o clima de festa, de show, com pouca qualidade no jornalismo. O centroavante Ronaldo fora convocado com mais de 90 quilos de peso e visivelmente fora de forma. Mesmo assim, o atleta jogou. A concentração vivia aberta, o time não “treinava”, só se “exibia” para as câmeras de TV. O final da história não podia ser outro, o Brasil foi eliminado pela França. Este episódio deixa uma pergunta: se tivéssemos pelo menos mais uma emissora de TV aberta cobrindo a Copa, a Globo iria se comportar dessa maneira? Certamente, não.

A pesquisa, publicada no FNDC (2006), também enumera algumas razões que mantêm a Rede Globo a frente das outras redes na audiência. Como são hipóteses, selecionamos algumas: a) concentração de 86% dos veículos na região Sudeste; b) a maioria dos principais grupos regionais de mídia são afiliados da Globo; c) o maior número de grupos diversificados – TV, rádio e jornal, chegando a 40% dos existentes no país; e d) está presente em todos os Estados brasileiros. Em relação ao SBT, que ocupa o segundo lugar na audiência, o relatório aponta: a) tem o maior número de associações com grupos regionais, totalizando 47; e b) o sinal da

emissora chega a todos os Estados do país. Como pontos negativos, o grupo só tem emissoras de TV e, está fortemente concentrado na região Norte do país.

Sobre as demais emissoras, o relatório também tece considerações. A Rede Record apresenta grande concentração de veículos na região Sudeste, todos de mídia eletrônica. A Bandeirantes está concentrada no Nordeste e a maior parte dos seus grupos afiliados limita-se aos veículos eletrônicos. A Rede TV marca presença na região Sudeste, mas com apenas cinco emissoras e três grupos afiliados. A CNT, com cinco emissoras, tem um grupo afiliado e sua atuação está restrita às regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste.

No Brasil, parece que desrespeitar as leis faz parte da nossa Cultura. Alguns empresários de Comunicação, responsáveis pela prática do Jornalismo tem que cobrar o funcionamento das instituições são os primeiros a descumprirem as leis. A maioria deles possui mais emissoras de TV que a legislação permite. Os políticos, que representam o povo e elaboram as leis, também não as cumprem. Cerca de 10% dos deputados têm emissoras de rádio e TV em seu próprio nome, embora isso seja proibido pelo Código Brasileiro de Telecomunicações, em vigor há mais de 40 anos (CAPARELLI; LIMA, 2004) e pelo artigo 54 da Constituição Federal. Os números foram publicados por Rabello (2006) no jornal O Estado de São Paulo. E trazem outro dado: até o senador licenciado Hélio Costa, Ministro das Comunicações, possui emissoras de rádio e TV, na cidade de Barbacena, interior de Minas Gerais. Ou seja, até Ministro de Estado, nomeado pelo governo, está fora da lei.

Além de 50 deputados, donos diretos de emissoras de Rádio e Televisão, a reportagem revela que 25 senadores encontram-se na mesma situação: 14 são

proprietários diretos e 11, de forma indireta. Na lista de senadores e deputados, aparecem nomes conhecidos da política brasileira, como o do ex-presidente José Sarney, o ex-governador da Bahia, Antonio Carlos Magalhães e o ex-governador do Ceará, Tasso Jereissati. Aliás, a maioria dos parlamentares que constam no levantamento possui concessão de Rádio e TV na região Nordeste do país. Do Sul do Brasil, figuram os catarinenses Leonel Pavan, dono de uma TV Educativa em Balneário Camboriú, e Jorge Bornhausen, proprietário indireto de um Rádio na cidade de Itajaí, em Santa Catarina (RABELLO, 2006). Até o final de 2006, os dois cumpriam mandatos como Senador da República. Em 2007, Pavan assumiu o cargo de vice-governador do Estado e Bornhausen anunciou sua aposentadoria da vida pública.

Outra irregularidade, denunciada pela reportagem, diz respeito aos parlamentares que possuem concessões públicas de Rádio e TV, e, fazem parte da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática do Congresso Nacional. Justamente, a comissão que analisa, aprova ou renova as concessões de radiodifusão no parlamento. Segundo Rabello (2006, p. A5), a presença deles, nessa comissão, fere o artigo 180 do regimento interno da Câmara, segundo o qual: “O parlamentar que se encontra em situação de legislar em causa própria, fica obrigado a se declarar impedido de votar e deve avisar a mesa diretora”. Quem não fizer isso, poderá responder a processo no Conselho de Ética, conclui o autor.

Baseado em dados apurados pela Folha de São Paulo em 2003, Caparelli e Lima (2004, p. 33) concluem que a Comissão de Radiodifusão da Câmara dos deputados é “controlada pelos próprios radiodifusores-políticos”. Os autores argumentam que o **quórum** mínimo na Comissão é de 26 deputados, sendo que a metade deles é proprietária de Rádio ou Televisão, inclusive o presidente e os dois

vices. Ou seja, com quatorze votos podem aprovar ou rejeitar um projeto. Em maio de 2006, de acordo com Rabello (2006), os quatorze votos foram alcançados na comissão com a entrada de Antônio João Rodrigues, suplente do deputado Delcídio Amaral, do PT de Mato Grosso do Sul. Esse suplente também é dono da TV Campo Grande e de duas emissoras de rádio. Em 2003, os 13 deputados que faziam parte da Comissão pertenciam aos seguintes partidos políticos: sete do PFL, dois do PSDB, enquanto o PMDB, o PL, o PPS e o PP, tinham um deputado cada.

Legislando em causa própria e com tantos interesses políticos e econômicos em jogo, o resultado do trabalho da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática não poderia ser outro. Levantamento feito em 2001, pelo engenheiro Israel Bayma, ex-assessor técnico do PT no Congresso Nacional e publicado por Caparelli e Lima (2004), revelou que, das 3315 emissoras de Radiodifusão do país, 353 eram controladas por políticos. Deste total, 37,5% estavam nas mãos do PFL; 17,5% com o PMDB; 12,5% com o PPB. O PSB e o PSDB tinham 6,25% cada. Já o PL e o PDT controlavam 3,75% das concessões.

O ex-presidente Fernando Henrique Cardoso também não resistiu às pressões. Em 2000, assinou o decreto 3451, que permitia aprovar as concessões de Rádio e TV educativa no país. De acordo com Caparelli e Lima (2004), nos últimos dois anos do seu governo, foram aprovadas 357 concessões de canais educativos sem licitação, contrariando uma promessa de campanha. Deste total, 23 canais foram concedidos a aliados políticos.

Bayma (2006, p. 2), em entrevista à revista Carta Capital, explicou que as concessões funcionam como “moeda” em troca de apoio de político: “É o clientelismo nos meios de Comunicação”. Segundo o autor, essa prática se

manifesta em todo o tipo de votação, não somente nas questões que envolvem o setor de Rádio e Televisão. Bayma (2006, p. 2) lembrou que, quando o governo Lula assumiu em 2003, existia uma esperança de mudança, que, entretanto não aconteceu: “Havia uma conjuntura propícia a mudanças nesse padrão clientelístico. Mas, com uma composição que inclui partidos de natureza conservadora, não houve a esperada mudança no marco regulatório do setor”.

Para o engenheiro, a escolha do padrão de TV digital para o Brasil demonstrou isso. O governo Lula, em ano eleitoral, não quis comprar briga com os Meios de Comunicação. Escolheu o padrão japonês e não mexeu na legislação: “O Brasil perdeu a oportunidade de adequar a legislação à TV digital, corrigindo problemas e possibilitando a entrada de novos agentes na radiodifusão, ou seja, democratizando as comunicações” (2006, p. 3). No entanto, Bayma (2006, p. 3) previu que dificilmente as tevês analógicas serão desligadas em 2016, como estabelece o decreto. “Somos um país com mais de 40 milhões de pessoas abaixo da linha de pobreza”. Ele acredita que haverá um novo cronograma e as regiões mais pobres serão as últimas atendidas.

### **1.1.2 As redes nacionais de televisão em Santa Catarina**

A RBS é afiliada da Rede Globo em Santa Catarina. O grupo gaúcho chegou ao Estado, em 1979, com a inauguração da TV Catarinense em Florianópolis. Os detalhes desta história constam do item 1.1.4 deste capítulo, que trata especificamente do telejornal RBS Notícias, um dos objetos deste estudo. Importante ressaltar que o grupo RBS não atua sozinho no Estado. Os

telespectadores catarinenses recebem nas suas casas o sinal das principais redes de TV do país. A Rede SC representa o grupo SBT, a TV Barriga Verde retransmite o sinal da Rede Bandeirantes, a Rede Record possui duas emissoras em SC e a Rede TV exibe o sinal, através da Rede TV Sul, uma empresa com emissoras de TV em Santa Catarina e no Paraná.

A Rede SC (SBT) tem quatro emissoras regionais, instaladas nas cidades de Florianópolis, Joinville, Blumenau e Chapecó, com o comando na capital. O proprietário do grupo é o empresário Mário Petrelli, um dos pioneiros na área da Comunicação em Santa Catarina, ex-sócio da primeira emissora do Estado, a TV Coligadas de Blumenau, inaugurada em 1969 (CRUZ, 1996).

A Rede SC (SBT) é o único grupo que ameaça a liderança de audiência da RBS em SC. Na cidade de Blumenau, no horário do meio-dia, o SBT Meio-Dia alcança 27% de audiência contra 42% do Jornal do Almoço. Esse desempenho levou a RBS a abrir mais espaço para o programa feito em Blumenau. O diferencial da Rede SC é que, no meio-dia, o espaço local tem uma hora de duração. O programa começa com o noticiário dia, depois o Esporte e, na seqüência, um quadro dedicado à Comunidade. As notícias do Esporte são ancoradas por um apresentador e um comentarista. Dois Âncoras apresentam as notícias da região. Além deles, há o apresentador do quadro Comunidade, que mostra os problemas do dia-a-dia: a falta de água num bairro, acidentes de trânsito, assaltos, entre outros tipos de ocorrências urbanas.

Em 2006, a Rede SC (SBT) ganhou um novo aliado. O grupo lançou o jornal Notícias do Dia em Florianópolis e Joinville. Com estilo sensacionalista, o periódico é dirigido às classes populares, com edições específicas para cada uma

das cidades. A publicação assemelha-se ao jornal Diário Gaúcho, lançado, em Porto Alegre, pela RBS em 2000. O novo jornal catarinense repete a fórmula do jornal gaúcho, transformando os apresentadores e comentaristas da Rede SC em colunistas do jornal.

O radialista Hélio Costa, que apresenta o SBT Meio-Dia em Florianópolis, assina uma coluna de Polícia no jornal. O jornalista Evandro Saad comanda um programa, voltado aos jovens e, no jornal Notícias do Dia, escreve para o mesmo público. O ex-comentarista político da RBS, Paulo Alceu, é o Âncora do telejornal Rede SC Notícias. No jornal, tem uma coluna sobre os assuntos políticos de Santa Catarina. A edição nº 155, de 10 de setembro, saiu às ruas com 24 páginas e a seguinte manchete: **CAVALO É MOTIVO DE HOMICÍDIO EM PALHOÇA**. Apesar do estilo sensacionalista, o que podemos esperar é que o jornal traga credibilidade e audiência para Rede SC, para que o grupo tenha força para enfrentar as outras empresas de comunicação que atuam no setor em Santa Catarina.

A Rede Record, controlada pela Igreja Universal, possui três emissoras de TV em Santa Catarina: TV Vale do Itajaí, na cidade de Itajaí; TV Xanxerê, em Xanxerê, e a TV Cultura, em Florianópolis. Segundo Pereira (1992), a Cultura foi a primeira emissora de TV da capital, concedida a um grupo de empresários locais, liderados por Darci Lopes. A sua inauguração ocorreu em 1970. Já a TV Vale entrou no ar em 1986, cuja concessão foi dada três anos antes, ao empresário catarinense Manoel Dillor de Freitas, que, mais tarde, formou o grupo RCE – Rede Catarinense Eldorado. Ainda fazia parte da Rede, a TV Xanxerê, autorizada a operar em 1989 e inaugurada oficialmente em 1991.



Por atingirem significativo contingente populacional, as três emissoras de TV são independentes. O sinal da TV Vale chega a todo Vale do Itajaí e à região Norte do Estado, onde moram 2,5 milhões de catarinenses. A TV Cultura de Florianópolis envia o sinal à Capital e à Região Sul do Estado, atingindo um público estimado de 1,5 milhões de pessoas. Já a TV Xanxerê leva o sinal da Record a todo o Oeste de Santa Catarina, onde há uma população estimada em 850 mil pessoas (KURTH, 2006). Com apenas três emissoras em SC, além de diferenças culturais e regionais, a TV Record tem dificuldade em conquistar audiência local.

A TV Record de Itajaí, por exemplo, enfrenta dificuldades na hora de conquistar a audiência dos telespectadores nos municípios de Joinville e Blumenau. Em Joinville, quando o repórter se apresenta dos lugares, as pessoas dizem: “Ah, o jornal de Itajaí”. Isso porque, o principal telejornal da emissora, o Record em Notícias, que vai ao ar no meio-dia, é produzido e apresentado por pessoas que moram no município. Além do sotaque do litoral, com a pronúncia do “s” e do “r” mais fortes, a maioria das reportagens vem de Itajaí, local que serve de base para a equipe de repórteres. Com tudo isso, os telespectadores das outras cidades se sentem desprestigiados e mudam de canal. Já com a região de Itajaí, parafraseando Dominique Wolton (1996), além do laço social, forma-se um “laço local” entre os espectadores.

A TV Barriga Verde (TVBV) retransmite, a partir de Florianópolis, o sinal da Rede Bandeirantes em Santa Catarina. Seu principal problema refere à falta de emissoras regionais. Até 2005, a TVBV tinha uma emissora de TV em Joaçaba, no meio Oeste catarinense. Mas, em junho daquele ano, a TV foi vendida para o grupo RBS. De acordo com Pereira (1992), a outorga da emissora da capital foi dada em 1979, enquanto o canal de TV, em Joaçaba, foi liberado em 1987 pelo Ministério das

Comunicações. Em 1982, a TVBV foi inaugurada, oficialmente, transmitindo o sinal do SBT. Até 2005, os donos da empresa Perdigão, uma das maiores do Brasil no ramo da agroindústria, eram os acionistas majoritários do sistema Barriga Verde. Depois disso, a TVBV passou a ser dirigida somente pelo empresário Saul Brandalise.

O sinal da TVBV chega ao interior do Estado através de um sistema de repetidoras. Dessa forma, sem emissoras regionais nas principais cidades catarinenses, fica difícil enfrentar a concorrência. O SBT, como já dissemos, conta com emissoras nas cidades mais importantes do Estado. O mesmo ocorre com o grupo RBS, que dispõe de seis emissoras de TV no território catarinense. Para tentar minimizar o problema, a TVBV mantém sucursais em alguns municípios catarinenses, com apenas um repórter e um departamento comercial.

A Rede TV Sul, que exibe o sinal da Rede TV de São Paulo, é o caso mais curioso em Santa Catarina. A empresa possui apenas uma emissora de TV, a TV Planalto, que fica em Lages. No passado, a emissora fazia parte do SCC – Sistema Catarinense de Comunicações, que acabou dando origem à Rede SC, citada anteriormente. Como só tem uma emissora, o sinal da Rede TV chega às outras regiões do Estado, através de estações repetidoras. Por causa disso, os telespectadores de cidades litorâneas, como Itajaí e Florianópolis, assistem no meio-dia, a um telejornal estadual, produzido em Lages, que fica na Serra catarinense. Nesse caso, ocorre, mais uma vez, a falta de identificação. As notícias da Serra não despertam interesse nas pessoas que vivem no Litoral.

Além de não ter emissoras regionais, a Rede TV Sul incorre em outro erro. Exibe programas, produzidos pela Rede TV do Paraná. A maioria é de

colunistas sociais da cidade de Curitiba. E aí fica a pergunta: quais pessoas de Santa Catarina estariam interessadas em saber de fatos/acontecimentos ocorridos, na capital paranaense? Ao insistir neste caminho, a Rede TV Sul desrespeita um dos princípios básicos da Comunicação Regional: estar voltada para o público local. Por outro lado, a emissora acerta, quando transmite os eventos da Festa do Pinhão, em Lages, quando faz o estúdio de Verão em Balneário Camboriú, entre outras coberturas.

Santa Catarina ainda recebe o sinal das duas redes de TV Educativas do país (TVE do RJ e Cultura de SP), através das emissoras educativas locais. De acordo com Fernandes (2003), o Estado conta com cinco emissoras de TV educativa nos seguintes municípios: Itajaí (TV Brasil Esperança), Blumenau (TV Educativa Vale do Itajaí), Rio do Sul (TV Bela Aliança), Florianópolis (TV Cultura) e Balneário Camboriú (TV Panorama). Em 2007, já autorizado pelo Congresso Nacional, deverá entrar no ar mais um canal educativo no Estado: a TV Univali, atingindo as cidades de Itajaí e Navegantes. A emissora, que existe no sistema de TV a cabo desde 2004, será gerenciada pela Universidade do Vale do Itajaí e a programação nacional será do Canal Futura.

O **Jornal Nacional (JN)** da Rede Globo e o **RBS Notícias (RBS N)** do grupo RBS são os dois telejornais, que compõem o objeto de estudo desta tese de doutorado. O **JN** é um dos principais telejornais do país e lidera a audiência no horário. O **RBS N** ocupa a mesma posição em Santa Catarina. Nos itens seguintes deste trabalho, traçamos um perfil dos dois noticiários.

## 1.2 Jornal Nacional: o telejornal de maior audiência do Brasil

O **Jornal Nacional (JN)** foi ao ar, pela primeira vez, na TV Globo em 1º de setembro de 1969 e surgiu no contexto da integração nacional, projeto estimulado pelos militares que estavam no poder. Para fazer essa integração, os militares haviam criado a Embratel, em 1965, colocando microondas em todo o território nacional. O diretor da TV Globo, José Bonifácio Sobrinho – *Jornal Nacional* (2004, s.a, p. 29), revela o que aconteceu: “os militares queriam mostrar que o Brasil era um país de primeiro mundo e montaram a Embratel. Nós imaginamos que a primeira obra dos enlaces de microondas seria o jornalismo, e começamos a pensar num programa nacional”.

Na época, o país vivia muitos conflitos, estava sob uma ditadura e, segundo o próprio Roberto Marinho (*Idem*), “carecia de uma identidade nacional”. O dono da TV Globo também, explica que o **JN** seria “a alma da rede”, lembrando que o projeto da família Marinho era ter uma rede nacional de Televisão. Com a ajuda dos militares, isso se tornou possível.

Bucci (2000, p. 19) revela que houve uma parceria entre o Estado (o poder) e a TV privada: “Para o Estado, não bastava ter, no Rádio, A Voz do Brasil. Era preciso ter na TV, o **Jornal Nacional**, e era preciso que ele fosse um produto de uma emissora privada, um representante da sociedade civil”. Segundo Bucci, dessa parceria surgiu o “tom oficial que adquiriu o telejornalismo” no país.

De certa maneira, o **JN** foi o primeiro espaço público eletrônico do país, onde ocorreu uma junção de interesses. A TV Globo queria se tornar uma rede

nacional de Televisão e precisava da infra-estrutura de telecomunicações. Os militares, por sua vez, precisavam de um espaço nacional, para ter a população sob controle. Por isso, o **JN** noticiava aquilo que interessava aos militares no poder.

Na estréia do programa, o **JN** foi censurado. Os militares queriam esconder o derrame ocorrido com o ex-presidente Costa e Silva que estava hospedado no Palácio das Laranjeiras, no Rio de Janeiro. Era proibido filmar ou fotografar no local. Depois de uma negociação, os militares emitiram uma nota oficial sobre o assunto (2004). Lins da Silva (1985, p. 37), que fez um dos primeiros estudos de recepção sobre o **JN**, cita outros casos de censura no telejornal:

Não se podia chamar Mão Tse Tung de líder na notícia do seu falecimento, não foi permitido noticiar que a censura Federal havia proibido a exibição da novela “Despedida de Casado” na própria Globo em 1977, exigiu-se parcimônia e pouca emotividade na cobertura dos enterros de Juscelino Kubitschek e João Goulart, só foram permitidas notas oficiais no noticiário sobre a crise da reforma do judiciário também em 1977.

Até hoje, o programa mantém a fama de ser “oficial” demais, tratando os assuntos do governo federal com cuidado especial. Durante a ditadura, o então presidente Médici afirmou que “gostava de chegar em casa e assistir ao **JN**, onde via o país transbordando progresso, numa situação privilegiada em relação aos outros países, em que se viam guerras e confusões”. Esta observação foi publicada na revista Imprensa e recuperada por Priolli (2000, p. 54). Guareschi e Ramos (1988, p. 71) esclarecem que a “tranqüilidade reinante”, proclamada pelo ex-presidente tinha as suas razões:

Toda noite ele só assistia conflitos em todas as partes do mundo, enquanto o Brasil permanecia em uma rotina de infundável paz no **JN**, da Rede Globo. Evidentemente, as câmeras da família Marinho não chegavam aos porões do DOI-CODI. Não viam nenhuma tortura, pois só enxergavam o que os olhos do autoritarismo queriam, concluem os autores.

Na história recente do país, dois episódios ficaram marcados no **JN**. Em 1984, o programa tentou abafar um grande comício do movimento pelas eleições Diretas no país na Praça da Sé em São Paulo, vinculando-o à festa de aniversário da cidade. A chamada do locutor, para a reportagem, revela a dificuldade do programa em noticiar o episódio (LIMA, 2004): “Festa em São Paulo. A cidade comemorou seus 430 anos com mais de 500 solenidades. A maior foi um comício na Praça da Sé”. O programa tentou misturar o aniversário da cidade com uma manifestação política. O fundador da Rede Globo, Roberto Marinho, explicou na época as razões (LIMA, 2004): “Poderia ser um fator de inquietação nacional”.

Em 1989, o **JN** fez uma edição de um debate entre Lula (PT) e Collor (PRN), beneficiando o candidato do poder, no caso Collor. Ele teve um minuto e meio a mais que Lula, além de aparecer apenas nos momentos em que se saiu melhor que o candidato petista. Nos outros telejornais da emissora, a edição do debate foi diferente. Armando Nogueira, então diretor de Jornalismo da Globo, culpa o ex-diretor de telejornais, Alberico Souza Cruz: “Foi má-fé do Alberico, que serviu não a empresa, mas ao Collor, a *entourage* do Collor” (2004, p. 215).

O fato é que a Globo não só apoiou o então candidato Fernando Collor de Mello, como inventou “o caçador de marajás” das Alagoas. Quem viveu aquele período de reconstrução democrática do país, sabe que a Globo se excedeu, apoiando, deliberadamente um político amigo (A TV de Collor retransmitia o sinal da Globo naquele Estado) na primeira eleição direta à Presidência da República (em 1989), depois de 25 anos de regime militar. Bucci (2000, p. 20) escreveu sobre aquele momento e também sobre a eleição de FHC em 1994:

A Rede Globo teve um peso desproporcional (qualquer que seja o parâmetro que se escolha para comparar) nas eleições de 1989 e de 1994.

Nos dois episódios, o seu papel, naturalmente, foi o de preservação da ordem posta, o que se explica: a vocação desse modelo de Televisão (que a Globo representa), desde que foi formado, é a de perpetuar a ordem autoritária que o gerou.

Bucci explica ainda que esse comportamento da emissora só irá se alterar, quando mudar o que está em volta. O autor tem razão. Em 1992, quando começaram as denúncias contra o então presidente Collor, a TV Globo, rapidamente, mudou seu comportamento em relação a ele. Passou a mostrar o que havia de errado e cobriu as manifestações de rua do movimento jovem “carapintada”, que culminou com o *impeachment* no Congresso Nacional e a renúncia do então presidente.

Em 1998, a TV Globo manteve a idéia, defendida por Bucci: preservar a ordem posta. Ou seja, apoiar a reeleição de Fernando Henrique Cardoso. Sobre esse assunto, Lula (adversário de FHC) disse, num seminário sobre Telejornalismo o seguinte:

A TV Cultura praticamente não cobriu a campanha; o SBT, que é o segundo canal da televisão tirou o telejornalismo de sua programação; a Bandeirantes cobriu, e aqui prefiro não entrar nas críticas que tenho sobre essa cobertura, mas ela, ao seu modo, cobriu; e a Rede Globo fingiu que não tinha campanha eleitoral no Brasil (IMPRESA, 1999, Encarte Especial, p. 3).

A ordem era divulgar o menos possível os problemas do país para não atrapalhar a reeleição de FHC. Segundo a revista Imprensa, o pedido foi do próprio presidente que teria se reunido com donos de jornais, revistas e emissoras de TV: “Se vocês continuarem falando da seca do Nordeste, da fome e do desemprego, o Lula ganha as eleições. E se vocês não mudarem, eu vou desistir de ser candidato, porque eu não quero perder as eleições” (IMPRESA, 1999, Encarte Especial, p. 2). De acordo com a revista, a reunião aconteceu no final de maio de 1998, após a

divulgação de uma pesquisa IBOPE, que trazia Lula e FHC empatados na corrida presidencial.

Em 2002, a situação foi, completamente, diferente. Houve cobertura das eleições presidenciais no **JN** e nos demais noticiários da TV Globo. A emissora aproveitou, para recuperar a sua credibilidade junto à opinião pública. No primeiro turno da campanha, fez entrevistas ao vivo no **JN** com todos os candidatos. Quis mostrar que, desta vez, não tinha preferência por nenhum candidato, todos puderam explicar as suas idéias para governar o Brasil. No segundo turno, a emissora promoveu um debate entre os candidatos Lula e Serra.

Na época, o próprio Willian Bonner, editor-chefe e apresentador do **JN**, reconheceu, em entrevista ao jornal Correio Braziliense – Correio da TV (2002), que a cobertura das eleições de 2002 servia como uma espécie de “cala-boca” na crítica reinante à Globo e ao Jornal Nacional. Num artigo sobre o pleito, intitulado “A eleição Visível: A Rede Globo Descobre a Política em 2002”, Luis Miguel (2003, p. 293) registra essa mudança, principalmente, no **JN**:

No período mais ‘quente’ da campanha – as doze semanas entre a final da Copa do Mundo e a data da votação – o **Jornal Nacional** dedicou ao todo 1h 16min 34s à cobertura das eleições, ou 4,6% do seu tempo total. Em 2002, [...] as eleições ocuparam 12h 55min 50s do noticiário, isto é, 29,4% do jornal.

Os números, apurados por Miguel (2003), ilustram o que Lula havia dito sobre as eleições de 1998. “A Globo fingiu que não tinha eleição”. E revelam a mudança substancial no comportamento da emissora na disputa de 2002. Miguel (2003, p. 306), nas suas conclusões, afirma que: “Não se pode negar que ocorreram avanços importantes na direção da imparcialidade em relação aos candidatos relevantes e uma notável ampliação da massa de informações colocada à



disposição do público”. O único, porém, apontado pelo autor, é que a Globo vetou, de antemão, qualquer discussão sobre mudanças no modelo econômico. Ele, também, revela que, na última quinzena antes do pleito, a cobertura no **JN** alcançou quase 60% do tempo total do noticiário.

Num estudo sobre as eleições de 2002, Porcello (2004, p. 187), concluiu que “é preciso observar e questionar a capacidade que a TV tem de montar e remontar o passado, segundo as conveniências de ocasião”. Segundo o autor, após a vitória de Lula, a TV Globo mudou o discurso visual rapidamente: “A Globo não só mudou o presente ao festejar a vitória de Lula: mudou o passado também. Imagens que, até 27 de outubro de 2002, eram banidas da TV, viraram a iconografia oficial da história do Brasil”.

Não foi apenas a Globo que mudou. O próprio Lula também. Quando encerrou a primeira entrevista coletiva, como futuro presidente do Brasil, disse que se retiraria do local para atender aos compromissos com a imprensa estrangeira. Em seguida, ele aparece na tela da Globo, conversando “ao vivo” com os jornalistas Pedro Bial e Glória Maria no programa Fantástico. E a imprensa estrangeira? Foi a primeira “mentirinha” do governo Lula no poder? Tudo, para aparecer na TV Globo? De acordo com Porcello (2004, p. 186), “são profundas e nem sempre muito claras à opinião pública as relações de interesse e de troca”, entre a mídia e o poder.

O sucesso do **JN**, também, foi motivado por outras razões. Quando entrou no ar, houve uma quebra de paradigmas do que existia até então. De acordo com Armando Nogueira – Jornal Nacional (2004, p. 34), diretor de jornalismo na TV Globo, na época, ocorreu uma verdadeira evolução técnica:

O que caracterizava o nosso jornal era o som direto. O repórter Esso não tinha som direto porque saía embalado da redação do Jornal do Brasil, onde funcionava a *United Press*, distribuidora do noticiário, tanto na época do rádio quanto na da televisão. Saía de lá pronto, era só botar no ar. Gontijo Teodoro apenas lia. No nosso telejornal, além de imagens cobertas com áudio do locutor, inseríamos depoimentos, com voz direta, da pessoa falando.

O poderio do **JN**, para enfrentar concorrentes de peso como o repórter Esso tem explicações. O livro, **A Deusa Ferida**, organizado por Gabriel Priolli (2000, p. 53), que estuda a perda de audiência da Globo na década de 90, aponta algumas:

A) A modernização tecnológica das comunicações (transmissão via satélite);  
 B) A infra-estrutura moderna implantada com recursos estrangeiros no valor de US\$ 5 milhões de dólares (Escândalo *Time-Life*), na época era proibida a participação de empresas estrangeiras nos MCS; C) Período de estabilidade econômica.

Além desses fatores, havia a competência profissional. A TV Globo, na maioria das vezes, procurou contar com os melhores profissionais do mercado, independente da ideologia de cada um. Isso era uma determinação do empresário Roberto Marinho. Esse dado foi revelado por João Roberto Marinho, vice-presidente das Organizações Globo, no livro sobre o **JN** (2004).

Segundo Priolli (2000, p. 55), na década de 70, o **JN** atingiu índices assustadores. Chegou a ter 80 pontos de audiência. Um verdadeiro massacre na concorrência. O autor escreve:

Ao longo da história do telejornal, manter-se-ia ao lado do acabamento visual do informativo, como um lugar privilegiado de experimentação e consolidação de seu padrão de excelência, associando nitidamente competência técnica e lingüística à isenção opinativa no repasse da informação, enfim, a então almejada austeridade.

Priolli (2000, p. 19), também, observa que o modelo criado por Walter Clark (que dirigiu a Globo de 1965 a 1977) consolidou o chamado padrão Globo de

Qualidade. Este modelo colocou o principal telejornal da emissora entre as duas novelas, tudo isso no *prime-time*, o horário nobre da Televisão:

Cria-se o hábito de ver TV, em família, com programações e horários reforçando-se mutuamente e garantindo uma fidelidade de público e um aumento vertiginoso dos índices de audiência, nos 20 anos subseqüentes: alguns acompanham a primeira telenovela, enquanto esperam o telejornal e outros assistem o telejornal, enquanto aguardam a próxima telenovela.

Com uma audiência tão expressiva, o **JN** despertou o interesse de inúmeros pesquisadores. Um dos estudos pioneiros foi realizado por Lins da Silva (1985). Ele estava interessado em saber qual o impacto do noticiário nas comunidades pobres do Brasil. Para isso, fez a pesquisa num bairro operário da cidade de Natal, Rio Grande do Norte e num bairro com o mesmo perfil, na cidade de Guarujá, litoral norte de São Paulo. Neste contato com os trabalhadores, Lins da Silva (1985, p. 140) concluiu:

O poder do **JN** é enorme. Mas não suficientemente grande para que as pessoas que o assistiram diariamente durante anos deixassem de ser militantes do Partido dos Trabalhadores, por exemplo. O **JN** jamais teve a mínima simpatia pelo PT. Mas nem por isso um milhão de pessoas que certamente se informavam por seu intermédio deixaram de votar nesse partido. E não se pode responsabilizar o **JN** por não terem sido mais.

Ainda que a audiência tenha diminuído nos anos 90, os números registrados pelo IBOPE (DIÁRIO CATARINENSE, 2004, p. 25), na década seguinte, eram animadores. Em Santa Catarina, na Grande Florianópolis, no ano de 2003, o modelo sanduíche “novelas-telejornal-novelas”, prosseguia dando resultado, inclusive elevando a audiência do telejornal estadual **RBS N**. Os números dos cinco primeiros colocados eram os seguintes:

- Novela das oito - 52%;
- Jornal Nacional - 51%;

- Casseta e Planeta - 48%;
- Novela das sete - 45%;
- RBS Notícias - 42%.

Os cinco líderes de audiência pertenciam à TV Globo/RBS TV e demonstravam que o público brasileiro/catarinense tem uma preferência pelo entretenimento (novelas e humor), mas sem deixar de assistir aos programas jornalísticos (**JN e RBS N**). Nesse quadro do IBOPE, o **JN** era o mais assistido na Grande Florianópolis em 2003. Os números revelavam que a participação de audiência do **JN** era 78%, ou seja, de cada 10 televisores ligados, sete estiveram sintonizados no **JN**.

Ao explicar o desempenho do **JN**, sempre entre as novelas, Bucci (2000, p. 30) afirmou: “Foi assim que o telejornal se tornou um hábito: não como uma estrela de luz própria, mas como um entretenimento a mais do público”. Ele observou que essa aproximação jornalismo/novela deu, ao primeiro, uma função ainda mais emocional. Segundo o autor (2000, p. 31), o **JN** passou a seguir algumas regras específicas do melodrama: “A regra central é o permanente conflito entre bem e mal, que culmina no ‘Boa noite’, com um *happy end* de preferência”.

Apesar das críticas, os números reforçaram o sucesso do **JN**. Em 2004, eram 31 milhões de espectadores, 43 pontos no Ibope, 68% dos televisores sintonizados e 600 jornalistas trabalhando em 118 cidades. Os dados foram publicados na revista Veja por Lima (2004). A reportagem foi sobre os 35 anos do programa e comparava o **JN** com telejornais da Europa e Estados Unidos.

Na Europa, o telejornal de maior audiência era o *Journal de 20 heures* da TF1, com 11 milhões de telespectadores. Nos EUA, o telejornal de maior público era o *NBC Nightly News*, com 10 milhões de espectadores (LIMA, 2004). Se somarmos a audiência dos outros dois telejornais norte-americanos (ABC e CBS), que atingia 14 milhões de telespectadores, ainda assim, não teríamos o público do **Jornal Nacional**.

Esta concentração de audiência do **JN** possibilita algumas considerações. O apoio dos militares (Estado) à TV Globo, permitiu que a empresa estivesse sempre à frente das outras em termos tecnológicos. Este fato criou nos brasileiros um hábito de se informar e se entreter, através da TV Globo. Os militares também fizeram “vista grossa” no escândalo *Time-Life*, onde a empresa recebeu dinheiro estrangeiro, que, na época, era proibido por lei. Esse investimento de fora impulsionou o desenvolvimento da emissora.

Sem considerar estas questões, Ali Kamel (2005), diretor executivo da Globo, afirmou no Rio de Janeiro que o sucesso do **JN** está relacionado ao investimento pesado em recursos humanos e a qualidade da informação oferecida ao público: “Ninguém é obrigado a assistir à TV Globo. É uma expressão de vontade. Toda vez que ela não ofereceu qualidade, ela perdeu”. Kamel citou dois exemplos: a novela *Pantanal*, exibida pela extinta TV Manchete, que ganhou algumas vezes do **JN**, e o Programa Silvio Santos, na década de 80, que, por oito anos seguidos, venceu a TV Globo aos domingos. Na década de 90, o telejornal *Aqui e Agora* do SBT, com um perfil bastante popular, chegou a ameaçar a audiência da TV Globo no horário entre as 18 e as 20 horas.

O investimento de que falava Kamel parece se comprovar nos grandes acontecimentos mundiais. A Globo passa a idéia que está em todos os lugares. Além de escritórios na Europa e Estados Unidos, recentemente, enviou repórteres para o Oriente Médio e o continente Asiático. Dessa forma, todos os dias, os brasileiros já se acostumaram com uma cobertura diferenciada dos acontecimentos internacionais. Foi assim na Guerra do Iraque em 2003. O repórter Marcos Uchoa fez a cobertura do Kuwait, país vizinho dos acontecimentos. Antes disso, no 11 de setembro de 2001, quando as torres gêmeas foram derrubadas por terroristas em Nova Iorque, a TV Globo também estava presente. A repórter Zileide Silva (2005), que participou da cobertura do 11 de setembro, falou sobre a importância do **JN**:

Toda vez que tem um grande evento, um grande fato, isso aumenta a nossa responsabilidade. Porque você sabe que o país vai parar e vai acompanhar o **JN** daquela noite. Em vários momentos, nós já presenciamos isso. Naquele dia, eu tinha dimensão que ia ser um **JN** histórico.

Há oito anos, os jornalistas William Bonner e Fátima Bernardes apresentam o telejornal mais antigo e de maior audiência no Brasil: o **Jornal Nacional**. A dupla, que, também, é casada na vida real, ocupa a função desde 1998. Bonner, além de apresentar, é o editor-chefe do programa, tarefa que desempenha desde 1999. Por causa disso, usando a concepção de Squirra (1993, p. 67), o apresentador é o único que pode ser chamado de Âncora:

Hoje, os Âncoras dos telejornais nos EUA não são somente os apresentadores do noticiário. São, principalmente, os Editores-Chefes dos programas. Aquela pessoa que orienta os temas a serem cobertos; que os seleciona e determina a sua duração; que elimina os assuntos; que inclui novas abordagens e que redireciona o texto na hora da introdução dos assuntos no estúdio. Ele pode não concordar com uma informação fornecida por algum editor ou correspondente e tem força suficiente para poder mudá-la radicalmente.

Até certo ponto, o conceito de Âncora, proposto por Squirra (1993), se aplica ao apresentador do **JN**. Mas, depois, se verifica que o modelo, praticado no

**JN** é diferente. O autor observa que, nos EUA, o apresentador define a face política do telejornal e que o programa tem a “imagem e a marca” do editor-apresentador. De acordo com Squirra, o jornalista que apresenta o telejornal é o dono do programa.

O jornalista Walter Cronkite, o primeiro Âncora da TV americana, tinha um programa com o seu nome. Chamava-se “As notícias da noite da CBS com Walter Cronkite”. Ele foi o fundador desse modelo editor/apresentador, criado na CBS, a partir de 1963. No Brasil, não temos “As notícias da noite com William Bonner”. Aqui, de uma maneira geral, o nome do telejornal é mais importante do que o do apresentador. Não há personalização, nem tantos poderes, o nome da empresa vem antes do que o Âncora. Repare o que disse a jornalista Marília Gabriela (SQUIRRA, 1993, p. 122) sobre esta questão: “O primeiro modelo é o americano, mas o nosso é a pálida sombra do que eles fazem lá. O Âncora, nos EUA, é o dono do espaço, o cara até contrata e demite funcionários. Imagine se eu sei sequer o salário de quem trabalha comigo”.

O modelo brasileiro difere do norte-americano. Mas as responsabilidades do editor-chefe William Bonner são enormes. Durante uma palestra destinada a estudantes no Intercom de 2005, no Rio de Janeiro, ele falou o objetivo do **JN**: “Mostrar a população brasileira, o que de mais importante aconteceu no Brasil e no Mundo, os fatos do dia, o que vai estar na capa dos jornais no dia seguinte” (BONNER, 2005). Segundo ele, é preciso ter um senso de responsabilidade social muito grande, porque 80% da população brasileira se informam através da Televisão. E não tem dinheiro para comprar jornal.

Bonner (2005) explicou que o **JN** começa a ser produzido às 7h30min. com uma primeira reunião com os jornalistas que fazem o programa no Brasil e no exterior. Neste encontro, são definidos os assuntos que interessam ao telejornal. Às 10h30min, um novo contato estabelece o tempo da reportagem, a abordagem, e qual repórter vai fazer. Uma hora depois, sai o espelho, a lista das matérias, previstas para o telejornal. Como o **JN** tem de 31 a 32 minutos líquidos por dia, Bonner é conhecido na redação como o homem que diz “não”. Ele revela que divide os temas em três níveis: a) importante; b) tem importância absoluta e c) não tem importância. O editor-chefe esclarece que a batalha é diária, mas que há consenso sobre alguns assuntos são importantes. Dá como exemplo, a morte do papa, a crise política no governo Lula, a vitória da Seleção Brasileira, o furacão em Nova Orleans (EUA), entre outros.

O editor-chefe disse, também, que, no **JN**, há uma obsessão com a precisão da informação: “Abriremos mão do furo em favor da correção. Temos um temor de produzir dano por uma falha técnica”. Bonner (2005) citou uma pesquisa sobre o **JN**, feita em 2004, onde os telespectadores disseram que o programa “oferece todos os dias o que é verdadeiramente importante”. E tem prestígio, credibilidade e confiança. O apresentador, ainda, lembrou que o cidadão brasileiro sabe que, nos dias atuais, é importante ter informação, para se dar bem na vida. Bonner explicou as razões do sucesso do **JN**: “Informação qualificada, bem apurada e de grátis na TV aberta. E pergunta: Com tantas qualidades, por que alguém vai ver uma novela mexicana?”.

A reportagem dos 35 anos do **JN**, publicada por Lima (2004, p. 106) na revista Veja ilustra bem o funcionamento do programa. Um dia a emissora recebeu as imagens que mostrava como o ex-presidente do Iraque Saddam Hussein se



livrava dos seus inimigos. Ele colocava dinamite nas roupas dos desafetos e os jogava numa cratera, para que explodissem. O editor-chefe William Bonner era contra a divulgação das cenas. Segundo a revista, “seu superior hierárquico”, Ali Kamel, era favorável à divulgação.

O impasse foi resolvido com uma solução intermediária: a divulgação das imagens, mas na hora da explosão, a cena seria congelada. E assim foi feito. Este exemplo revela o que se vive no **JN**, como de resto em muitas redações brasileiras: uma hierarquia. No programa, além de Ali Kamel, diretor executivo, há o diretor geral de Jornalismo, Carlos Henrique Schroeder. Portanto, a palavra final do editor-chefe precisa ser negociada com os diretores. Essa situação revela que há uma “autonomia relativa” no modelo de Âncora praticado no **Jornal Nacional**.

Bonner, na mesma reportagem (LIMA, 2004), justificou a sua posição em relação às imagens de violência: “Somos vistos por famílias inteiras, e eu estaria traindo o telespectador se exibisse imagens capazes de chocar seus filhos”. A visão do editor-chefe vai ao encontro de uma pesquisa sobre o **JN**, feita com 16 grupos de discussão de diferentes classes sociais. Os dados revelam que uma das principais virtudes do telejornal é “mostrar a violência de forma limpa – sem sangue, sem tiros, sem pancadaria”, escreve Lima (2004).

Na palestra sobre o **JN** no Rio de Janeiro, o diretor executivo Ali Kamel (2005), disse que a troca de visões de mundo é vacina interna. Segundo ele, “ninguém é 100% neutro” e a redação não pode ser encarada como um quartel:

Um jornal é sempre uma obra coletiva. É fruto de um grupo de pessoas, que tem uma missão. É uma discussão diária, cotidiana, perene. O sucesso e qualidade de um jornal são proporcionais à diversidade das equipes, se o pensamento for igual, a tendência será errar mais.

De acordo com Squirra (1993, p. 124), o que ocorreu, no Brasil, foi uma “cópia com medo” do modelo norte-americano. Para o autor, a falta de democracia no país (de 1964 a 1989), período da ditadura militar, interferiu na liberdade de informar. Ele lembra que, durante muito tempo, os telejornais foram apresentados por locutores ou atores. Na concepção de âncora dada por Walter Cronkite (SQUIRRA, 1993, p. 119), percebemos a diferença: “Uma pessoa capaz de sofrer, durante dez minutos, para escrever um bom texto de duas linhas e, ao mesmo tempo, improvisar, com naturalidade, e conhecimento de causa uma locução de dois minutos sobre algum acontecimento de última hora”.

A história do **JN** mostra as diferenças do modelo implantado no Brasil. Durante quase 30 anos, o programa foi apresentado por locutores, pessoas que só apareciam na redação pouco antes do telejornal entrar no ar. Não participavam de nenhuma etapa de produção das notícias, apenas “liam” o que ia para o ar.

Os apresentadores Cid Moreira e Sérgio Chapelin foram os dois principais representantes desta geração de profissionais. Eles comandavam o programa durante 18 anos (2004). A maioria veio do Rádio e tinha como característica a voz “impostada”. Cid Moreira foi o mais importante deles. Permaneceu no ar por 27 anos, de 1969 a 1996. Chegou a receber convites, para trabalhar como ator em novelas e no Cinema: “Não topei. Eu tinha que manter a postura”, explicou numa entrevista ao jornal O Sul (2005, p. 20).

Em 1996, a situação começou a mudar. Saíram de cena Moreira e Chapelin, que passaram a desempenhar outras funções na TV Globo. Moreira foi deslocado para o Fantástico, onde ainda hoje apresenta quadros. E Chapelin assumiu a apresentação do Globo Repórter. Com a saída deles, o **JN** passou a ser

apresentado por dois jornalistas, William Bonner e Lílian Witte Fibe – Jornal Nacional (2004, p. 398). A mudança de apresentadores no **JN** repercutiu na imprensa brasileira e na universidade. Num artigo, a pesquisadora Ivonete Pinto (1997, p. 119) fez a seguinte observação:

Cid Moreira não interpretava. Declamava como quem não tivesse escrito e pouco soubesse do que tratava o texto. E realmente não escrevia. Hoje, Witte-Fibe e Bonner são editores, acompanhando toda a feitura do **JN**, redigem, apresentam dramatizando como atores que criaram e estudaram seus papéis.

Este processo de escrever e ler a notícia deu uma nova cara ao programa. Naturalmente, ele passou a ser mais opinativo, ainda que fosse apenas no olhar: “Witte-Fibe, em especial, com olhos grandes e expressivos, fala pelo olhar. A boca, em meios sorrisos sugere ironias sutis. Tão sutis que só um telespectador mais atento alcança. Mas a mensagem está lá” (PINTO, 1997, p. 119).

Bonner e Lílian Witte-Fibe ficaram no ar durante três anos, de 1996 a 1998. O editor-chefe, nessa época, era o jornalista Mário Marona. Em 1999, Bonner passou a ser também o editor-chefe do programa, fato inédito na história do **JN**. Outra mudança ocorre na apresentação. Saiu a jornalista Lílian Witte-Fibe e entrou Fátima Bernardes, que, por coincidência, é a mulher de Bonner – Jornal Nacional (2004).

Os dois se encaixam no perfil dos Âncoras norte-americanos. Jovens, casados, com três filhos, estão na faixa etária dos 40 anos, passam credibilidade e ficam bem no vídeo. Fátima Bernardes já foi capa das principais revistas de moda do país. Na frente das câmeras, lê as notícias, com segurança e simpatia.

A simpatia da Âncora com os telespectadores rende elogios quando ela está em lugares públicos. Fátima Bernardes revelou que as aproximações das

peessoas são carinhosas. Numa entrevista ao jornal Correio Braziliense – Correio da TV (2002), a apresentadora afirmou que há uma relação de confiança e intimidade: “Já me aconteceu de estar no supermercado e alguém chegar para mim e dizer: agora, me conta uma coisa, Fátima. Aquilo que você disse ontem, você acha mesmo que vai melhorar tal coisa, assim, assim?”. Bucci (1997, p. 29) confirma o que disse Fátima. Para ele, o apresentador de telejornal é um “ingrediente-chave”: “Ele desenvolve com o telespectador um vínculo de familiaridade como se fosse um ator, um astro. Vivemos num tempo em que jornalistas da TV são celebridades, são símbolos sexuais”.

Exageros à parte, na Copa do Mundo de 2002, realizada na Coréia do Sul e no Japão, a jornalista teve a possibilidade de mostrar o seu carisma. Todo o dia entrava ao vivo no **JN**, ancorando as reportagens sobre o dia-a-dia da Seleção Brasileira de Futebol. Seu jeito simples e simpático de ser, conquistou até os jogadores da nossa seleção. Depois da conquista do título, ela foi a única jornalista a viajar dentro do ônibus da seleção. Pôde presenciar e registrar esse momento tão importante na vida dos jogadores. Resta saber se os atletas gostavam dela de verdade ou apenas estavam fazendo média.

O desempenho de Fátima Bernardes, na Copa do Mundo, pode ser atribuído ao seu passado como repórter. A “rua”, como se diz no jargão jornalístico, dá um “pique” ao jornalista. Lá, ele precisa improvisar, mudar o enfoque da matéria, falar para a câmera, sem a ajuda de um *teleprompter* e correr contra o relógio para chegar na redação a tempo da matéria ir ao ar. Todo esse pique só se consegue na rua. O estúdio é um ambiente frio. Nele, as pessoas estão longe dos acontecimentos. Apesar disso, Fátima Bernardes tem outra visão. Ela gosta das duas frentes de trabalho:

Me fascina o imediatismo. Como repórter, saber que meu trabalho é urgente porque precisa ir ao ar. E na apresentação também. Cinco minutos antes acontece alguma coisa que muda todo o jornal. No dia da morte da Cássia Eller foi assim. Outras tantas vezes, o jornal muda quando já entramos no ar. O que mais gosto é exatamente isso: o imediatismo, a correria, a agitação, o trabalho ao vivo e a relação com as pessoas que assistem ao telejornal (CORREIO DA TV, 2002).

Em 2007, Fátima Bernardes completará sete anos na bancada do **JN**. Em 2002, a apresentadora comentou o seu desempenho no programa: “Mudou meu comportamento diante das câmeras. O **JN** é um noticiário de impacto, muito mais *hard news*. Não tenho mais tanto espaço para sorrir, como acontecia no Fantástico. O público até estranhou esta seriedade no início (CORREIO DA TV, 2002)”.

Bonner é mais sério e sisudo do que a Fátima. Sua carreira, na Televisão, começou em 1985, quando entrou para fazer locução no programa Oito e Meia da TV Bandeirantes. No mesmo ano, estréia como apresentador no telejornal local “Jornal de São Paulo” na mesma emissora. Em 1986, ainda na Bandeirantes, apresentou em rede nacional o extinto “Jornal de Amanhã”. No mesmo ano, vai para a Globo apresentar a 3ª edição do “SP TV”, em São Paulo. Em seguida, começou a apresentar o Fantástico, ao lado de Sérgio Chapelin e Valéria Monteiro.

Dono de uma voz grave e suave ao mesmo tempo, Bonner cresceu, rapidamente, dentro da emissora. Em 1989, foi para o Rio de Janeiro apresentar o “Jornal da Globo”. Quatro anos depois, assumiu o comando do “Jornal Hoje” nas funções de apresentador e editor-chefe. Nesse período, viveu um dos momentos mais marcantes da sua carreira. Em 1991, os Estados Unidos, sob a presidência de George Bush (Pai), iniciam uma guerra contra o Iraque, na tentativa de derrubar o então presidente Saddam Hussein. Bonner assumiu um lugar na bancada do **JN**, para narrar as imagens “ao vivo”, que chegavam diretamente do conflito. O Âncora, também, realizava entrevistas no estúdio.

O desempenho de Bonner durante a primeira Guerra do Golfo mostrou a defasagem que havia na apresentação **JN**. Naquela guerra, por exemplo, a CNN estava com um repórter, que falava, ao vivo, de Bagdá. Imagens do conflito chegavam à redação a todo o momento. Era preciso ter alguém que soubesse improvisar e ancorar os acontecimentos. Na bancada do **JN**, estavam Cid Moreira e Sérgio Chapelin, pessoas acostumadas a somente “ler” as notícias no *teleprompter*. Bonner saiu-se bem e abriu caminho, para ser futuro Âncora do telejornal, fato que só aconteceu cinco anos depois, em 1996.

Já consolidado no posto de apresentador do **JN**, Bonner ainda viveria um outro momento importante na sua carreira. Em 2002, ele apresentou entrevistas individuais com os candidatos à Presidência da República. Ao vivo, enfrentou “cara a cara” - políticos como Ciro Gomes, Anthony Garotinho, José Serra e Luiz Inácio Lula da Silva. Foi elogiado por não aceitar as tradicionais “fugas” dos políticos que só respondem aquilo que querem. Weiss (2002) escreveu no Observatório de Imprensa que a atuação do Âncora surpreendeu:

Ninguém esperava que o jovem, telegênico e competente leitor de *teleprompter* William Bonner fosse também ‘expansivo’, isto é, capaz de fazer perguntas oportunas e agressivas – pelo que continham, não pela maneira de perguntar – e, principalmente, tivesse a firmeza profissional de interromper os entrevistados e elaborar contestações às respostas que não o satisfiziam, com inteligência e fundamentação.

Em abril 2005, mais uma vez o Âncora mostrou a sua capacidade profissional. Depois do anúncio oficial da morte do Papa João Paulo II, numa sexta-feira, Bonner, acompanhado de uma equipe, foi até Roma e, no sábado, ancorou do Vaticano as notícias, relacionadas ao funeral e à sucessão. Por causa do fuso horário de quatro horas entre o Brasil e a Itália, o jornalista ficou 48 horas, sem dormir. Apareceu também como repórter, fazendo um boletim no meio dos fiéis e

apresentou as matérias sobre a morte do Papa como se estivesse num ponto qualquer do Brasil.

Na palestra, dada no Intercom de 2005, no Rio de Janeiro, Bonner (2005) explicou porque os Âncoras do **JN** não dão opinião de forma explícita:

Nós queremos aproveitar a nossa audiência, que é enorme, para municiar o público de informação. Não consideramos justo usar o poder de fogo do **JN**, para **fazer a cabeça** de milhões de brasileiros. E, basicamente, também porque não é essa a demanda do público.

O apresentador lembrou que há dez anos havia público para opinião, mas, hoje, não há. Ele citou o telejornal do jornalista Boris Casoy, que, antes, tinha uma audiência com 14 a 15 pontos, hoje, não passa de quatro. Bonner estava com a razão. Em 2006, a TV Record não renovou o contrato de Casoy, que foi substituído por um novo telejornal, que se assemelha muito em termos de apresentação, ao **Jornal Nacional**.

Bonner (2005) deu uma explicação para isso. Segundo ele, a democracia, no Brasil, amadureceu como um todo: os eleitores, os jornalistas e o cidadão, que percebeu que a informação é fundamental para o exercício da cidadania. “O espectador brasileiro quer ter informação para formar a própria opinião. E não quer que essa opinião seja tutelada por quem quer que seja em qualquer emissora de televisão”, concluiu o Âncora.

O **Jornal Nacional** (GLOBO) e o **RBS Notícias** (RBS) são os objetos de estudo desta tese. O **JN** é o telejornal mais importante da Televisão brasileira. Foi o primeiro noticiário de TV, ao vivo, para todo o Brasil. Surgiu no período da ditadura militar, da censura e serviu, às vezes contra a vontade, aos interesses do poder. Em termos de audiência, está entre os cinco telejornais com o maior número de

telespectadores do mundo ocidental: 31 milhões de pessoas assistem ao programa em nosso país. Por ter servido aos governos militares, carrega o estigma de ser oficial demais. Tem até hoje grande dificuldade de criticar o governo federal. Numa Pesquisa Qualitativa, Priolli (2000, p. 227) pondera que o **JN** “é um vício difícil de ser abandonado”:

É lá, naquele horário, com aqueles apresentadores – porque embora mudem, continuam no mesmo tom, no mesmo diapásão, na mesma trilha – que os entrevistados cresceram, inteiraram-se das notícias e dos fatos mais relevantes de seu país, de seus ídolos, do mundo fora. Foi lá que se situaram, que formaram suas opiniões, suas visões críticas ou acríticas. Abandonar o JN é recusar parte de si mesmos, de suas histórias.

Os jovens, entre 15 e 18 anos, ouvidos na pesquisa (PRIOLLI, 2000, p. 228), revelaram que estão acostumados a ver o programa. O noticiário já está incorporado à rotina deles. Os jovens reclamam da maneira como o programa é apresentado: “As pessoas que transmitem o **Jornal Nacional** não emitem opinião. É como se estivessem lendo uma revista. Não tem Âncora. Não passa credibilidade”.

Nos depoimentos, há um sentido dúbio. “Eu vejo, mas não acredito”. Talvez, por trás disso, esteja a qualidade técnica das produções da Globo. Há repórteres nos quatro cantos do país. No mundo, existem correspondentes nos principais continentes: América do Norte (Estados Unidos), América do Sul (Argentina), Europa (Itália, Inglaterra e França), Oriente Médio (Israel) e na Ásia (China). De acordo com o jornalista José Hamilton Ribeiro (2003), a Globo tem condições de mandar um repórter a qualquer lugar do mundo num prazo máximo de 12 horas.



### 1.3 RBS notícias: o “Jornal Nacional” da RBS

Com uma presença maciça nos lares brasileiros, a TV é, na maioria das vezes, o único veículo de comunicação que o brasileiro acessa para saber as informações do dia-a-dia, acontecidas no mundo, no país e no seu estado. De acordo com dados da pesquisa “Os donos da mídia”, divulgada no *síte* do Fórum Nacional para Democratização da Comunicação (2006), a TV está presente em 87,7% dos domicílios do país, sendo assistida diariamente por 81% da população brasileira. A pesquisa revela ainda que o brasileiro dedica em média 3,5 horas por dia do seu tempo para “ver” Televisão.

É nesse contexto que entra o telejornal RBS NOTÍCIAS (**RBS N**), noticiário diário, produzido pelo grupo RBS em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul. O programa vai ao ar de segunda a sábado, no horário das 19 horas, com uma duração de 20 minutos. O noticiário, um dos objetos desta pesquisa, se insere dentro dos objetivos da programação da RBS TV, explicadas na *home-page* institucional da emissora ([www.rbs.com.br](http://www.rbs.com.br)): “Uma programação, voltada para a valorização da cultura e da informação regional”. Em 2005, a RBS reformulou a página na Internet que apresenta os programas jornalísticos. Sobre o **RBS N**, revela a seguinte proposta:

O **RBS N** concentra os esforços de seus profissionais na apuração dos principais acontecimentos diários em Santa Catarina. O telejornal destaca os assuntos de maior repercussão do momento, traça um panorama dos fatos do dia, antecipa manchetes dos jornais impressos e aborda questões de interesse do grande público, com um enfoque em informações úteis que prestem serviço ao telespectador.

O RBS Notícias é o programa de maior audiência da RBS TV, afiliada da TV Globo, tanto no Rio Grande do Sul, como em Santa Catarina. Nesse trabalho de

pesquisa, interessa-nos os números catarinenses, porque residimos neste Estado. Aqui, o programa tem dois Âncoras: Fabian Londero e Ildiane Silva. Os dois são jovens e estão na faixa etária dos 30 anos. Fabian lembra o Bonner, do **Jornal Nacional**. É moreno, alto, de pouco riso, voz grave e tem o cabelo cortado no mesmo estilo. Ildiane tem um olhar sério, mas sorri com mais facilidade. É morena, bonita e o corte do cabelo lembra a Fátima Bernardes. Sua voz é forte, às vezes um pouco alta, mas passa credibilidade na leitura das notícias. Indagado se a inspiração é a dupla titular do **JN**, Londero (2005) responde: “Não, mas eles são os melhores”.

Os dois Âncoras começaram a carreira nas emissoras da RBS TV no Rio Grande do Sul. Fabián em 1994, como repórter, editor e Âncora, em Santa Maria, onde fez a faculdade de Jornalismo. Ildiane iniciou em Rio Grande, em 1996, onde desempenhava as funções de repórter da editoria de Variedades e apresentadora do Jornal do Almoço. Antes de chegar à Florianópolis, em 2003, trabalhou em Pelotas, onde estudou Jornalismo, e em Joinville. Em 2004, Fabian Londero foi eleito pela Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e Televisão, como o “melhor apresentador” de Telejornalismo do Estado.

Em 2003, o **RBS N** fechou o ano, com uma audiência média de 42% (DIÁRIO CATARINENSE, 2004), ficando atrás apenas do **Jornal Nacional**, das novelas das 7 e das 8, e do programa Cassetta e Planeta. Em 2004, os números são ainda maiores, em abril, o programa alcançou 53% de audiência na Grande Florianópolis, segundo dados do Ibope (DIÁRIO CATARINENSE, 2004, p. 32). Um índice considerável, alavancado pela Rede Globo, considerada a quarta maior rede de TV privada do mundo, com 95 emissoras, espalhadas pelo país (BUCCI, 1997; GUARESCHI; BIZ, 2005). De outra parte, os números não assustam, quando a *home-page* do grupo RBS, registra que a RBS TV, composta por 12 emissoras no

Rio Grande do Sul e seis em Santa Catarina, é “a maior rede regional de televisão da América Latina”. De acordo com Rudiger (1993, p. 86), o crescimento do Jornalismo da RBS se consolidou no Rio Grande do Sul na década de 80:

O Jornalismo gaúcho passou a se pautar e a se medir pelos padrões editoriais de suas várias redações. Seus postos de trabalho converteram-se nos mais disputados e prestigiosos, ocupando os profissionais mais renomados. Queira ou não, o chamado grande público tornou-se cativo de seus meios jornalísticos, encontrando em seus telejornais sua principal fonte de informação.

Os dados de audiência, divulgados em março de 2004, na *home-page* da RBS ([www.rbs.com.br](http://www.rbs.com.br)), trazem números reveladores. O **RBS N** atinge, no Estado de Santa Catarina, um público de Um milhão e 750 mil telespectadores. Quarenta e um por cento dos espectadores concentram-se na faixa etária que vai dos 25 aos 49 anos, 22% têm mais de 50 anos, e 12% estão na faixa dos 18 e 24 anos. Portanto, o público principal do noticiário é adulto, têm mais de 25 anos e responde por 60% da audiência do telejornal. A pesquisa ainda traz dados sobre gênero e classe social. O noticiário é mais assistido pelas mulheres (64%), contra 36% de público masculino. Os telespectadores pertencem às seguintes classes sociais: 39% AB, 39% C e 22% para as classes D e E. Com estes números, podemos dizer que o programa é assistido, em sua maioria (80%), por telespectadores de classe média que possuem poder aquisitivo no Brasil.

Por trás desse sucesso, está a força do noticiário local. Qualquer conceito de Notícia presente nos manuais de Jornalismo traz o quesito “proximidade” como característica fundamental. Squirra (1993) endossa essa idéia: “Notícia é o que acontece perto das pessoas alvo da audiência”. É por esse motivo que a RBS é tão importante para os gaúchos e catarinenses. Através das empresas do grupo, a

população se informa sobre o que acontece na região. Existem outras empresas de Comunicação nos dois Estados, mas nenhuma detém a posse de tantos veículos.

A importância da TV local pode ser observada numa fazenda ou numa praia, onde só tem antena parabólica. Quem está na casa, fica perdido, não sabe o que está acontecendo a sua volta. No litoral Norte do Rio Grande do Sul, esta experiência parece comum. Quem tem a parabólica, recebe, via satélite, o sinal nacional das principais redes de TV do país, mas não tem o sinal local. Quer dizer, têm acesso apenas às notícias consideradas “nacionais”, ou seja, aquelas que interessam a todo o país. Mas não sabe o que ocorre na região litorânea. Por coincidência, durante o verão, a RBS monta um estúdio TV, em Capão da Canoa, para dar as notícias do litoral. E aí o paradoxo, só tem acesso a essas informações, quem consegue captar o sinal aberto da RBS TV. Quem só tem parabólica, mesmo estando no litoral, fica desinformado.

O grupo RBS completou 28 anos de Santa Catarina, em maio de 2007. A chegada da empresa ao Estado se deu, através da Televisão em maio de 1979, com a implantação da TV Catarinense, canal 12, na cidade de Florianópolis. Na época, segundo Cruz (1996), o grupo gaúcho teve o apoio dos militares, da Rede Globo e do ex-governador Antonio Carlos Konder Reis, que não vetou o nome da empresa, ainda que ela estivesse disputando a concessão do canal com dois grupos catarinenses. Naquele tempo, os governadores eram nomeados pelo militares e davam a palavra final em relação às concessões de Rádio e Televisão. Konder Reis pertencia à ARENA, que, mais tarde, se transformou em PDS e PFL.

Cruz (1996) revelou que a aproximação com Konder Reis começa em 1976, quando o empresário Maurício Sirotsky nomeia Ariel Botaro Filho, como

representante do jornal Zero Hora em Santa Catarina. Ariel era o chefe da Imprensa do Palácio Santa Catarina, governado por Konder Reis. Apesar desse jogo de bastidores, em relação à concessão do canal 12, Cruz (1996) conclui que:

A RBS diferenciava-se porque tinha conhecimento profissional, superioridade tecnológica e experiência com a produção de programas regionais dentro da programação nacional de alta qualidade da Globo, além de manter uma postura pública de imparcialidade político-partidária.

As conclusões de Cruz (1996) em relação à posição político-partidária da RBS foram se consolidando ao longo dos anos em Santa Catarina. A postura imparcial da empresa é apenas pública, isso porque, nos bastidores, o grupo RBS acaba tomando posição. Em 1982, na eleição direta para governador, a primeira durante a ditadura militar, a RBS, segundo Aguiar (1995), usou todo o seu conglomerado de Mídia em favor do candidato Esperidião Amin, na época, filiado ao PDS: “Amin ocupava quase diariamente espaço nos noticiários da RBS, recebendo tratamento especial por parte do departamento de telejornalismo da emissora, cujo diretor-geral era Ariel Botaro Filho, amigo de Amin e funcionário público do Estado” (Idem, p. 136). O apoio dado a Amin, que venceu as eleições, foi a primeira retribuição da RBS ao ex-governador Konder Reis, que apoiou a empresa na concessão do canal 12 de Florianópolis.

Golembiewski (2000) já havia observado a preferência política da empresa na história recente do Brasil. Nas eleições presidenciais de 1989, a Globo apoiou a candidatura de Fernando Collor de Mello e a RBS teve a mesma posição. Na primeira eleição de FHC, em 1994, o fenômeno se repetiu. Os comícios de FHC recebiam uma grande cobertura da RBS TV em Santa Catarina. Já a presença de Lula no Estado era registrada apenas com notas ao vivo (texto sem imagens). Por

coincidência, tanto Collor, em 1989, quanto FHC, em 1994, tinham o apoio da Globo e seus partidos estavam coligados com o PFL.

A preferência política da RBS pôde se materializar, novamente, quando a empresa completou 20 anos em Santa Catarina em 1999, e, decidiu homenagear 20 personalidades do Estado, entre elas, três políticos. São eles: o ex-governador Vilson Kleinübing – *in memoriam* – que pertencia ao PFL, Ângela Amin – então prefeita de Florianópolis, mulher do ex-governador Esperidião Amin, na época, filiada ao PPB, antigo PDS, hoje, PPS e o empresário Fernando Marcondes de Mattos, ex-Secretário da Fazenda do governo de Vilson Kleinübing, portanto, ligado ao PFL.

Concluimos que os três políticos, agraciados pela RBS, pertenciam a duas agremiações partidárias (PDS e PFL), que governavam coligados o governo do Estado e a prefeitura da capital. E, além disso, representavam uma única força política e ideológica em Santa Catarina. Por coincidência, o mesmo grupo político, que apoiou a empresa na sua chegada ao Estado. O autor explica ainda que as escolhas da RBS feriram a sua linha editorial, publicada em 1999, que defende a “democracia pluralista e representativa”. É que nesse caso, nem os grandes partidos, PMDB, PT, PDT, nem os pequenos, PV, PPS e PL, estiveram representados.

Em maio de 2004, a RBS completou 25 anos de Santa Catarina. Para comemorar a data, a empresa lançou uma campanha institucional com o seguinte slogan (DIÁRIO CATARINENSE, 2004, p. 21): “RBS e Santa Catarina. Vinte cinco anos de uma grande amizade”. Na solenidade, realizada em Florianópolis, o presidente do grupo, Nelson Sirotsky, lembrou os feitos da empresa no Estado: a campanha de duplicação da BR-101 (trecho Norte), a cobertura solidária com os

atingidos pelas enchentes em Blumenau em 1983, a trajetória do tenista Gustavo Küerten e a campanha do Brasil Rumo ao pentacampeonato. Os números, apresentados por Sirotsky, demonstraram o crescimento da empresa no Estado. Em 1979, eram 80 funcionários, em 2004, 1100 colaboradores.

Mas chegar a esses números não foi fácil. A RBS sofreu rejeição em 1979, quando foi implantada a primeira emissora de TV do grupo no Estado. Antonio Cabrera, responsável pelo plano de Relações Públicas da empresa, para conquistar o Estado, revelou (SCHIRMER, 2002, p. 103) as dificuldades:

A emissora dada a uma empresa de fora, contrariando os interesses dos dois grandes grupos políticos do Estado, nasceu enfrentando dificuldades que chegaram ao cúmulo de autênticas ações de guerrilha: sabotagem em torres de transmissão e o fechamento, com homens armados, de terrenos de acesso a áreas de repetidoras do sinal da TV.

Souza (1999), ao discutir o discurso da RBS e sua dependência da Globo, também, escreveu sobre os problemas do grupo ao se instalar no Estado:

A maior dificuldade está relacionada ao território Barriga Verde, onde a empresa gaúcha entrou sem o consentimento da população, desrespeitou a legislação e passou por cima de várias lideranças políticas locais, uma vez que planejou o ingresso no Estado diretamente em Brasília (SOUZA, 1999, p. 28).

Durante dois anos, trabalhamos como repórter na RBS TV na cidade de Florianópolis. Nesse curto espaço de tempo (1991-1992), percebemos resquícios de rejeição ao grupo. Nas coberturas jornalísticas sobre a Farra do Boi, os participantes da farra diziam: a RBS é contra a Farra do Boi, porque quer implantar, aqui, os CTG (Centro de Tradições Gaúchas). Essa afirmação de alguns moradores parece indicar a existência de um sentimento de que o grupo RBS é gaúcho, de fora, e tem uma cultura diferente da deles.

Rejeições à parte, Pereira (1992, p. 80) aponta a RBS, como parte do processo de profissionalização da Imprensa catarinense ocorrida nos anos 80. Segundo o autor, a chegada do grupo gaúcho coincide com a criação do Curso de Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina, a eliminação da vinculação político-partidária dos meios e o processo de abertura política e a redemocratização no Brasil. Pereira destaca, ainda, o aumento da concorrência e a nova visão empresarial do setor. Em termos editoriais, o jornalista Armando Burd, (GOLEMBIEWSKI, 2000), contou que quando o jornal Diário Catarinense foi inaugurado em 1986, não havia a editoria de Economia nos jornais catarinenses. Burd, primeiro editor-chefe do jornal, lembrou também que o DC (Diário Catarinense) foi a primeira redação totalmente informatizada da América Latina.

Com 28 anos de atuação em Santa Catarina, a RBS possui seis emissoras de TV aberta, duas emissoras de TV a cabo, quatro jornais diários e oito emissoras de rádio. De acordo com Schirmer (2002, anexo - p. 2-7), os veículos estão distribuídos da seguinte maneira:

- **TV ABERTA –**

RBS TV - Florianópolis – 01.05.1979;

RBS TV - Joinville – 07.12.1979;

RBS TV - Blumenau – 31.03.1980;

RBS TV - Chapecó – 22.04.1982;

RBS TV – Criciúma – 14.07.1998;

RBS TV – Joaçaba – 01.06.2005.

- **TV a cabo / Assinatura –**

TV COM - Florianópolis – 08.06.2000;



TV COM - Joinville – 18.07.2000.

- **JORNAIS DIÁRIOS** –

Diário Catarinense (DC) – Florianópolis – 05.05.1986;

Jornal de Santa Catarina (JSC) – Blumenau – 01.09.1992;

Hora de Santa Catarina (HSC) – Florianópolis – 27.08.2006;

A Notícia – Joinville – 21.09.2006.

- **RÁDIOS**

AM – CBN/Diário – Florianópolis – 01.01.1983;

FM - ITAPEMA – Florianópolis – 01.01.1983;

ITAPEMA – Joinville –

RÁDIO ATLÂNTIDA – Florianópolis – 29.03.1981;

Blumenau – 29.03.1979;

Chapecó – 17.12.1983;

Joinville – 10.04.2001;

Criciúma – 10.04.2001.

No Rio Grande do Sul, um Estado, com o dobro da população de Santa Catarina, o poder do grupo RBS é, ainda, maior. São 12 emissoras de TV (Porto Alegre, Santa Maria, Caxias do Sul, Rio Grande, Bagé, Uruguaiana, Cruz Alta, Santa Cruz do Sul, Santa Rosa, Erechim e Passo Fundo), quatro jornais diários (Zero Hora e Diário Gaúcho – Porto Alegre, Pioneiro – Caxias do Sul, Diário de Santa Maria – Santa Maria), 8 Rádios FM (Rede Atlântida – nas cidades de Porto Alegre, Pelotas, Santa Maria, Passo Fundo, Rio Grande, Tramandaí, Santa Cruz do Sul e Caxias do Sul), 04 Rádios AM (Rádio Gaúcha, Rádio Farroupilha, CBN, Rádio Rural – todas em Porto Alegre). Somando os dois Estados, a RBS tem, hoje, 34 veículos de

comunicação, que atingem um público estimado em 16 milhões de pessoas. Esses números levaram os pesquisadores Guareschi e Ramos (1988, p. 67) a fazer a seguinte observação: “Seguramente (a RBS), representa um dos maiores impérios, impresso e eletrônico, no Brasil”.

Numa entrevista, o presidente grupo, Nelson Sirotsky (2006), confirmou essa posição no que se refere ao segmento jornal: o grupo RBS é, hoje, o 2º maior editor de jornais do país, são mais de 400 mil jornais por dia. Só fica atrás das Organizações Globo que editam o jornal O Globo, o Extra e o Diário de São Paulo. No segundo semestre de 2006, dois novos veículos entraram em operação: o jornal Hora de Santa Catarina – dirigido às camadas mais pobres da população, que começou a circular em 27 de agosto na grande Florianópolis. E o jornal A Notícia, de Joinville, voltado às classes A e B, que a partir de 21 de setembro, passou a fazer parte do grupo RBS. A outra novidade é compra de uma rádio FM em São Paulo. Ainda sem nome definido, será a primeira emissora de Rádio do grupo fora do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina.

Além dos veículos de comunicação tradicionais, o grupo RBS (Já PORTO ALEGRE, 2006, p. 5) possui outras empresas, que, também, atuam no setor: a gravadora *Orbeat Music*, a editora RBS Publicações, o portal de serviços “*Hagah*”, o portal de notícias “*Clicrbs*” e a NET Sul, que comercializa um sistema nacional de TV por assinatura. A RBS tem, ainda, a empresa de logística via LOG, que opera na região Sul do Brasil. O grupo emprega, atualmente, 4,7 mil funcionários em seis Estados brasileiros, sendo que 855 são jornalistas.

O embrião desse verdadeiro império nasceu em 1957, quando o então radialista Maurício Sirotsky Sobrinho comprou a Rádio Gaúcha, em sociedade, com

o empresário Arnaldo Ballvé. Segundo Schirmer (2002, p. 13), a emissora que estava numa situação difícil naquela época, “converteu-se na célula-mater do que viria a ser o maior grupo de comunicação do Sul do Brasil, a RBS”. Mas antes de formar o grupo, Sirotsky obtém a concessão da TV Gaúcha de Porto Alegre, em 1962 e compra com Ary de Carvalho e outros sócios o jornal Última Hora que havia sido fechado pelo golpe militar de 1964. O curioso, como lembra Guareschi e Ramos (1988, p. 69), é que o jornal Zero Hora nasce menos de dois meses depois do golpe: “Zero Hora não nasceu por geração espontânea. Incorporou-se à vida dos gaúchos 34 dias após o golpe militar”.

Em 1967, conforme Berger (1998, p. 52), os Sirotsky começam a parceria com a família de Roberto Marinho. A TV Gaúcha tornou-se afiliada da Globo. E, em 1970, assumem o controle acionário do jornal Zero Hora, formando assim o grupo de comunicação Rede Brasil Sul – RBS. O interessante nisso tudo é que o surgimento da RBS ocorre, justamente, quando se implanta a Ditadura Militar no Brasil. De acordo com Guareschi e Ramos (1988, p. 70), as semelhanças no calendário são históricas e não podem ser desprezadas. Eles revelam que o empresário Maurício Sirotsky assumiu o controle acionário de Zero Hora, em abril de 1970, cinco meses depois de o general Emílio Garrastazu Médici assumir a Presidente da República. A década de 70 vai ser ainda melhor para o grupo RBS. Foi nesse período que a empresa, com o apoio dos militares, ganhou a concessão de seis emissoras de TV no Rio Grande do Sul e duas em Santa Catarina.

Nas décadas de 80 e 90, o grupo RBS consegue mais concessões de Rádio e Televisão, consolidando a liderança no Sul do país. Para Rudiger (1993, p. 83), este crescimento não ocorreu por acaso: “Basta salientar que o grupo desenvolveu novos métodos de gestão empresarial em seus veículos, baseando

seus negócios na renovação tecnológica de suas instalações e na qualificação mercadológica de seus respectivos produtos”.

Rudiger (Idem), também, observa que os concorrentes da RBS na área da Comunicação não se atualizaram, ficando presos a modelos de gestão do início do século 20. Em que pese a qualidade dos concorrentes, uma outra situação deve ser lembrada: a fragilidade da lei de telecomunicações. O código foi elaborado em 1962 e não é respeitado pelas empresas de comunicação do país. Por exemplo, o número máximo de emissoras de TV por empresa é cinco. A RBS tem 18, sendo 12 no Rio Grande do Sul e seis em Santa Catarina.

As conseqüências dessa concentração são nefastas e podem ser vistas em Santa Catarina, onde a RBS tem seis emissoras de TV aberta, duas emissoras de TV por cabo, sete emissoras de FM, uma AM e quatro jornais diários. São muitos veículos de Comunicação na mão de um único dono. No caso dos jornais, se percebe o quanto é perverso a concentração. A RBS edita dois jornais em cidades diferentes voltados para o mesmo público (O Santa Catarina, em Blumenau, e o Diário Catarinense, em Florianópolis), que possuem praticamente o mesmo conteúdo editorial. O que varia é apenas a chamada de capa, mais regional no caso de Blumenau e, mais estadual, no jornal editado na capital. As matérias são as mesmas, apenas diagramadas de maneira diferente. O resultado de tudo isso é que o leitor catarinense pode ter apenas uma visão dos acontecimentos estaduais ao invés de duas.

Em relação à concentração da Mídia, as notícias sobre meio jornal não são nada animadoras. A RBS inaugurou em agosto de 2006 o jornal Hora de Santa Catarina. O periódico parecido com Diário Gaúcho de Porto Alegre, surgiu para

enfrentar o jornal Notícias do Dia, lançado na Grande Florianópolis pelo grupo Rede SC (SBT). A outra informação nada alentadora é que o grupo RBS comprou no mês de agosto o jornal A Notícia de Joinville por 80 milhões de reais. Em 21 de setembro de 2006, o grupo gaúcho assumiu o comando do jornal que tem uma circulação diária de 32 mil exemplares (VALENTE, 2006). Indagado sobre a compra do A Notícia pela RBS, o governador de Santa Catarina, Luis Henrique da Silveira, que tem a sua maior base eleitoral em Joinville, minimizou o problema e disse que a tendência mundial é outra:

Houve uma aquisição de um jornal pelo outro. Nós vamos prosseguir na nossa política de governo de fortalecer a imprensa do interior, que se revela cada vez mais forte. Até por que eu vejo na Imprensa do interior a força da localização, que se opõe à globalização (SILVEIRA, 2006).

Em relação à RBS TV, o processo é mais assustador. Atualmente, as emissoras trabalham integradas com os jornais impressos do grupo. É comum lermos uma matéria no período da manhã, e ao meio-dia, ver a mesma fonte, dizendo a mesma coisa na Televisão. Esta situação revela que, além dos temas serem iguais, as fontes também são as mesmas. Esse comportamento unifica a linha editorial de toda a empresa, facilitando o controle dos temas abordados, diminuindo a quantidade de versões de um mesmo fato. Dessa forma, os catarinenses ficam reféns de um único olhar sobre os fatos: o olhar da RBS.

O RBS Notícias (**RBS N**) é o principal telejornal da RBS TV em Santa Catarina. O programa tem o maior índice de audiência no Estado e segue o padrão de qualidade da TV Globo. O modo de narrar e apresentar as notícias, a maneira de se vestir dos repórteres, tudo segue o estilo consagrado do **JN**. O telejornal, também, se beneficia da audiência da Globo. O programa é exibido entre a novela das seis e a das sete da noite. O formato tem dois apresentadores, um homem e

uma mulher, do mesmo jeito que o **JN**. “O RBS N se concentra na repercussão das principais notícias do dia em Santa Catarina, buscando fazer isso sempre com qualidade e isenção” - explica o editor-chefe do programa Aurélio Espíndola (MARÇAL, 2005).

Por ser um noticiário regional, ele, ainda, dedica cinco minutos diários às notícias de cada região de Santa Catarina. Assim, os moradores de Criciúma (Sul), Florianópolis (Leste), Blumenau (Vale do Itajaí), Joaçaba (Meio-Oeste), Chapecó (Oeste) e Joinville (Norte) têm um espaço dedicado ao que de mais importante aconteceu na sua região. Nestas mesmas regiões, existem emissoras da RBS, que enviam reportagens ao noticiário Regional. Além disso, há sucursais nas cidades de médio porte de cada região. Atualmente, existem repórteres em Tubarão, Itajaí, Lages e Jaraguá do Sul.

A linha editorial do **RBS N** segue o que é determinado pela Globo. O cenário é o mesmo em todos os Estados brasileiros. Quando há eleições, a forma de conduzir a cobertura política, também, é indicada pela emissora do Rio de Janeiro. Apesar do sucesso do **RBS N**, em termos de audiência, o jornalista Zevi Ghivelder explica que, no Brasil, houve uma inversão do que ocorre nos Estados Unidos. Lá, segundo ele, os telejornais locais têm uma hora de duração e os nacionais, meia hora. Ghivelder (1994, p. 156) explica o que aconteceu aqui:

Não há economia que sustente jornais locais, mesmo nas grandes capitais brasileiras. O comércio e a indústria não são suficientes, para cobrir o custo de um grande telejornal. Não há meio de comparação com o potencial econômico de inúmeras cidades americanas, como Los Angeles, Detroit, Seattle, Miami, Dallas, etc.

O **RBS N**, também serve também como laboratório, para a formação de novos talentos à Globo. Passaram pelo telejornal catarinense, os repórteres Sonia

Bridi e Marcos Losekan, que, hoje, atuam como correspondentes internacionais da emissora.

Para estudarmos o **Jornal Nacional** e o **RBS Notícias**, gravamos em abril de 2004, dez edições de cada noticiário. As datas escolhidas são as mesmas nos dois telejornais, até para que pudéssemos fazer comparações entre os assuntos que foram notícia naqueles dias. As gravações foram feitas durante 15 dias do mês de abril, deixando de fora as edições do final de semana, onde os apresentadores titulares estão de folga. Depois da gravação, escolhemos três reportagens de cada programa, baseadas em dois critérios: as matérias deveriam ter pessoas do “povo” falando e os temas teriam que estar relacionados à problemas sociais de abrangência nacional.

O olhar sobre os telejornais será feito sob a ótica da Sociologia Compreensiva, a partir de Michel Maffesoli. Deste autor, usamos as noções de Comunicação, Pós-Modernidade, Empatia, Cultura e Imaginário. Mas, como a própria sociologia Compreensiva rejeita o pensamento único, utilizamos outros autores, com o objetivo de complementar as idéias de Maffesoli e ampliar a nossa interpretação do material analisado. A noção de Comunicação foi complementada por outras cinco subnoções: Âncora, presente nos estudos de Dibleby e Burton (1985) e Squirra (1993), Gêneros Jornalísticos, desenvolvido por Erbolato (1991), Imagem, no olhar de Barthes (2002), Plano de Imagem, explicados por Curado (2002) e, Elementos da Reportagem, conceituados por Maciel (1995).

## **CAPÍTULO 2 - COMUNICAÇÃO E PÓS-MODERNIDADE: NOÇÕES PARA COMPREENDER OS TELEJORNAIS**

Neste segundo capítulo, apresentamos o nosso referencial teórico e as opções metodológicas. Para analisar as reportagens e o trabalho dos Âncoras, no **Jornal Nacional** e no **RBS Notícias**, escolhemos cinco noções de Maffesoli: Comunicação, Empatia, Imaginário, Cultura e Pós-Modernidade. Em função da complexidade do tema, a noção de Comunicação foi complementada por outras cinco subnoções: Âncora, presente nos estudos de Dimbleby e Burton (1985) e Squirra (1993), Gêneros Jornalísticos, desenvolvida por Erbolato (1991), Imagem no olhar de Barthes (2002), Planos de Imagem, explicado por Curado (2002) e Elementos da reportagem, presente no escritos de Maciel (1995).

Durante a construção das noções, também não ficamos restritos ao que já escreveu Maffesoli. Sentimos a necessidade de dialogar com outros autores com a intenção de ampliar a nossa visão sobre os objetos que foram analisados. Essa opção foi baseada na Sociologia Compreensiva, método usado no trabalho e descrito neste capítulo. Um dos seus pressupostos é a Sensibilidade Relativista, que defende que não existe uma única realidade, mas maneiras diferentes de concebê-la.



## 2.1 Comunicação

A palavra Comunicação surgiu nos Mosteiros durante o Cristianismo Antigo, uma época, marcada pela contemplação e isolamento, como condições únicas para se chegar até Deus. A revelação é de Martino (2001, p. 13), que escreveu um artigo com a seguinte pergunta: De qual Comunicação estamos falando? Segundo o autor, no mosteiro, *Comunicatio* – que vem do latim, significava: “Ato de tomar a refeição da noite em comum”. Ele explica que a novidade não era o “comer”, mas fazer a refeição junto com os outros. Martino (2001, p. 13) conclui que o sentido original está ligado à idéia de “romper o isolamento” e realizar uma atividade em comum.

Na etimologia do termo Comunicação, Martino decodificou a palavra *Comunicatio* em três elementos: a raiz *munis* – que significa “estar encarregado de”; o prefixo *Co* – que expressa “simultaneidade, reunião” e a terminação *tio* – que quer dizer atividade. Com isso, segundo ele, temos a idéia de uma “atividade realizada conjuntamente” – naquela época, a refeição, que era feita nos mosteiros. Martino observa que, no sentido etimológico da palavra, já aparece a idéia de Comunicação como produto de um “encontro social”. O autor (2001, p. 14) ainda explica que a palavra Comunicação pode ser dividida em dois termos: comum + ação – ou seja: “Ação em comum”. Mas adverte que, para isso, devemos levar em conta que o “algo em comum” – se refere “a um mesmo objeto de consciência e não a coisas materiais, ou a propriedade de coisas materiais”.

Neste sentido, Martino (2001, p. 14) concluiu que, na sua essência, o termo Comunicação significa: “O processo de compartilhar um mesmo objeto de

consciência, ele exprime a relação entre consciências”. Ele dá como exemplo um livro na estante. Parado, ele pouco significa. Só haverá Comunicação se houver uma atividade do leitor sobre o texto do escritor. Sem essa interação, ela não se realiza.

Com esta mesma linha de raciocínio, Bordenave (2002, p. 14) explica a Comunicação como: “Uma das formas pelas quais os homens se relacionam entre si. É a forma de interação humana realizada, através do uso de signos”. Para o autor, essa interação vai ocorrer com a troca de mensagens que serão processadas em pelo menos três níveis: a percepção, a decodificação e a interpretação. O resultado desse processo será a criação de “novos significados” que, se forem compartilhados pelos dois lados, se iniciará um processo rudimentar de Comunicação. Entretanto, Bordenave (2002, p. 21) observa que este “compartilhar” não significa necessariamente “aceitar” as idéias do outro, pois o conflito faz parte da natureza humana.

Sebeok (1998, p. 50) traz um sentido mais amplo para a palavra Comunicação, englobando todos os seres vivos, não só os humanos: “A Comunicação pode ser vista como a transmissão de qualquer influência de uma parte do sistema vivente para outra, produzindo mudança. São mensagens que estão sendo transmitidas”. Lembra que as mensagens humanas fazem parte de duas categorias: mensagens verbais e não-verbais. Sendo que a primeira é exclusiva aos seres humanos. Sebeok (idem, p. 51) compreende a mensagem como uma cadeia de signos. Pondera que ela pode ser convencional ou natural. As convencionais são aquelas, cujo significado depende de acordo anterior, por exemplo, um gesto paroquial. Já as naturais são aquelas aceitas em qualquer lugar, como por exemplo, o sinal de OK, nos Estados Unidos.

Thompson (1998, p. 25) entende a Comunicação como: “Um tipo distinto de atividade social que envolve a produção, a transmissão e a recepção de formas simbólicas e implica a utilização de recursos de vários tipos”. O autor observa que a atividade simbólica é uma característica da vida social: “Os indivíduos se ocupam constantemente com as atividades de expressão de si mesmos em formas simbólicas ou de interpretações de expressões usadas pelos outros”. Entretanto, Thompson (1988, p. 24) alerta que essa atividade simbólica tem conseqüências: “As ações simbólicas podem provocar reações, liderar respostas de determinado teor, sugerir caminhos e decisões, induzir a crer e a descrer, apoiar os negócios do estado ou sublevar as massas em revolta coletiva”.

Thompson (1998, p. 14) pondera ainda que a Comunicação, feita pelo homem, através de Meios de Comunicação de Massa, provoca novos tipos de relações sociais, diferentes daquelas que são feitas no encontro pessoal face a face: “O uso dos MCM transforma a organização espacial e temporal da vida social, criando novas formas de ação e interação, e novas maneiras de exercer o poder, que não está mais ligado ao compartilhamento local comum”. O autor dá como exemplo, as ações feitas em favor de outras pessoas que estão fisicamente ausentes ou distantes.

Para Maffesoli (2003, p. 15), a Comunicação é mais do que a simples emissão e recepção de mensagens: “As pessoas não querem só informação na mídia, mas também e fundamentalmente ver-se, ouvir-se, participar, contar o próprio cotidiano para si mesmas e para aqueles com quem convivem”. Já Dimbleby e Burton (1985) trazem uma posição mais próxima do pensamento do sociólogo francês. Para eles, Comunicação é criar e compartilhar significados, um processo que envolve pessoas e meios mecânicos.

Maffesoli (1995, p. 82) esclarece que, na Mídia, não há apenas um único emissor, mas um “nós”. No caso da televisão, ao reconhecer a sua própria imagem na tela, as pessoas estão se comunicando com a sociedade:

É o que faz com que não haja um sentido pré-estabelecido, que o discurso televisivo não tenha sentido preciso, que não tenha sentido de todo, mas que nada mais é do que, uma colocação em comum do sentido, vivenciado pelo maior número possível de pessoas.

O sociólogo ressalta que o discurso da mídia não tem uma orientação precisa, mas expressa os sentimentos vividos no dia-a-dia da existência humana.

Segundo Maffesoli (1999), a Comunicação faz o “laço social” entre as pessoas, permite o que ele chama de “estar-junto”. Ele explica que o laço social não é algo abstrato, mas está baseado na posse de valores comuns como a língua, os costumes, a culinária, as coisas concretas do cotidiano, o material e o espiritual de um povo:

Por meio de noções, ou metáforas, como orgia, socialidade, tribo, emoção, estética, pretendo mostrar que o **laço social** não é mais unicamente contratual, racional, simplesmente utilitário ou funcional, mas contém uma boa parte de não racional, de não-lógico, algo que se exprime na efervescência de todas as formas ritualizadas (esporte, música, canções, consumo, consumição, revoltas, explosões sociais), ou, em geral, totalmente espontâneas (MAFFESOLI, 2005, p. 7).

Os telejornais fazem parte do nosso cotidiano. Revelam o que aconteceu nas últimas horas do dia. Para manter o telespectador atualizado, há edições matutinas, vespertinas, noturnas e no final da noite. Os exibidos, à noite, são os que têm maior audiência. É nesta hora do dia que a maioria das pessoas está em casa. As crianças já voltaram da escola. E os adultos já retornaram do trabalho.

Depois de um dia cheio de atividades, as pessoas querem saber o que está acontecendo na sua cidade, no seu país e no mundo. Na sala de estar de suas

casas, ligam a televisão. Querem relaxar, se divertir, mas também se informar. Os noticiários, exibidos à noite, oferecem isso. Na TV Globo, emissora escolhida para esta pesquisa, primeiro é exibido o telejornal regional, chamado de **RBS Notícias**. Ele vai ao ar às 19 horas e traz no cardápio as notícias de Santa Catarina. Depois, às 20h e 15, entra no ar o **Jornal Nacional**, com as notícias do Brasil e do Mundo.

Nesse horário noturno, acontecem dois encontros. No primeiro telejornal, mais de dois milhões de catarinenses se reúnem nas suas casas, para assistir ao programa que traz os acontecimentos de Santa Catarina. No segundo noticiário, cerca de 31 milhões de brasileiros sentam no sofá da sala de estar, para ver o **Jornal Nacional**. Estão interessados em saber o que aconteceu no Brasil e no Mundo. Nas duas situações acontece um “encontro virtual” de milhares de catarinenses e brasileiros através da televisão. Que, ao assistirem os noticiários, podem sorrir com a vitória do seu time de futebol e chorar ao ver o sofrimento de pessoas que perderam a casa por causa de uma enchente.

De acordo com Maffesoli (2003, p. 15), este é o papel da Comunicação: ligar as pessoas, que têm interesses comuns. Permitir um “estar-junto” no dizer do autor. “A sociedade da informação, portanto, pode até fazer crer que o mais importante são os seus jornais, televisões, rádios, mas no fundo o que conta é a partilha cotidiana e segmentada de emoções e de pequenos acontecimentos”. O sociólogo (2003) esclarece que a Comunicação funciona como uma espécie de “cimento social”. O **JN** e o **RBS N** fazem isso. Um liga os brasileiros de Norte a Sul, o outro reúne os catarinenses. Apesar das diferenças e das desigualdades sociais, todos têm um sentimento comum: o Brasil e Santa Catarina.

### **2.1.1 Subnoções da comunicação: âncora, gêneros jornalísticos, imagem, planos de imagem e elementos da reportagem**

Essa grande comunidade, criada em torno dos telejornais, terá um mediador. Ele é chamado de Âncora, aquele profissional que seleciona e apresenta as notícias no telejornal. É ele que “vende” ao telespectador os acontecimentos ocorridos no dia-a-dia. Fixa o sentido das notícias que foram produzidas na rua. Dimpleby e Burton (1985) observam que o papel do apresentador é ajudar a compreender o significado da mensagem e a ancorar o conjunto. Eles dão como exemplo, as legendas das fotografias publicadas nos jornais. Citam os anúncios, que são sustentados pelos logotipos das empresas ou pelo produto. No telejornal, o Âncora conduz tudo que será mostrado no programa, das notas às reportagens, dos boletins ao vivo às chamadas de bloco. Ele liga as partes do noticiário, dando sentido ao todo. Squirra (1993, p. 67) explica que este profissional é um apresentador diferente que se envolve em todas as etapas da produção da notícia:

São, principalmente, os editores-chefes dos programas. Aquela pessoa que orienta os temas a serem cobertos; que os seleciona e determina a sua duração; que elimina os assuntos; que inclui novas abordagens e que redireciona o texto na hora da introdução.

Ramos (1998) amplia o que diz Squirra e caracteriza como “tradicional” o modelo norte-americano de Âncora. Acrescenta que, ao desempenhar as funções de editor-chefe e apresentador, o profissional utiliza dois gêneros clássicos do Jornalismo: o Informativo e o Interpretativo. O primeiro, de acordo com Erbolato (1991, p. 34), está ligado ao “relato e à descrição de um fato, dentro dos limites de objetividade permitidos pela natureza humana”. O segundo, tem como

características “a explicação das causas de um fato, **localização dele no contexto social** (ou histórico) e suas **conseqüências**”.

Ramos observa que o Gênero Informativo se materializa, quando o apresentador lê os lides das matérias e chama os repórteres. Já o Gênero Interpretativo aparece na ampliação das informações, trazidas pelo repórter, levando em conta o passado, o presente e o futuro. Por fim, o autor ainda diz que “todo e qualquer recurso, que indique o sentido de uma matéria jornalística, realiza a Ancoragem” (RAMOS, 1998).

Outro viés da função do Âncora, que merece registro, é o ato de apresentar as notícias. Mais do que lê-las, o apresentador precisa “viver” o que está lendo. E isso requer sensibilidade. Tanto que é comum nas redações, o apresentador “estudar” o texto antes de entrar no estúdio. Ele precisa fazer as suas marcações. Deve saber a hora de dar mais ou menos ênfase a uma determinada palavra. As notícias não são iguais, têm pesos diferentes. A morte de um político não pode ser lida da mesma forma que uma nota sobre o carnaval. Uma terá um tom de voz mais suave, triste. A outra será mais vibrante e alegre.

Além da voz, é preciso cuidar do corpo. Ele fala por si só. Quando o Âncora está no ar, apresentando um Telejornal, está enviando, mesmo sem perceber, outros sinais para o seu público. É a chamada Comunicação não-verbal. Dimbleby e Burton (1985, p. 57) salientam que, quando estamos juntos, enviamos e recebemos signos não-verbais:

Estes signos não são palavras. Mas são usados como palavras. São sinais que produzimos, gestos que fazemos. Eles afetam o significado do que queremos dizer. São realizados de várias formas: por nossas mãos, cabeça, face, boca, enfim, por todo o corpo.

Os signos não verbais, segundo Dimbleby e Burton (1985), podem ser classificados em três categorias: a) Linguagem do corpo (já explicada acima); b) Paralinguagem; e c) Roupas – a maneira de se vestir. A Paralinguagem trata da interpretação do significado das palavras durante uma conversação. No caso do Âncora, ele está conversando com os telespectadores, através da câmera. É ele que dará um “peso” para cada palavra no contexto de cada notícia. “Há signos que são representados ao mesmo tempo em que as palavras são pronunciadas. Há signos com determinado grau, força e volume. Não falamos como robôs num tom contínuo e monótono” (DIMBLEBY; BURTON, 1985, p. 59). Neste sentido, lembramos a preocupação das emissoras em indicar e até oferecer serviços de um fonoaudiólogo aos repórteres e apresentadores. Sempre há o que melhorar na pronúncia das palavras, na respiração, no tom da voz e no ritmo de leitura das notícias. A idéia é oferecer ao telespectador uma informação clara, limpa, sem qualquer ruído que possa interferir na Comunicação.

Por isso, há também uma preocupação com a maneira de se vestir dos Âncoras. Nesse caso, a vestimenta inclui não só as roupas, mas as jóias, a pintura e a maquiagem. De acordo com Dimbleby e Burton (1985, p. 60), a forma de se vestir “revela muito sobre a personalidade, situação, status e trabalho das pessoas”. Os autores lembram que, na televisão, os atores aparecem com roupas de fácil identificação. Os apresentadores de telejornal fazem o mesmo. Normalmente, adotam roupas no estilo “clássico” – que transmitem seriedade, credibilidade. As mulheres usam os *tailleurs* e os homens ternos e gravata. As cores das roupas são claras, sóbrias, evitando chamar a atenção. As jóias devem ser simples e sem brilho. A maquiagem segue o mesmo caminho, natural, leve, sem ser chamativa. Em



relação ao “vestir”, a intenção é clara: o apresentador não deve aparecer mais do que a notícia.

No texto *A Mensagem Fotográfica*, Barthes explicou que a Imagem não é o real, mas o seu perfeito *analogon*, isto é, ela transmite algo que existe na realidade. O autor admite que há uma redução de proporção no processo de elaboração da Imagem, mas não há uma transformação naquilo que foi mostrado, através dela. Para Barthes (2002, p. 327), portanto, em toda Imagem há um estatuto particular: “Uma mensagem, sem código”. Em função disso, ele afirma que os desenhos, os quadros, o cinema e o teatro “são precisamente as reproduções analógicas da realidade”. Ele não cita, mas podemos dizer que a Imagem da televisão também é uma reprodução da realidade. Mais do que isso, Barthes admite que, além do análogo, ocorre um tratamento especial do criador da Imagem, que confere um segundo sentido aquilo que está sendo mostrado.

A descrição análoga da Imagem é chamada por Barthes de Denotativa. Já o segundo sentido da Imagem, ou seja, a maneira como ela foi elaborada e o seu significado junto à sociedade é caracterizada como Conotativa. Estas duas maneiras de olhar para uma Imagem serão usadas no decorrer deste trabalho de pesquisa. Entretanto, o nosso foco será a Imagem presente nas reportagens de televisão.

Barthes (2002) ainda ressalta que o sentido Conotativo da Imagem ocorre no processo de elaboração da mesma, isto é, estão em jogo, entre outros elementos, a escolha, o tratamento técnico e o enquadramento. Curado (2002) explica que o enquadramento “é a posição da lente em relação ao objeto. Define a maneira como o telespectador vai ver determinada cena”. A autora observa que as cenas são feitas a partir de planos básicos de aproximação e distanciamento dos

objetos. Curado (2002, p. 108) descreve os Planos da Imagem como se estivesse olhando para uma pessoa em pé:

**Plano Geral** – aberto. Mostra, no caso de uma pessoa, o corpo todo. No caso de lugares, apresenta cenas gerais, amplas. Nas entrevistas em salas e gabinetes, o plano geral é feito mostrando o entrevistado, o repórter e o ambiente.

**Plano Médio ou Plano Americano** – traz o objeto mais para perto. Em pessoas de pé, é a tomada da cintura para cima. É um enquadramento que está se tornando padrão, para filmar a participação de repórteres nas matérias.

**Primeiro Plano** – mostra do peito para cima. Frequentemente usado no meio de uma narrativa feita por repórter ou por apresentador.

**Close-up** – na pessoa mostra a cabeça e os ombros. É detalhe mais aproximado do olho do espectador. Dá ênfase ‘a uma informação que está sendo dita pelo repórter ou pelo entrevistado’.

Os dois telejornais serão analisados, nesta pesquisa, através das suas reportagens. Neste momento, baseado nos textos Maciel (1995), é importante recordar os elementos que compõem a reportagem, a forma mais completa de apresentar uma notícia na Televisão. A **cabeça** é o texto que introduz a exibição da matéria jornalística. É lida pelo Âncora no estúdio e se assemelha ao *lead* do jornal impresso. O *OFF* é o texto, elaborado pelo repórter, para narrar as imagens da reportagem. O **Boletim** é a parte da reportagem em que o repórter aparece no vídeo. É usada, para dar informações que não existem imagens para mostrar. A **sonora** é a fala do entrevistado. São as pequenas entrevistas que aparecem na reportagem. Serve para dar credibilidade às informações presentes na matéria escrita pelo repórter. Já a **Nota pé** é um texto lido no estúdio pelo Âncora do telejornal, após a exibição da reportagem. Seu objetivo é dar informações, que possam complementar a matéria.

## 2.2 Empatia

Maffesoli (1999) assinala que só existimos em relação ao outro. Que não estamos isolados no mundo. Que vivemos num mundo comum carregado de simbolismo. Que o outro pode ser Deus, a família, a tribo, o grupo de amigos. Em todos esses momentos, segundo Maffesoli (1999, p. 310), há uma forte carga de Empatia, considerada pelo autor como: “Um despojar-se de si mesmo; uma abertura aos outros, um desejo de fusão, de participação, de vitalismo tribal”. Maffesoli (1999) observa ainda que, para que isso ocorra com o indivíduo, é preciso haver Identificação, princípio que preside qualquer forma de agregação social.

De acordo com Kellner (2001), a Mídia coloca a disposição “imagens e figuras” com as quais o seu público possa se identificar e até imitar. Ele lembra que, nos seriados de TV, por exemplo, existem os vilões e os heróis. Imagens de riqueza e de pobreza. Sobre o papel, desempenhado pela Mídia, Kellner (2001, p. 307) salienta:

Ela exerce importantes efeitos socializantes e culturais por meio de seus modelos de papéis, sexo e por meio de várias **posições do sujeito** que valorizam certas formas de comportamento e modo de ser, enquanto desvalorizam e denigrem outros tipos.

Essas posições do sujeito, segundo o autor, servem para descrever identidades, papéis, aparências ou imagens fixadas pelos modelos ou discursos da mídia.

Durante oito anos, exercemos a função de repórter no Rádio, na Televisão e na Mídia impressa. Nesse período entre 1987 a 1995, pudemos acompanhar de perto como a mídia acaba fixando a imagem de pessoas, de grupos

sociais e até dos acontecimentos. Sobre o Movimento dos Sem-Terra (MST), havia sempre uma dúvida: afinal, eles **invadiram** ou **ocuparam** uma fazenda. Os pobres eram chamados de **carentes**. E assim por diante. É claro que tudo depende da linha editorial do veículo de comunicação. Em relação a esse comportamento da Mídia, Bourdieu escreveu, no livro *Sobre a Televisão* (1997), num tom até de ciúme, que os jornalistas têm o poder de nomear as coisas. Quem já trabalhou numa redação sabe que esse conflito é diário e faz parte da profissão. O fato é que o tempo todo, a Mídia está produzindo uma imagem social das pessoas e dos acontecimentos.

Quando assistimos aos telejornais, sejam eles nacionais ou regionais, estamos nos identificando com o que está sendo exibido na televisão. Estamos partilhando as mesmas emoções, as alegrias, os fatos tristes do dia-a-dia, vividos em nosso país, estado, cidade ou bairro. Veiga (2002, p. 61) explica o que acontece “A Empatia faz com que o telespectador se coloque diante da TV e, encontre no outro, situações, parecidas com as suas”. A autora também esclarece que a Empatia está ligada a questões afetivas: “A Empatia pode acontecer, quando se identificam relações afetivas naquilo que é apresentado”. Segundo Maffesoli (1999, p. 336), aquele instante de identificação se torna eterno, parece que o tempo pára a nosso favor:

É que a identificação é, de um certo modo, uma maneira de deter o tempo que passa, o eu que, muito efêmero, procura fazer durar o ‘bom momento’ nas diversas empatias. Na fusão, o instante, torna-se eterno. É assim que o território, dando corpo a esse tempo imóvel, concretiza, encarna, a potência comunitária, é seu exemplo acabado.

De acordo com Maffesoli (1999, p. 333), a emoção que se sente ao “experimentar em comum” um momento de alegria ou de tristeza na Televisão está relacionada ao processo de identificação com as pessoas e as coisas que estão

naquela situação. É o que o autor chama de Empatia. Ou seja, a pessoa se reconhece naquilo que está vendo. Ao “ver” o sofrimento de um “catarinense”, por causa de uma enchente, milhares de outros catarinenses ficam sensibilizados e irão sofrer com o “sofrimento” do outro. Nesta hora, é comum pessoas se mobilizarem com campanhas de ajuda em prol dos necessitados. A TV, geralmente, se engaja nesse tipo de luta.

Em relação à Empatia, não podemos negar o quanto ela é fundamental para os Âncoras. Já vimos que, quando a Imagem do apresentador, está no ar, ocorre uma intensa Comunicação não-verbal do seu corpo. As feições do rosto, da boca, os gestos com as mãos. Cada movimento passa uma mensagem ao telespectador. Revela como o apresentador está vivendo aquela notícia. Em todo esse processo há uma troca simbólica, um tem que seduzir o outro. Os melhores do país viram “estrelas midiáticas” e conseguem fazer ótimos contratos com as emissoras de TV.

Para chegar a exercer uma função como esta é preciso ter o carisma dos grandes chefes mundiais. Maffesoli (1999, p. 329) observa que: “Em cada um desses casos, haverá, em torno desses totens, uma aura lhes dará essa força atrativa que serve de legitimação a agregação envolvida: nação, organização, tribo ou seita”. No caso da nossa pesquisa, os telejornais estudados representam o Brasil e Santa Catarina.

## 2.3 Imaginário

A Mídia abriga o Imaginário de um povo. Serve de suporte para ele se manifestar. Maffesoli (2001, p. 76) salienta que o Imaginário é “um estado de espírito de um grupo, de um país, de um Estado-Nação, de uma comunidade”. O autor dá como exemplo os jornais O Globo e o JB que encarnam até certo ponto “o jeito carioca de ser”. Do mesmo modo que a Folha de São Paulo e o Estado de SP, expressam “o estilo paulista de ser”. No Rio Grande do Sul, os jornais Zero Hora e Correio do Povo cumprem essa função.

Radicado em Santa Catarina há mais de 15 anos, conseguimos perceber claramente o quanto a Mídia é fundamental, para se constituir um Imaginário. Os jornais do Rio Grande do Sul, por exemplo, passam o tempo todo, enaltecendo a figura do povo gaúcho. As qualificações são mais diversas: trabalhador, herói, honesto, politizado, etc. E aparecem tanto nos textos jornalísticos como nas peças publicitárias. Comparando com Santa Catarina, notamos que nos jornais, não há uma ênfase tão grande na idéia do que é ser catarinense. O que não significa que o povo não tenha qualidades. De qualquer forma, nos dois casos a mídia cumpre o seu papel, captar o Imaginário que ela representa.

Em 2006, aconteceu a Copa do Mundo na Alemanha. Como no Brasil, o futebol é a paixão nacional, os principais veículos de comunicação do país fizeram uma grande cobertura do evento. Maffesoli (2003, p. 15) explica o que acontece nessas horas:

Numa Olimpíada, cada jornal quer cobrir os feitos do herói local. Para além das qualidades esportivas do competidor, sua principal qualidade é a ser o representante de uma cidade, de um país, de uma comunidade, de uma aldeia. Mais do que ver a gente que se ver na tevê.

No que se refere à Televisão, a cobertura dos acontecimentos foi grandiosa. Centenas de profissionais foram enviados à Alemanha. Além de transmitir os jogos, as emissoras montam estúdios, para produzir telejornais e programas de entrevistas. Quem fica no Brasil, tem a sensação de que está bem perto dos acontecimentos. Nada escapa das câmeras de TV. Elas mostraram o dia-a-dia da seleção canarinho, os estádios, as cidades, e, sobretudo, os torcedores brasileiros que foram até lá assistir aos jogos.

O tom da cobertura foi verde-amarelo. É um momento que o país literalmente pára diante da TV. As empresas chegam a mudar o horário de trabalho, para que os funcionários possam assistir às partidas. Ficamos todos na frente da televisão, que se transforma numa espécie de “totem”, um objeto, que na visão de Maffesoli (1999, p. 194) tem o poder de agregar as pessoas:

Eles são objeto de um verdadeiro culto, e, sobretudo, fornecem uma multiplicidade de cultos comuns. Quer seja a televisão, o videotexto, a micro-informática e outra telecópia, todos encurtam o tempo, aniquilam o futuro e são promotores de um instante eterno.

Através da Televisão, os brasileiros puderam torcer pelo seu time. Maffesoli (2003, p. 14) esclarece que esse é o papel da Comunicação, encarnar o Imaginário, permitir “a vibração com os outros, em torno de alguma coisa, seja qual for essa coisa”. Nesse caso, especificamente, a seleção brasileira de futebol.

Já pontuamos, acima, que Imaginário é o “estado de espírito de um grupo, de uma comunidade, de um país”. Em nossa pesquisa, o Estado, em questão é o Brasil, um país que tem dimensões continentais e diferenças culturais e regionais muito grandes. As regiões Sul e Sudeste apresentam excelentes índices de desenvolvimento, mas uma grande quantidade de pessoas mora em favelas. Só na

cidade do Rio de Janeiro, a favela da Rocinha, a maior da América Latina, abriga um milhão de habitantes. Já nas regiões Norte e Nordeste, os índices de desenvolvimento são menores e a pobreza é ainda maior.

Além do Brasil, precisamos destacar Santa Catarina, o menor estado da região Sul do Brasil. Apesar de pequeno, sua diversidade cultural e geográfica é impressionante. Em cada região há influência dos imigrantes europeus, dos negros e da cultura dos Estados do Paraná e do Rio Grande do Sul. Mesmo com as diferenças, tanto no Brasil, quanto em Santa Catarina, há um espírito comum: todos são “brasileiros” e, em alguns momentos, “catarinenses”. Maffesoli (2001, p. 75) chama isso de Imaginário, que é o cimento social, que liga a todos numa mesma atmosfera.

Maffesoli (1995, p. 89) salienta que o mundo Pós-Moderno está repleto de “eventos caóticos” – carregados de uma forte carga emocional. Uma época que o sentimento é vivido de forma comum. Um momento em que a Imagem, o Simbólico e o Imaginário ocupam o primeiro plano da vida social. Estes elementos são chamados pelo autor de Mundo Imaginal.

No que se refere à Imagem, Maffesoli (1995) constata que ela está impregnada na vida cotidiana. Entretanto, o sociólogo francês sustenta que o seu valor em si é relativo. O que importa não é tanto a função icônica, mas a “emoção”, que ela faz compartilhar: “A Imagem é, antes de tudo, um vetor de comunhão, ela interessa menos pela mensagem que deve transportar do que pela emoção que faz compartilhar. Passional ou estética – seja qual for o seu conteúdo, ela favorece o sentir coletivo”. Maffesoli (1995, p. 91) acrescenta que a Imagem é um vetor de



contemplação e serve de suporte de outras coisas: “Relação com Deus, com os outros e com a natureza”.

## 2.4 Cultura

Santaella (2003, p. 31) situa a Cultura como “a parte do ambiente que é feita pelo homem”. A autora explica que, nesta noção, está implícito que a vida humana é vivida num contexto duplo: “o habitat natural e seu ambiente social”. Maffesoli (1985, p. 240) está de acordo com Santaella, mas avança um pouco. “Não é mais possível haver, de um lado, a Cultura e, do outro, a natureza, considerando-se ainda todas as conseqüências que implica esta rígida dicotomia”.

Na visão de Maffesoli (1985, p. 235), o homem vive em contato com a natureza, seja nas praias, nas florestas e até na religião, quando celebra os cultos africanos. Ele observa que a natureza está presente em vários momentos da nossa vida: “Um modo de viver que, em inúmeros domínios – alimentação, medicinas, sexualidade, vestuário – ultrapassa a clássica dicotomia natureza-cultura, objetivo-subjetivo, que ocorria até então”. Lembra que a “Beleza”, uma coincidência entre o real e o ideal, é um exemplo da sinergia, que ocorre entre a natureza e a Cultura.

Stuart Hall (1976, p. 16) traz outro olhar sobre o que seria a Cultura. Ele afirma que os seres humanos são “seres interpretativos, instituidores de sentido”. E que, portanto, toda a ação social tem um significado para quem a pratica e para aquele que a observa. Baseado nisso, Hall conclui que os sistemas e os códigos, usados para interpretar as nossas ações, constituem “as nossas culturas”. E que,

função disso, “toda ação social é Cultural”, pois expressa ou comunica um significado.

Hall (1976, p. 17) também assinala que desde o século XX, estamos assistindo a chamada revolução cultural, que vem sendo feita, através das tecnologias e da informação: “Hoje, a mídia sustenta os circuitos globais de trocas econômicas dos quais depende todo o movimento mundial de informação, conhecimento, capital, investimento, produção de bens, comércio de matéria prima e *marketing* de produto e idéias”. As observações de Hall podem ser facilmente verificadas, quando assistimos um telejornal na Televisão. Há sempre a cena da abertura da Bolsa de Valores de Nova Iorque, um dos centros financeiros do mundo. Nos jogos de futebol, principalmente, nos campeonatos europeus, o que chama a atenção são as propagandas, feitas cada vez mais pensando num consumidor global. Um exemplo é rede de lanchonetes *McDonald's*, que só muda o idioma do texto que faz a ancoragem da peça publicitária. Na campanha, intitulada “Eu amo tudo isso”, exibida em 2006, constatamos este comportamento.

Apesar dessas situações, Hall (1976) não acredita no surgimento de uma Cultura mundial totalmente homogeneizada. Para ele, este tipo de Cultura precisa da diferença, para prosperar e até para criar novos produtos a partir do que existe em cada local. Entretanto, o autor salienta que a mídia anula a distância entre as pessoas, facilitando o acesso a outros povos, outros modos de vida, fazendo com que possamos ver o que está acontecendo nas sociedades mais desenvolvidas. Por causa disso, Hall (1976, p. 22) observa que a Cultura desempenha um papel central na sociedade contemporânea, porque faz a mediação de tudo:

A Cultura está presente nas vozes e imagens incorpóreas que nos interpelam das telas, nos postos de gasolina. Ela é um elemento-chave no

modo como o meio ambiente doméstico é atrelado, pelo consumo, às tendências e modas mundiais. É trazida para dentro de nossos lares, através dos esportes e das revistas esportivas, que freqüentemente vendem uma imagem de íntima associação ao 'lugar' e ao local através da cultura do futebol contemporâneo.

Maffesoli (2001, p. 76) também esclarece que há uma proximidade entre a Cultura e o Imaginário. Ele afirma que “o Imaginário é a Cultura de um grupo”. Este Imaginário se materializa nas imagens que a Televisão mostra. Em Santa Catarina, essa realidade aparece, com freqüência. Na região litorânea, são as festas do Divino, a Farra do Boi, as rendas de Bilro, as atividades ligadas à pesca e ao pescador. Na Serra, são as lidas “campeiras” relacionadas à criação de gado, às fazendas e ao tradicionalismo gaúcho. No Oeste, existem as Festas que tratam de temas agrícolas. A festa do Milho e da Cebola, por exemplo, são acompanhadas de grandes exposições de máquinas e equipamentos voltados para a produção agrícola. No Vale do Itajaí e Norte catarinense, o ambiente é mais urbano e industrial. A colonização de origem alemã se manifesta nas festas do mês de outubro. Um prato cheio para as emissoras de TV.

## **2.5 Pós-modernidade**

Maffesoli (1999, p. 49) explicou que a Pós-Modernidade surgiu depois do esgotamento do modelo, vivido na Modernidade, baseado em temas, como Estado-Nação e os sistemas ideológicos. Segundo o autor, a nova era trouxe de volta “o retorno ao local, a importância da tribo e a colagem mitológica”. O sociólogo citou como exemplo o fim do ex-Império do Leste europeu, onde muitas províncias

lutaram pela autonomia e independência. Houve luta armada e pacífica. O “localismo”, para o autor, é uma das características centrais da nossa época.

Ianni interpretou a Pós-Modernidade como uma forma de pensamento que surgiu no final do século XIX e se intensificou no século XX. Ele (2000, p. 236) observou que, na era Pós-Moderna, “a linguagem como que se descola do real, liberta-se da idéia ou ilusão da representação, abandonando a *mimesis*” – presente na modernidade. Ianni (2000, p. 238) ponderou que, na Pós-Modernidade, não há compromisso com a continuidade ou descontinuidade, como o passado ou presente. “Narra-se de modo aforístico, epigramático, fragmentário ou errático. Carrega-se na montagem, colagem, mixagem, bricolagem, desconstrução, simulacro, virtual” – assinalou o autor.

Jameson (1985) situou a Pós-modernidade no contexto do fim da Segunda Guerra Mundial, portanto, no final dos anos 40. Segundo ele, era nesse momento que o capitalismo entrava numa nova fase com o crescimento econômico dos Estados Unidos. Por isso, o autor chamou a Pós-Modernidade de capitalismo multinacional e atribuiu outros nomes como: Sociedade Pós-industrial ou Sociedade de Consumo e Sociedade da Mídia ou do Espetáculo. Revelou que uma outra marca da Pós-Modernidade foi o apagamento das fronteiras entre a chamada Cultura erudita e a Cultura popular ou das massas. Neste sentido, ele apontou duas características da era Pós-Moderna: o pastiche e a esquizofrenia.

Jamenson (1985, p. 18) entendeu o pastiche, como “a paródia, a imitação de um estilo singular ou exclusivo, a utilização de uma máscara estilística, uma fala em língua morta”. Entretanto, advertiu que o pastiche é a paródia que perdeu o senso de humor. Explicou que o termo surgiu com a “morte do sujeito”, com o fim do

individualismo, do estilo pessoal, privado e inconfundível, marcas da modernidade clássica. Disse que autores, como Picasso, Proust e Eliot não funcionam mais, pois ninguém mais possui um mundo privado e único. Tudo já foi inventado, por isso, só restou aos artistas e escritores “imitar estilos mortos, falar através de máscaras e com as vozes dos estilos do museu imaginário” – revela o autor (1985, p. 19).

No entanto, Jameson (1985) observou que o aparecimento do pastiche não acabou necessariamente com a estética e o novo. Ele deu como exemplo o chamado “filme de nostalgia”. E cita alguns filmes do gênero: *American Graffiti*, feito em 1973 por George Lucas, que resgata a “atmosfera e as singularidades dos anos 50 nos Estados Unidos”; *Chinatown*, de Polanski, que recupera os anos 30; e *Guerra nas Estrelas*, que relembra uma época “intergaláctica” que de fato não existiu, mas que estava presente nos seriados americanos que retrataram o tema para as gerações que cresceram nos anos 30 e 50.

Sobre a Esquizofrenia, Jameson (1985, p. 22) apenas utiliza um termo caro à psicologia, como uma metáfora da Pós-Modernidade. Segundo ele, esta doença é um distúrbio de linguagem, onde a pessoa passa a ver as coisas de forma isolada, fora do seu contexto: “A experiência esquizofrênica é uma experiência da materialidade isolada, desconectada e descontínua, que não consegue encadear-se numa seqüência coerente”. O autor constata que, hoje vivemos numa espécie de presente perpétuo. Lembra que isso ocorre em função da saturação informacional gerada pelos meios de comunicação. Assinala que fatos, ocorridos nos anos 60 parecem estar num passado distante. E expressa a sua preocupação:

O desaparecimento do sentido da história, o modo pelo qual o sistema social contemporâneo como um todo demonstra que começou, pouco a pouco, a perder a sua capacidade de preservar o próprio passado e começou a viver em um presente perpétuo (1985, p. 26).

Rouanet (1986, p. 28 e 33) explica que a Pós-Modernidade reflete um “estado de espírito”, não alguma coisa cristalizada, por isso há dificuldade em defini-la. Entretanto, na sua reflexão, ele afirma que o fenômeno está presente no cotidiano das pessoas e se manifesta em pelo menos três níveis: no plano Social: “Por uma onipresença do signo e do simulacro, do vídeo e da hiper-comunicação”. No plano Econômico, com a “planetarização do capitalismo”, incluindo aí a Cultura informatizada. No plano Político, a sociedade civil ganha papel de destaque e as conquistas passam a ser de grupos, segmentos e não mais universais. Segundo Rouanet (1986, p. 31), a Pós-Modernidade se manifesta no mundo vivido, num novo dia-a-dia: “É um Cotidiano em que a máquina foi substituída pela Informação, a fábrica pelo Shopping Center, o contato de pessoa a pessoa pela relação com o vídeo”. Ele reconhece que não sabe onde tudo isso vai dar, se numa nova Idade Média ou numa Renascença.

Rouanet (1986, p. 43 e 44), que descreve tão bem a Pós-Modernidade, pergunta: será que estamos vivendo um momento de ruptura real? O sociólogo conclui que não e explica o porquê: “Nada mais moderno que a obsessão com a tecnologia e seus efeitos sobre a vida, positivos ou negativos”. E acrescenta: “Não me parece que a informatização da sociedade seja tão diferente da maquinização da vida, experimentada pelos modernos como uma benção ou uma catástrofe”. Entretanto, o autor admite que valores do cotidiano pós-moderno são mais qualificados, mas ao mesmo tempo “velhos” conhecidos. A estetização da mercadoria, a predominância da informação, o hedonismo, o narcisismo e consumo generalizado nos remetem, segundo Rouanet (1986, p. 44), à Escola de Frankfurt. Por isso, ele conclui: “Estamos em plena modernidade”.

Contudo, Rouanet (1986, p. 50), revela que o homem está cansado da Modernidade doente. Período marcado pela “esperança traída”, “domesticação das consciências no mundo industrializado” e pela “tirania política”, onde três quartos da população mundial vive na pobreza absoluta. Essa, segundo o autor, é a “verdade ou a ilusão do pós-moderno”. Uma tentativa de lutar contra os problemas da modernidade, não os enfrentando, mas fazendo uma fuga para frente. Por isso, a criação do movimento Verde, do “pós-moderno contracultural” – “anárquico” – “pluralista”, entre outros. Na visão de Rouanet (1986, p. 50), é preciso “criticar a modernidade real com os critérios da modernidade ideal”, ou seja, cumprir a promessa feita no Iluminismo: a auto-emancipação humana.

Kellner (2001) discute a identidade na Pós-Modernidade. Ele observa que, na era Pré-Moderna, as pessoas não passavam por crises de identidade. Ser caçador e membro de uma tribo, já era algo suficiente. Já na Modernidade, a identidade tinha papel relativamente fixo: mãe, filho, texano, escoteiro, professor, entre outras funções. Portanto, ela dependia do reconhecimento dos outros e estava ligada ao desenvolvimento de um indivíduo.

Em relação à Pós-Modernidade, Kellner (2001) endossa as palavras de outros autores que acreditam que o sujeito implodiu e no lugar dele formaram-se as massas. Kellner (idem, p. 299), quando se refere à Televisão, recorre a Kroker e a Cook para expressar o seu pensamento: “O eu televisivo é o indivíduo eletrônico por excelência, que retira tudo que há, para retirar do simulacro da mídia: uma identidade mercadológica como consumidor da sociedade do espetáculo, uma galáxia de humores hiperfibrilados”. Ele cita como exemplo, o filme *Uma Linda Mulher*, estrelado por Júlia Roberts, onde ela aparece como uma prostituta e termina como uma mulher elegante: “O filme ilustra o processo de autotransformação,

através da moda, dos cosméticos, da dicção e do modo de ser, bem como o grau de mediação da identidade pela imagem e pela aparência na Cultura contemporânea” (KELLNER, 2001, p. 299).

Kellner (2001) também faz uma síntese do que seriam as principais características da Cultura Pós-Moderna. Onipresença de Imagens, sem profundidade, emoções de gosto duvidoso, produzida pela tecnologia, pastiche e implosão das formas, citação e repetição de imagens e formas passadas. No que tange à Televisão, o autor destaca que, na maior parte da história, a palavra-chave foi a narração, mas, que, agora, na era Pós-Moderna, a Imagem tirou do centro a importância desse formato:

Há um novo visual e um novo tipo de sentimento: o significante foi liberado, e a imagem tem precedência sobre a narração, visto que certas imagens estéticas contundentes, de grande artificialidade, se afastam da diegese televisiva e se transformam em centro de fascinação, de prazer sedutor, de uma intensa, porém fragmentária e transitória experiência estética (KELLNER, 2001, p. 301).

Aliás, ainda sobre a Televisão, Kellner (2001) observa que o estilo comercial é guiado por uma “estética do realismo representacional”, onde as imagens e as histórias fabricadas tentam produzir um efeito de realidade.

Maffesoli concorda com Kellner e coloca a estética como um outro aspecto importante da Pós-Modernidade. Na visão do sociólogo francês (1999, p. 28), “estética é a faculdade de sentir em comum”. Por causa disso, o autor afirma que a vida cotidiana pode ser considerada uma obra de arte. Ele revela que a comida, as festas, o lazer, entre outras atividades do dia-a-dia, não podem ser mais consideradas, sem importância na vida social:

O paradigma estético é o ângulo de ataque que permite justificar toda uma constelação de ações, sentimentos, de ambientes específicos do espírito do



tempo Pós-Moderno. Tudo que liga ao presenteísmo, no sentido da oportunidade, tudo o que remete à banalidade e à força agregativa, numa palavra, à ênfase do *carpe diem*, hoje renascente, encontra na matriz estética um lugar de eleição (MAFFESOLI, 1999, p. 55).

Para Maffesoli (1999), vivemos num mundo comum, cuja construção social da realidade é essencialmente simbólica. Para o sociólogo, o mundo, a que pertencemos, é um conjunto de referências que dividimos com os outros. É o que ele chama de interacionismo simbólico.

O sociólogo (1999, p. 15 e 258) pondera que, essa interação simbólica comum, é a marca da Pós-Modernidade. Que ela irá ocorrer “a partir de um processo complexo feito de atrações, de repulsões, de emoções e de paixões. Coisas que têm uma forte carga estética”. Por isso, estão em destaque no debate contemporâneo as noções de espaço, território, urbanidade e de localismo. O autor (1999, p. 259) salienta que o lugar é “o vetor do estar-junto social”. Pode ser um bairro, uma tribo, uma comunidade. O território pode ser real ou simbólico.

Em nossa pesquisa, interessa-nos o território simbólico, aquele que se concretiza através dos Meios de Comunicação. Maffesoli (1999, p. 263) explica que, nesse território, que também integra a Pós-Modernidade, ocorre uma “*cosa mentale*”, uma espécie de “materialidade mística”. Ele dá como exemplo o videotexto na França, que é acessado por milhares de pessoas. No Brasil, o público do **JN** forma um “território simbólico”, que em termos de número de pessoas (31 milhões), é maior que a população de muitos países da Europa e da América Latina. É neste espaço social que pode se materializar uma grande Comunicação entre os brasileiros.

Uma outra característica da Pós-Modernidade é a idéia de que vivemos numa “Sociedade do Espetáculo”, onde os acontecimentos diários se transformam em “show” para nós mesmos. Debord (1998, p.14 e 15) esclarece que o espetáculo não é um conjunto de Imagens, mas uma relação social mediada por Imagens. Para ele, “a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real”. Ianni (2000, p. 241) diz que Imagem predomina na Cultura de Massa. Ela disputa um lugar com a palavra impressa: “a Imagem enquanto meio de Comunicação, Informação e Entretenimento; sem esquecer seus usos no que se refere à compreensão, reflexão e fantasia” – salienta o autor.

Maffesoli (1999, p. 51) cita exemplos de “espetáculos”, que são a matéria-prima dos telejornais: “A catástrofe, o triunfo esportivo, a parada militar, o festival musical, a explosão de uma nave espacial, o encontro político, o seqüestro de um avião, o engarrafamento urbano, a tomada de refém, a viagem papal, [...]”. O autor (1999) enfatiza que a Pós-Modernidade é a sinergia de fenômenos arcaicos com o desenvolvimento tecnológico.

Os telejornais parecem simbolizar a Pós-Modernidade. Para eles, só interessa o presente, o aqui e o agora. O que ocorreu ontem já é velho para o noticiário. Os programas registram os pequenos acontecimentos cotidianos e os transformam em “grandes” para as comunidades. Encarna o eterno presente, a vida em andamento. Arlindo Machado (1986) assinala exatamente isso em relação à Televisão. Para ele, os programas não são obras acabadas, mas apenas retratos de algo que não terminou que pode ser ampliado. Quando chega o fim de um telejornal, temos a sensação de que os temas apresentados poderiam ter sido mais bem explorados, que faltou algo. É a realidade. A televisão é sempre uma obra em andamento.

## 2.6 Opções metodológicas

A Sociologia Compreensiva, de Maffesoli, método escolhido para desenvolver esta tese, baseia-se em cinco pressupostos explicados no livro **O Conhecimento Comum**, escrito em 1985, e publicado no Brasil três anos depois. São eles: 1 - crítica do Dualismo Esquemático; 2 - a “Forma”; 3 – uma Sensibilidade Relativista; 4 - uma Pesquisa Estilística; e 5 - o Pensamento Libertário. Maffesoli (1985, p. 25) considera que a Sociologia Compreensiva é uma espécie de sociologia romântica: “Uma atitude que pensa em termos de globalidade, que recusa a discriminação, a avaliação do que seria importante, e do que não o fosse”. Segundo o autor, a Sociologia Compreensiva “descreve o vivido naquilo que é, contentando-se, assim, em discernir as visadas dos diferentes atores envolvidos”.

Maffesoli (1998) concentra seus estudos na vida cotidiana. Ele observa que a Comunicação, a Imagem e o estilo são elementos marcantes de uma nova Cultura que está nascendo. Cultura essa, segundo o autor, que está revolucionando o “estar-junto” Pós-Moderno.

Em função, certamente, da massificação da Cultura, mas também porque todas as situações e práticas minúsculas constituem a terra fértil sobre as quais crescem Cultura e civilização. Sem querer se aprofundar aqui pode-se dizer que o interesse culinário, o jogo das aparências, os pequenos momentos festivos, as perambulações diárias e o lazer não podem ser mais vistos como elementos sem importância ou frívolos da vida social (MAFFESOLI, 2005, p. 12).

O sociólogo salienta que a vida cotidiana como obra arte exerce o mesmo papel que a “arte” desempenhou nas civilizações antigas. Para ele (2005, p. 8), vivemos uma ética da estética, isto é: “Um *ethos* constituído a partir de emoções partilhadas em comum”. Ele cita como exemplo, os espetáculos de variedades, as práticas desportivas, as campanhas eleitorais na televisão, os *fait divers* mais ou

menos espetaculares. Tudo isso faz parte de um jogo social, onde a emoção é compartilhada:

Pratica-se a comunhão de emoções ou de sensações que, sem isso, perderiam a graça. Essa partilha de emoções ou de sensações – difundida nas ações mais comuns ou cristalizada nos grandes eventos pontuais ou comemorativos (aniversários, revoluções, movimentos de massa, greves, manifestações, etc.) – é, *stricto sensu*, o que funda a vida social ou lembra a sua fundação (MAFFESOLI, 2005, p. 54-55).

Em 2006, Maffesoli explicou durante um Seminário, realizado em Porto Alegre, qual é a tarefa da Sociologia Compreensiva. Segundo ele, o seu papel é compreender tudo aquilo que foi separado na Modernidade. Ressaltou que, em Latim, a palavra “compreender” vem de *com/preendere* que significa “pegar tudo junto”. Ele explicou que durante a Modernidade (século XIX), época em que houve a invenção do Indivíduo, prevaleceu a idéia de que era preciso “separar” para explicar o mundo. De acordo com o pensador francês, uma das conseqüências dessa maneira de pensar é a destruição da natureza. O homem acreditava que podia tudo, que era soberano, que nada podia lhe acontecer. Hoje, início do século XXI vive-se uma luta global para preservar o que ainda resta do planeta Terra.

O sociólogo (1985, p. 25) esclarece ainda o papel do pensador nessa maneira de enxergar o mundo: “Aquele que diz o mundo, não se deve abstrair; é que ele faz parte daquilo que descreve e, situado no plano interno, é capaz de manifestar uma certa visão de dentro, uma *in-tuição*”. Ao permitir que o pesquisador use a sua “intuição”, a Sociologia Compreensiva rejeita o dualismo esquemático presente no positivismo, onde  $A+B$  é igual a  $C$ . E coloca o pesquisador dentro da pesquisa, admitindo que exista uma “subjetividade” em toda interpretação. E, de certa forma, “liberta” o pesquisador da culpa de estar presente na sua pesquisa.

No Seminário Porto Alegre (2006), Maffesoli disse que a função do intelectual é cristalizar aquilo que está na sua cabeça, destacando o que já existe. Ele reforçou a idéia de que primeiro vem a Existência e depois a sua formatação. Este último aspecto é o que ele denomina de Formismo: “o termo pouco importa, pretendia indicar por ele a prevalência da aparência, a necessidade de levar a sério tudo aquilo que os espíritos sérios consideram frívolo. Numa palavra, integrar à análise da vida social uma constatação bem trivial: o que é, é” (1998, p. 82).

Portanto, o segundo pressuposto é a “Forma” – pois, conforme o autor, o mais importante é o “modo de dizer” as coisas. Neste aspecto, é preciso integrar e promover o equilíbrio entre o “lógico e o não lógico”. Uma das maneiras de se fazer isso é valer-se de categorias irreais para apreender o “real”. Maffesoli (1985, p. 30) adotou este procedimento quando estudou a burocracia, a violência e o cotidiano. Empregou categorias, como Poder, Potência, Rito, Teatralidade, entre outras. Para o autor, essas categorias são modulações da Forma:

É que, enquanto tais, elas não existem; são irreais e não são a não ser metodologicamente, muito úteis para ilustrar, propor imagens de todos estes pequenos nada significantes ou de todas estas estruturas macroscópicas, que constituem nossas sociedades.

Em relação à Forma, Maffesoli (2006) explica que usa categorias ou noções por que é preciso dar a “realidade social” uma visão mais ampla. O autor salienta que o “conceito” é algo fechado, finito, um produto acabado, uma coisa que não tem nada a ver com a vida. Ele prefere usar a palavra “noção” ou as palavras menos erradas possíveis, já que não é mais a “verdade” que está em jogo. Sobre isto, ainda esclarece que a “noção” pode acompanhar a realidade e não criá-la. Nesta tese, usamos cinco noções de Maffesoli: Comunicação, Empatia, Imaginário,

Cultura e Pós-Modernidade. Além disso, como não há uma única verdade, relacionamos as noções com outros autores.

O terceiro pressuposto é a “Sensibilidade Relativista”, uma vez que “não há uma realidade única, mas maneiras diferentes de concebê-la”. Maffesoli (1985, p. 31) não condena o positivismo e o marxismo, mas considera conceitos importantes no momento histórico em que surgiram. Hoje, não conseguem dar conta da realidade que se vive:

Assim, não se trata de invalidá-los pelo que são, mas de mostrar que provêm e explicam um dado período. Elaborados num tempo marcado pela homogeneização de civilizações em expansão, não são mais (como o foram) adequados para descrever o processo de heterogeneização consecutivo à decadência de uma civilização.

Neste sentido, Maffesoli (1985) busca evitar uma visão redutora da realidade social. É preciso ter prudência e fugir do que chama de “terrorismo da coerência”. Cita, por exemplo, o conceito de *homo economicus* que não se explica somente pelas leis econômicas, mas por um conjunto mais amplo de situações pelas quais passa a Comunicação e o desenvolvimento tecnológico. Esse raciocínio também vale para a pesquisa científica, que não pode ser algo pronto, acabado, definitivo. O sociólogo recorre a Max Weber, para explicar o seu pensamento:

Toda obra científica ‘acabada’ não possui outro sentido que o de suscitar novas indagações: ela clama por sua própria ‘superação’ e se condena ao envelhecimento. Aquele que deseja servir à ciência deve resignar-se a esta sorte (MAFFESOLI, 1985, p. 33).

O pensador francês (2006) lembra que a Modernidade defendia valores universais como os direitos humanos, a soberania, a ordem, o progresso. Mas que, ao longo do tempo, esses valores perderam força para se compreender o mundo contemporâneo. O autor destaca que a Sensibilidade Relativista leva em conta o

“policulturalismo, a polissemia, o politeísmo de valores”. E adverte: “só existo, através e sob o olhar do outro”.

O quarto pressuposto da Sociologia Compreensiva é a Pesquisa Estilística. De acordo com Maffesoli (1985, p. 36), cada época tem o seu próprio “gênero particular de literatura” – que serve de pretexto para tudo dizer. Ele exemplifica que a “história” foi a marca do século XIX e a “filosofia” a do século XVIII. “Há um estilo cotidiano, feito de gestos, de palavras, de teatralidade, de obras em caracteres maiúsculos e minúsculos, do qual é preciso que se dê conta”. Mais adiante, o autor (1985, p. 37) esclarece: “A existência de uma especificidade linguageira é particularmente evidente. As palavras, do mesmo modo, fazem parte de nossa instrumentação – a qual de resto inclui ‘pequenos truques’ e habilidades de ‘saber fazer’ (ou saber dizer)”.

O Pensamento Libertário compõe o quinto pressuposto da Sociologia Compreensiva. Neste item, articulam-se os fundamentos desta maneira de se produzir conhecimento: a universalidade de parâmetros e a subjetividade de interpretação. Maffesoli escreve (1985, p. 41 e 43) que é preciso “trabalhar pela liberdade do olhar” e admitir que existe uma certa interação entre o pesquisador e o objeto pesquisado: “Há convivência, às vezes, cumplicidade, diríamos que se trata de Empatia. É isto mesmo que talvez constitua a especificidade de nossa disciplina. A compreensão envolve a generosidade de espírito, a proximidade, a correspondência”. Por último, ele esclarece a necessidade de se contentar em “dizer o que é” – sabendo de diversas maneiras que “somos elemento deste real”.

A nossa pesquisa tem como objetivo geral, estudar o papel social dos telejornais na era Pós-Moderna. O seu *corpus* é composto de dois noticiários líderes

de audiência em seus respectivos horários. Um tem abrangência nacional, o **Jornal Nacional** da Rede Globo. O outro, tem alcance regional, o **RBS Notícias**, produzido no Estado de Santa Catarina, pelo grupo RBS. O objetivo específico desta pesquisa será: compreender sociologicamente a produção de sentidos verbal e não-verbal, presente nas matérias jornalísticas, que envolvam acontecimentos de relevância social que estejam relacionados a fatos do cotidiano. Além disso, iremos analisar o trabalho dos Âncoras nos dois telejornais escolhidos como objetos deste estudo.

As questões da pesquisa estão relacionadas com as cinco noções e as duas subnoções escolhidas para compor o referencial teórico do trabalho. De que maneira se manifesta a noção de Comunicação e as subnoções de Âncora, Gêneros Jornalísticos, Imagem, Planos de Imagem e Elementos da Reportagem, na produção de sentido verbal e não-verbal, nos telejornais **Jornal Nacional** e **RBS Notícias**? Como os valores da Pós-Modernidade aparecem no **JN** e no **RBS N**? De que modo a noção de Empatia se faz presente no **JN** e no **RBS N**? Como o Imaginário de um país e de uma região aparece no **JN** e no **RBS N**? De que forma a Cultura de um país e de uma região pode ser identificada no **JN** e no **RBS N**?

O método escolhido para elaborar este estudo é a Sociologia Compreensiva de Maffesoli (1985). A técnica será a Análise de Conteúdo e a pesquisa terá uma abordagem Qualitativa e Estilística. De acordo com Chizzotti (1991, p. 79), a pesquisa Qualitativa: “parte do fundamento de que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, uma interdependência entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito”. Segundo o autor (1991, p. 80), o pesquisador é “um ativo descobridor do significado das ações e das relações que se ocultam nas estruturas sociais”. Portanto, este estudo, não trará uma verdade pronta, mas reflexão, diálogo e compreensão acerca dos jornais televisivos em nossa sociedade.



## CAPÍTULO 3 – AS REPORTAGENS ESPELHADAS PARA PESQUISA

Durante 15 dias do mês de abril de 2004, gravamos 10 edições dos telejornais: **Jornal Nacional (JN)**, da Globo, e do **RBS Notícias (RBSN)**, do grupo RBS. As gravações restringiram-se aos dias de semana, de segunda a sexta, porque no sábado, geralmente, os Âncoras titulares estão de folga. Como critério inicial, tínhamos a análise das edições ancoradas por William Bonner e Fátima Bernardes, no caso do **JN**. Em relação ao **RBS N**, Fabián Londero e Ildiane Silva deveriam estar presentes no programa.

Após a gravação, assistimos às dez edições de cada telejornal com o objetivo de selecionar as reportagens que serviram de **espelho** para a nossa pesquisa. No jargão jornalístico, espelho de um telejornal é o conjunto de matérias, que irão ao “ar” no noticiário, ou seja, as reportagens objeto de estudo dessa pesquisa. Nesse sentido, atuamos como uma espécie de “editor-chefe” de um telejornal, selecionando algumas reportagens relacionadas aos objetivos deste trabalho.

Para selecionar as reportagens, utilizamos dois critérios: primeiro, as matérias deveriam ter depoimentos de “pessoas do povo”. A idéia surgiu a partir de noção de Comunicação defendida por Maffesoli (2003, p. 15), para quem mais do

que notícias, “o povo quer se ver, participar, quer contar o cotidiano para si e às outras pessoas”. O segundo critério tem a ver com o primeiro. Os assuntos das reportagens deveriam abordar os temas nacionais de caráter social, que envolvem diretamente a maioria da população brasileira dos centros urbanos. São questões relacionadas ao cotidiano como Violência, Fome, Emprego, Miséria e Meio Ambiente. Com base nestes dois critérios, chegamos ao seguinte **Espelho**:

- **JORNAL NACIONAL (13/04/2004 a 28/04/2004)**
  - **VIOLÊNCIA** – 13/04/2004;
  - **DESEMPREGO** – 13/04/2004;
  - **TRANSPORTE COLETIVO** – 15/04/2004;
  - **MISÉRIA** – 15/04/2004.
- **RBS NOTÍCIAS (13/04/2004 a 28/04/2004)**
  - **CARTEIRA DO TRABALHO** – 13/04/2004;
  - **CATARINA** – 15/04/2004;
  - **CASA PRÓPRIA** – 22/04/2004;
  - **MEIO AMBIENTE** – 22/04/2004.

## **3.1 Decupando as matérias do jornal nacional**

### **3.1.1 Violência**

A matéria da repórter Sandra Moreira fez um diagnóstico sobre como a Violência se desenvolveu no Rio de Janeiro. Ela informou que 10% dos moradores da cidade moram em favelas. E, alertou: “onde o Estado não entra com serviços

públicos básicos à população, o crime entra”. A reportagem salientou que a Violência é alimentada pelo comércio de drogas, sobre o tema falou um sociólogo, um comandante da polícia e moradores. Apesar desse ambiente adverso, as pessoas lutam para encontrar soluções, como a criação de uma cooperativa de costureiras ou de um grupo de Teatro.

### **Transcrição – Matéria Violência – JN -**

#### **CABEÇA – Âncora - FÁTIMA BERNARDES**

A violência faz parte do cotidiano de centenas de milhares de brasileiros que habitam comunidades pobres das grandes cidades. Cidadãos que muitas vezes não têm acesso a inúmeros serviços que deveriam ser prestados pelo serviço público, mas que tem a capacidade de se organizar em busca de soluções.

**OFF1** - Barracos pendurados sobre o asfalto. Invadem as matas. Ocupam os morros da cidade. A favela cresce.

#### **PASSAGEM – REPÓRTER SANDRA MOREIRA**

“O Rio de Janeiro é uma cidade onde mais cresce a ocupação irregular. Hoje, 10% dos moradores da cidade vivem em favelas. De acordo com dados do último censo, nos últimos dez anos, o número de favelas da cidade passou de 660 para 811”.

**OFF2** - Cabe a prefeitura conter esse avanço com programas de habilitação e urbanização. Mas na rocinha, apesar dos projetos, o número de casas duplicou em 10 anos. Educação e saúde são também deveres do estado, que ainda é responsável pela segurança pública. Nas favelas faltam escolas, saneamento,

postos de saúde. E onde o poder público não entra, entra a crime, o tráfico de drogas, a violência. Criminosos usam armas que atravessam as fronteiras e chegam as favelas do rio. A fiscalização é um dever do governo federal. Este sociólogo diz que a responsabilidade é de todos.//

### **SONORA - MICHEL MISSE - SOCIÓLOGO**

“A luta pelo poder entre diferentes esferas, municipais, estaduais e federais, incompetência de todo do tipo, todos esses fatores estão envolvidos e complicam por demais o quadro”.

**OFF3** - Em um estudo encomendado pela organização das nações unidas, de cada cem reais gastos pelos usuários de drogas da cidade, oitenta acabam financiando a violência.

### **SONORA II – CARLOS FERNADO BELL – CEL. DA POLICIA MILITAR – RJ**

“Se não houver quem compre não dá quem venda, não havendo quem venda, necessariamente nós não vamos ter esses poderio bélico matando pessoas inocentes”.

**OFF4** - Mas a sociedade reage. Uma pesquisa do conselho regional antidrogas do Rio, mostra que é cada vez maior o número de dependentes que procuram ajuda. Quem faz parte do programa sabe que é preciso conquistar um dia de cada vez.

### **SONORA III – Não identificada.**

“Eu sei que se eu voltar a usar drogas, vai voltar tudo como era antes, todo o inferno volta novamente”.

**OFF5** - Para combater a violência os próprios moradores da favela encontraram um caminho. As costureiras da rocinha criaram uma cooperativa e formam centenas de jovens.

#### **SONORA IV – VIVIANE BEZERA- COSTUREIRA**

“Tenho sonho de estudar, de fazer uma faculdade de estilismo, continuar nessa linha. O importante é sonhar”.

**OFF6** - O grupo de teatro nós do morro, criado por um grupo de moradores do vidigal, hoje interpreta *shakespeare*.

#### **SONORA - GUIDO FRAGA- DIRETOR DO ESPETÁCULO.**

“Eu acho que arte é transformadora, ela te dá uma auto-estima e você se sente capaz. Você sente a possibilidade de viajar no sonho, ou de realizar o seu sonho e de lutar pelos sonhos”.

Essa reportagem tentou explicar por que há tanta Violência na cidade do Rio de Janeiro. Não noticiou prisões, nem apreensões de drogas, mas tentou ir ao cerne da questão. A matéria exerceu o papel da Comunicação, ou seja, tornou comum a milhares de brasileiros o contexto da Violência no Brasil. Ficamos sabendo que a Violência nas favelas é mantida pelo tráfico de drogas, dinheiro que sustenta estas organizações, e mantém um Estado paralelo nas favelas. Isso não acontece por acaso, mas consequência do fato de pessoas comprarem drogas.

Entretanto, a reportagem também mostrou que há moradores que encontraram maneiras de sobreviver neste mundo caótico. Montaram, por exemplo,

um ateliê de costura e um grupo de Teatro, projetos que fomentam a perspectiva de um futuro melhor. Os telespectadores do **JN** ficaram sabendo dessas iniciativas através da matéria Violência. Permitiu que uma ex-dependente de drogas e uma costureira pudessem contar os seus dramas e seus sonhos a milhares de brasileiros.

No dizer de Maffesoli (2003), a Comunicação serve para isso: fazer com que as pessoas possam “expressar seus sentimentos vividos no dia-a-dia da existência humana”. Por fim, a matéria estabeleceu aquilo que o sociólogo francês chama de **laço social**, isto é, ligar todos os brasileiros àquele problema. A reportagem nos fez perceber que a realidade vivida no Rio Janeiro não é exclusiva, também pode ser encontrada nas outras grandes cidades brasileiras. Portanto, é uma realidade que pertence a todos nós.

A Âncora Fátima Bernardes leu com propriedade a **cabeça** da matéria sobre a Violência no Rio de Janeiro. Pelo menos duas palavras, em cada frase, ganharam destaque na leitura da apresentadora. Ao ler CENTENAS DE MILHARES, Fátima levantou as sobrancelhas, indicando **surpresa** e mexeu com a cabeça, manifestando a sua **discordância** com o fato. Ou seja, a Âncora demonstrou claramente o seu descontentamento com a violência vivida nas grandes cidades brasileiras.

Depois disso, Fátima **franziu** a testa ao ler a palavra INÚMERA, numa clara referência aos serviços públicos básicos não oferecidos dignamente à população. Em seguida, deixou as sobrancelhas **semi-arqueadas**, ao dizer DEVERIAM, também numa alusão aos serviços públicos. Nestes dois momentos, a Âncora demonstrou a sua **revolta** com o significado daquela informação.

Impossível não se indignar. De certa forma, a Âncora Fátima Bernardes **incorporou** um sentimento dos brasileiros. A população há muito tempo sofre com os serviços públicos, oferecidos em nosso país. Quase todos os dias, assistimos na Televisão reportagens sobre a precariedade dos serviços prestados ao cidadão. É a fila para marcar uma consulta médica, pessoas internadas nos corredores dos hospitais, falta de policiamento nas ruas, estradas esburacadas, educação básica de péssima qualidade, entre outros problemas. Essa realidade corresponde a um Estado como o brasileiro, que tem uma carga tributária de quase 40%, onde se paga muito imposto e o retorno é bem abaixo daquilo que poderia ser.

Estima-se hoje que o cidadão comum trabalhe três meses por ano apenas para pagar os tributos cobrados pelo governo. Quer dizer, pagamos impostos com percentuais iguais aos dos países europeus, mas os serviços recebidos dispensam comentários. O resultado dessa conta é que em nosso país, as pessoas de melhor poder aquisitivo têm de pagar duas vezes por um mesmo serviço. Isso ocorre nas áreas da Saúde e Previdência, por exemplo. Pagamos um percentual X para o governo, mas somos obrigados a contratar um Plano de Saúde e de Previdência particular.

Ao mesmo tempo em que Fátima Bernardes se **indignou** ao fazer referência aos serviços públicos, não deixou de **sorrir** quando enfatizou a palavra ORGANIZAR. Esse sorriso demonstrou sua **satisfação** com a atitude dos moradores, que se organizam, para superar os seus problemas. Aliás, o sorriso da apresentadora no **JN** é uma de suas marcas. Ela passa no vídeo um carisma natural. Quando está em cena, parece agradar a todos. Já fizemos referência a isso no capítulo 1, onde a própria Âncora admitiu que o seu sorriso é mais contido no **JN**

do que no tempo em que apresentava o Fantástico. Ela revelou que o público estranhou isso.

De qualquer modo, Fátima transmite muita **segurança** durante a sua ancoragem. Seu olhar é **suave** e o rosto esbanja **simpatia**. Esse seu jeito parece conquistar a todos nós. Podemos até falar em Empatia, porque é difícil não se identificar com esse estilo da apresentadora. Ela parece **quebrar** o protocolo toda vez que está no ar. O jeito **simpático** não elimina a sua força na hora de ler as notícias, até mesmo as que possuem maior carga emocional. Nesta entrevista, confessou que consegue se controlar mais do que o marido William Bonner e, por isso, é até escolhida para ler este tipo de notícia.

A história recente do **JN** parece confirmar as palavras de Fátima. Quando leu uma Nota sobre a morte do jornalista Roberto Marinho, Bonner não conseguiu segurar a emoção. A voz embargou, o jornalista teve que parar a apresentação e respirar fundo. São aqueles segundos que levam uma eternidade para quem está em casa. Passado o susto, o Âncora deu seqüência a notícia.

Sobre o visual da Âncora Fátima Bernardes, podemos dizer que ela seguiu um estilo presente nos telejornais brasileiros. Cabelo **curto** e bem **penteado**. Tailleur laranja fraco. Maquiagem **leve**, batom de cor **suave**, de pouca **percepção**, brincos pequenos. Fátima segue a orientação básica dos Manuais de Telejornalismo. Estar bonita, sem chamar a **atenção**. O público deve perceber que o Âncora está bem vestido, mas as suas roupas, a maquiagem e os acessórios não devem chamar mais a atenção do que a notícia.

Podemos ressaltar ainda o aspecto da intimidade, pois a Televisão é um veículo que gera proximidade. As pessoas falam com os apresentadores na rua



como se os conhecessem na vida real. Quem trabalha em TV, já passou por uma situação dessas. A pessoa te aborda na rua e faz comentários sobre o programa. Você é pego de surpresa e pensa: Quem é esse estranho que está falando comigo? Estranho para nós, não para o telespectador. Afinal, entramos na casa de milhares de pessoas todas as noites sem pedir licença. Eles ouvem e vêem quem está falando. Sem querer, passamos a fazer parte da vida dessas pessoas.

A função de Âncora foi desempenhada de forma adequada pela jornalista Fátima Bernardes. O modo como fez a leitura da **cabeça** da matéria conseguiu chamar a atenção do telespectador. Apresentou com **seriedade** o tema e, depois, se **emocionou** ao ler que o povo está se organizando em busca de soluções. Sua interpretação **conduziu** o espectador para o que seria apresentado a seguir.

No aspecto da técnica jornalística, a **cabeça** lida pela Âncora materializou o Gênero Informativo (ERBOLATTO, 1991). Isto é, houve uma apresentação do problema dentro dos limites da objetividade humana. A primeira frase da **cabeça** revelou a Violência que faz parte do cotidiano daqueles que moram em lugares pobres. A segunda frase trouxe o diagnóstico de que, nesses locais, o poder público não fornece os serviços básicos ao cidadão. A frase final pontuou que, apesar desse quadro, as pessoas começaram a se organizar na busca de soluções. Portanto, esta **cabeça** traçou um breve perfil da Violência no país, informou onde e porque ela ocorre. Além disso, revelou que a população não está parada, mas luta por soluções. A **cabeça** teve um caráter Informativo, ou seja, não apresentou uma opinião sobre a questão da Violência.

A matéria Violência começou com uma cena aérea, em Plano Geral, de uma favela no Rio de Janeiro. A Imagem expôs aos telespectadores os barracos dos

moradores construídos nos morros, vistos de cima. Falta espaço, estão um ao lado do outro, parecendo formar uma grande comunidade (**Denotativo**). Na nossa sociedade, favela é bairro de pobre, geralmente, localizado nas regiões periféricas das grandes cidades. Este é o significado desta Imagem, portanto, o sentido **Conotativo**.

No **Boletim de Passagem**, temos a presença da repórter Sandra Moreira, ou seja, uma mulher em pé olhando e falando para a câmera. Ela está no canto direito do vídeo, com o corpo levemente na diagonal com o objetivo de permitir ao espectador identificar a localização da repórter. Neste caso, ela se encontra num lugar alto, parecendo a laje de uma casa, ao fundo uma favela típica do Rio de Janeiro. O enquadramento da câmera foi Plano Americano, da cintura para cima. Esta descrição dá conta do sentido **Denotativo**. Na compreensão social da Imagem (**Conotativo**), Sandra Moreira é a repórter que conduziu a matéria. A favela, que serviu de cenário, significa um lugar onde vivem as pessoas pobres, geralmente cercadas de Violência.

O OFF2 foi coberto por uma série de Imagens de arquivo, a maioria feita nas favelas do Rio de Janeiro. Foram dez cenas diferentes que fazem um perfil dos bairros pobres do país. A cena 01 foi aérea, mostrando a favela da Rocinha, a maior do Brasil, vista de cima. O sentido desta Imagem já foi explicado no OFF1.

As cenas 02 e 03 registraram em Plano Geral, uma rua da favela, com casas geminadas e um vala de esgoto na frente (**Denotativo**). O significado disso é que os moradores deste tipo de bairro moram apertados, lado a lado, sem saneamento básico. Em uma palavra, isto significa pobreza (**Conotativo**).

As cenas 04 e 05 em Plano Médio, mostraram, respectivamente, pessoas descendo de um ônibus; casas cercadas com madeira. Esta é a descrição do análogo, do **Denotativo**. Nessa sociedade, essas cenas podem ser interpretadas da seguinte maneira: quem mora na favela anda de ônibus e o muro feito de madeira indica a precariedade de algumas casas feitas neste bairro (**Conotativo**).

As cenas 06 e 07 revelaram em Plano Geral, situações mais graves vividas nas favelas: venda de drogas à noite em frente a uma casa; um grupo de pessoas na frente de um bar, alguns rapazes com metralhadoras a tiracolo (**Denotativo**). As Imagens foram feitas à noite, escuras e significam crime, violência, risco de morte (**Conotativo**).

As cenas 08 e 09, em Plano Geral e Médio, mostraram em seqüência: metralhadoras e munição; e um homem com uma arma na mão (**Denotativo**). Cenas emblemáticas de Violência que banalizam o valor da vida. Significam também que estar no crime é uma profissão para aqueles rapazes e, por isso, andam armados. O tráfico de drogas, em nosso meio social, é crime, mas para aqueles homens, um modo de garantir a sobrevivência (**Conotativo**).

A cena 10 foi uma Imagem de apoio, com o sociólogo Michel Misse de costas, pegando um livro numa estante, num escritório. Enquadrado da cintura para cima, num Plano Americano (**Denotativo**), serviu para conduzir o espectador à entrevista com o sociólogo. Ainda sobre a Imagem, podemos dizer que a pessoa que pega um livro, em nossa sociedade, é inteligente, especialista em alguma coisa, um intelectual. Nesse caso, faz sentido, pois o sociólogo tenta explicar os acontecimentos sociais (**Conotativo**).

O OFF3, coberto com cenas de drogas e armas apreendidas pela polícia diz respeito ao material numa sala pequena, espécie de depósito. Para ser filmado, exigiu habilidade do cinegrafista. As cenas eram de arquivo e a Imagem principal: pacotes de maconha embalados como caixas de bombons; e, ao lado da porta, armas.

Na cena 01, em Plano Geral, a câmera entrou na sala e mostrou a maconha armazenada. Na cena 02, em Plano Médio, o câmera fez um *take* (cena) debaixo para cima com a intenção de revelar a altura dos pacotes de maconha. Na cena 03, um *take* em Fechado (*Close*) nas embalagens fechadas. A cena 04 uma Panorâmica, no estilo documentário, o câmera saiu da pilha de pacotes, num Plano Médio e foi até as armas do lado da porta. Este é o sentido **Denotativo**. As cenas são fortes na nossa sociedade e significam crime e violência (**Conotativo**).

O OFF4 foi coberto com cenas de apoio que servem para ilustrar a presença de um ex-dependente químico que fala depois do OFF. Como a fonte não quis se identificar, as cenas foram gravadas numa sala escura. A cena 01, num Plano Geral, da sala escura, usou o contraluz (iluminação colocada por trás de pessoas ou objetos para destacar a silhueta da pessoa ou o contorno do objeto que forma a imagem principal exibida (MACIEL, 1995, p. 106)). Percebemos que há pessoas no local. Na cena 02, em Plano Médio, apareceu a silhueta de uma pessoa de costas. Na cena 03, o câmera registrou em *close* (Plano Fechado) a cabeça e a orelha de um homem. Esta descrição da Imagem é o sentido **Denotativo**. No Brasil, o usuário de drogas é considerado um criminoso. Por isso, ninguém quer se identificar, Imagens ocultas foram a solução (**Conotativo**). A **sonora** do dependente, que entrou depois do OFF4, também revelou o uso do recurso do contraluz. Com

isso, não conseguimos ver o rosto da pessoa, nem ouvir a sua voz real, pois ela foi ao ar de forma distorcida, outra estratégia para evitar a identificação.

As imagens do OFF5 foram da cooperativa de costureiras, criada na própria favela. Três cenas feitas numa sala de costura que exigiram criatividade do cinegrafista. A cena 01, num Plano Fechado (*close*), em *Travelling* (câmera em movimento para acompanhar uma cena, um objeto ou pessoas que deslocam), saiu de uma colcha de retalhos e terminou numa mulher mexendo na confecção na frente de uma mesa. A cena 02 repetiu o *close* na agulha com linha de uma máquina de costura. A cena 03 começou num Plano Fechado (*close*) na tela de um computador, onde está escrito o nome da cooperativa, e terminou na janela da sala, em Plano Médio, de onde se podia avistar a favela. Esta descrição cristaliza o sentido **Denotativo**. As Imagens da sala de costura, que apareceram no OFF5, agregaram outros significados: na favela existem trabalhadores, pessoas do bem; é possível criar um local de trabalho, mesmo cercado de Violência (**Conotativo**).

O OFF6 foi curto com apenas uma frase. A Imagem mostrou pessoas dançando e cantando num palco, vestidos com roupas coloridas e colares. Em segundo Plano, um jovem toca violão (**Denotativo**). A Imagem foi gravada em Plano Médio, parecendo uma peça de Teatro. O texto da repórter confirmou essa percepção. Os atores do grupo “Nós do Morro” interpretam uma obra de Shakespeare. Esta Imagem revelou que os moradores da favela têm talento e capacidade de fazer as coisas. O que lhes falta, muitas vezes, é oportunidade (**Conotativo**).

Para evitar repetições, resolvemos agrupar a análise das sonoras num único parágrafo. As **sonoras** do sociólogo e do comandante da PM foram gravadas

em Primeiro Plano, uma num ambiente fechado (escritório) e, a outra na rua, na frente de um quartel da polícia. A **sonora** da costureira Viviane foi ao ar em dois planos: a primeira frase em primeiro Plano e a segunda, em Plano Americano. Viviane estava sentada num sofá dentro de uma sala. A matéria terminou com a **sonora** do diretor do espetáculo teatral. Ele em Primeiro Plano, no canto do vídeo e, ao fundo, uma cortina de palha que compõe o cenário da peça.

No sentido Denotativo, podemos dizer que são quatro homens e uma mulher que falam sobre temas ligados à ocupação social que exercem naquele momento. Ou seja, o sociólogo analisa questões de poder, o comandante da PM discorre sobre a venda de drogas e assim por diante. Já no sentido **Conotativo**, pode-se dizer que as pessoas que aparecem nas **sonoras** são as fontes da matéria jornalística.

Embora, muitas vezes, não queiramos admitir, a favela faz parte do cotidiano das grandes cidades brasileiras. Ela é sinônimo de pobreza, crimes e de marginalidade. A favela nos pertence. É lá que vivem milhares de brasileiros. Somente no Rio de Janeiro, há um milhão de pessoas nessas condições. Como disse Maffesoli (1999): “Só existimos em relação ao outro”. Na favela, esconde-se o crime, mas nela que vivem milhares de pessoas trabalhadoras e honestas. Gente que trabalha duro na parte mais rica da cidade. É a mão de obra que ajuda no funcionamento das empresas e até das casas de família de parte da classe média brasileira.

De outro lado, alguns moradores da cidade, também da parte rica, sustentam a Violência nas favelas, consumindo drogas. Com isso, verifica-se a interdependência social entre os bairros ricos e pobres das grandes cidades. A

favela não existe isolada no mundo. Depende dos bairros ricos e vice-versa. Portanto, o que acontece na favela nos diz respeito e a Violência é um desses acontecimentos.

Esta reportagem fez um desenho do problema. Enquanto o sociólogo observou que os poderes agem isolados, a polícia ressaltou que os usuários de drogas financiam a Violência. Com o passar do tempo, os consumidores viram dependentes químicos e transformam suas vidas num inferno. Mesmo num ambiente tão hostil, pessoas do bem se unem para montar cooperativas de trabalho e grupos de teatro.

A favela, embora não pareça, guarda semelhanças com os bairros ricos. Há pessoas honestas e trabalhadoras, mas há muita gente que vive do crime. Todos os dias ficamos sabendo de atos praticados por pessoas que moram no chamado asfalto. São usuários de drogas, empresários, funcionários públicos, etc. Os crimes acontecem em diferentes lados, inclusive por pessoas que atuam nos governos legalmente estabelecidos.

Podemos falar, também, do dono da droga vendida na favela. Ele mora no asfalto. Quem vende o produto é apenas um laranja que está num cargo provisório, podendo morrer a qualquer momento. Já o verdadeiro dono da droga vive num bairro nobre, tem dinheiro para comprar as armas e a própria polícia.

Não há como deixar de se chocar e se identificar essa realidade. Todos os dias assistimos na TV a pessoas inocentes que morrem no asfalto e na favela. É um círculo vicioso. A matéria Violência tentou explicar esse drama do nosso cotidiano. Mostrou por exemplo, um ex-dependente, que não quer voltar a consumir drogas, e uma jovem costureira que sonha com uma vida melhor. A reportagem

resumiu a sociedade brasileira. Mostrou o caos das favelas e também a força dos brasileiros que lutam com dignidade pela sobrevivência.

A reportagem conseguiu ressaltar o Imaginário existente nas grandes cidades brasileiras. A Violência comum provocada principalmente pelo comércio ilegal de drogas, e a Violência silenciosa que se manifesta através das condições de moradia, de saneamento básico, de educação, saúde, oportunidades. A repórter Sandra Moreira sintetizou essa realidade brasileira: “Onde o poder público não entra, entra o crime”.

Entretanto, a matéria captou um outro Imaginário: o desejo de acertar, de caminhar na direção certa de vencer. Esse “estado de espírito” apareceu no depoimento das pessoas, que fizeram uma fala positiva, se posicionaram contra a Violência, a favor de uma sociedade melhor. A sonora da costureira Viviane exemplificou esse desejo: “Tenho um sonho de estudar, de fazer uma faculdade de estilismo, continuar nessa linha. O importante é sonhar”.

Portanto, a matéria Violência nos revelou a complexidade do Imaginário brasileiro. De um lado, o crime, as condições de moradia, a fragilidade dos poderes constituídos. Do outro, o desejo de melhorar de vida, de construir um mundo melhor. Maffesoli (2001, p. 75) explica que o Imaginário funciona como uma espécie de “cimento social que liga e une a todos numa única atmosfera”. Como já havia dito antes, a favela pertence à nossa sociedade, é preciso compreender isso.

A reportagem Violência abordou, também, o crescimento do número de favelas nas grandes cidades. Na maioria das vezes, os morros são ocupados de maneira irregular, sem a permissão do poder público municipal. São ocupações de áreas urbanas, muitas delas destinadas à preservação do Meio Ambiente. Na favela,



há todo um ambiente social e, portanto, Cultural diferenciado daquele vivido nos demais bairros das grandes metrópoles. Existem casas de madeira construídas de maneira precária e casas de material, cuja cobertura é uma laje de concreto. A laje indica que, na favela, as casas são pequenas e só podem crescer para cima. Enquanto não há dinheiro para aumentar a casa, a laje se transforma num lugar para fazer festas e estender a roupa.

As favelas são bairros de poucas ruas, cheias de vielas, subidas e descidas que parecem labirintos. Um lugar sem trânsito de carros. Por isso, os moradores chamam de “asfalto” os outros locais da cidade. Numa referência àquilo que não possuem. Os habitantes da favela moram próximo um do outro, e, talvez por isso, se autodenominem de “comunidade”.

Por ser um lugar marginal, no sentido de ficar à margem da cidade, ocupado de maneira ilegal, os marginais lá se instalam, escondem armas, drogas e até pessoas. Nesse ambiente social, há toda uma Cultura diferenciada: venda de drogas, crimes, exclusão social, medo, luta pela sobrevivência. Numa palavra: Violência.

Ainda em relação à Cultura, uma outra situação pode ser mencionada: o papel exercido pela Televisão na nossa sociedade. Ao ser veiculada no **JN**, a reportagem **Violência** trouxe, até a nossa sala de estar, o caos vivido nos morros do Rio de Janeiro sem que precisássemos sair de casa. Segundo Hall (1976), a Mídia encurta as distâncias e vem fazendo uma revolução Cultural na nossa sociedade desde o século XX. A matéria evidenciou um lugar esquecido pelo Estado e dominado pelo crime. Também nos revelou pessoas do bem, que querem mudar

suas vidas. A costureira quer ser estilista, o ex-dependente de drogas não quer voltar a consumir.

O sociólogo criticou a luta pelo poder, revelou a ineficiência do Estado, que ficou grande e burocrático demais para agir. A sua interpretação resgatou uma espécie de Cultura do atraso a que estamos submetidos. Cada poder constituído age isolado e a seu modo. Por que não há ações planejadas e de forma conjunta? Por que os poderes públicos não levantam as prioridades e começam a agir? Por exemplo, só se fala de Segurança, de crimes, da Violência nas comunidades pobres. Mas, essa população precisa mais do que isso. Por que não se planejam Postos de Saúde qualificados funcionando 24 horas por dia? Escolas de qualidade e assim por diante. Um ex-chefe de Polícia do Rio de Janeiro disse, com todas as letras, no documentário “Notícias de uma Guerra Particular” (1999): “O único serviço do Estado que sobe o morro é a polícia”.

Por isso, as favelas do Rio se transformaram em verdadeiras bombas-relógio, que podem explodir a qualquer momento. Em setembro de 2005, visitamos o Cristo Redentor, um dos pontos turísticos mais bonitos da cidade. Na subida do morro, encontramos pelo menos dois carros da polícia em pontos estratégicos. Os policiais estavam fora do carro com metralhadoras na mão. Ora, se o Estado está nos morros com a polícia, por que não pode oferecer outros serviços?

Por fim, a reportagem cristalizou o medo e a violência a que os cariocas e os turistas estão sujeitos e levantou a dicotomia que é morar num lugar daqueles. Uma natureza tão bela, com paisagens privilegiadas, numa atmosfera carregada. Ou seja, o ambiente social, portanto, Cultural, está degradado, impedindo que os moradores possam usufruir das belezas naturais da cidade com tranquilidade.

A matéria **Violência** constitui um exemplo de narrativa Pós-Moderna. Para mostrar projetos que resgatam a cidadania das pessoas que vivem nas favelas, a repórter optou por contextualizar a Violência nos morros. Para isso, recorreu a cenas de arquivo que continham Imagens de pessoas armadas, de drogas e armas apreendidas pela polícia.

A repórter fez uma “colagem” de Imagens, para poder contar esta história. O fato novo não era a Violência, mas os seus antecedentes e os projetos sociais que dão esperança àquelas populações. Este recurso usado pela repórter, segundo Ianni (2000), é uma das características da narrativa Pós-Moderna.

Ao fazer o resgate dessas cenas, a reportagem nos lembrou a “onipresença do vídeo”, da chamada “hiper-comunicação”. Quase sempre há uma câmera ligada para registrar algo proibido. Rouanet (1986) revela que este é o aspecto social da Pós-Modernidade: as pessoas se relacionam muito mais pelo vídeo do que frente a frente. Já fiz menção a esse fato. A Violência das cidades chega a nossa casa através dos telejornais.

No aspecto econômico, ainda apoiado nas idéias de Rouanet (1986), temos o que ele chama de Capitalismo planetário. As armas de alto poder de fogo, citadas na reportagem, chegam impunemente ao Rio de Janeiro. São fabricadas por grandes empresas da Europa e dos Estados Unidos. Quer dizer, onde há demanda, o produto consegue chegar, mesmo que seja de forma ilegal. São os lucros da Violência, do tráfico de drogas gerando receita para empresas estrangeiras.

A Pós-Modernidade, também, valoriza o político. Neste viés, segundo Rouanet (1986), ocorre uma elevação da sociedade civil, onde “as conquistas passam a ser de grupos e não mais universais”. O enfoque da reportagem teve este

olhar. Valorizou o trabalho do Conselho Anti-drogas do Rio, a Cooperativa de costureiras que ensina o ofício aos mais jovens e a criação do Grupo de Teatro “Nós do Morro” que, na matéria, estava apresentando uma peça do dramaturgo inglês Shakespeare.

Maffesoli (1999, p. 258) já ponderou em entrevistas que aprende muito quando visita o Brasil. Que o país é uma espécie de laboratório da Pós-Modernidade. Se olharmos para o Rio de Janeiro, uma das cidades mais importantes do Brasil compreende-se o que o sociólogo quer dizer sobre a Pós-Modernidade: “Um processo complexo feito de atrações, de repulsões, de emoções e de paixões”.

Por ser um apaixonado pelo Rio de Janeiro, percebemos este tipo de sentimento: “Que litoral bonito, cheio de morros, de encostas, com tanta beleza natural e urbana”. Algo que atrai e emociona milhões de pessoas de todas as partes do mundo. Ao mesmo tempo, quando descobrimos o que tem atrás de todo esse visual, o desgosto aparece. São as grandes favelas que parecem não ter fim. Como não se entristecer com isso?

Já disse antes, ao subir o morro que leva ao Cristo Redentor, avistamos o bairro das Laranjeiras, mas vemos também a favela, encravada no morro, com a presença de policiais. Esse é o trajeto que temos que fazer para chegar a um dos pontos turísticos mais bonitos do Brasil e do mundo. Portanto, temos que viver num espaço tão belo, bonito e ao mesmo tempo violento. A mesma cidade que nos atrai também nos causa repulsa. Maffesoli (1999) chama isso de “mundo comum”, cuja realidade se constrói a partir das referências simbólicas.

Podemos dizer que na matéria **Violência** está presente o que Debórd (1998) chama de Sociedade do Espetáculo. Isto é, os acontecimentos do cotidiano se transformam num “show para nós mesmos”, ao chegar até nós através da Televisão. O interessante nisso é que o dia-a-dia de uma favela, em tese, não tem nada de excepcional para os moradores. Afinal, há pobreza, prisões, mortes, tiroteios, venda de droga e muito medo. Entretanto, isso se transforma em notícia às oito horas da noite.

Debórd (1998) chega a dizer que “a realidade surge no espetáculo, o espetáculo é real”. Nessa matéria, por exemplo, vimos Imagens de violência, mas, também, cenas de pessoas, lutando por uma vida melhor. Portanto, a matéria mostrou uma realidade complexa, que não é fechada, onde não existe somente o lado ruim. Para Debórd (1998), o verdadeiro espetáculo não é um conjunto de Imagens, mas uma “relação social mediada por Imagens”. Quer dizer, nós brasileiros não precisamos ir até a favela para conhecer aquela realidade. A Mídia, nesse caso o telejornal, exibido na TV, traz aquele mundo até nós.

Maffesoli (1999) observa que o espetáculo é a matéria-prima dos telejornais. E que a vida cotidiana tem, hoje, o mesmo valor que a obra de arte tinha nas antigas civilizações. Mesmo sendo uma situação adversa, como é na matéria **Violência**, ela representa o poder da vida. Por fim, a reportagem deu brilho ao cotidiano daquelas pessoas, as suas histórias nos emocionaram. A matéria mostrou um mundo sofrido, cheio de dor, mas também um lugar onde a esperança, o sonho e a alegria podem estar presentes, com a proposta de transformar o nosso país num lugar melhor.

### 3.1.2 Emprego

A reportagem faz parte da série **Emprego** exibida durante uma semana no Jornal Nacional. Portanto, é uma matéria especial, produzida e editada com mais vagar. As imagens, a edição e o texto possuem mais qualidade. A reportagem expõe duas realidades aos brasileiros. Uma, vivida nas grandes cidades, onde os índices mensais de desemprego são assustadores. Em São Paulo, estava na casa dos 12%, em Salvador, 17%. A outra realidade referia aos chamados “bolsões de emprego”, localizados em cidades do interior, onde existe uma economia forte, geralmente baseada na agricultura.

A matéria acompanhou a dificuldade de quem estudou pouco e precisa conseguir um Emprego. Revelou que sair do Nordeste e conseguir trabalho na capital paulista não é uma tarefa fácil. Por outro lado, a reportagem também destacou a prosperidade de duas pequenas cidades do Centro-Oeste brasileiro, uma em Goiás e a outra em Mato Grosso. A cidade goiana Catalão fabrica camionetes que são vendidas à mato-grossense Rondonópolis. A venda dos automóveis nem passa pelos grandes centros econômicos brasileiros.

#### Transcrição – Emprego

**ÂNCORA** - FÁTIMA BERNARDES

**CABEÇA** – O Brasil se transformou na segunda metade do século passado num país urbano, foram décadas de migração de brasileiros do Norte, do Nordeste para o Sul e Sudeste em busca de trabalho. Mas a situação mudou. Hoje, nas seis maiores

regiões metropolitanas, o desemprego já atinge dois milhões e meio de pessoas. E, é o interior que concentra o que se poderia chamar de bolsões de emprego. Regiões, onde o que não falta é trabalho. É o que mostra o repórter Roberto Kovalick.

**OFF1** – Para a fila se formar basta o anúncio: há vagas. Não importa se são poucas e o salário é baixo. O desemprego chegou a 12% (Desemprego -12%/ IBGE-caracteres). Todo dia, uma nova tentativa e a mesma resposta.

**SONORA** – “Não tem” (sem identificação).

**OFF2** – Eraldo mora na cidade com o maior índice de desemprego do país. (Salvador - 17% - IBGE - caracteres). De cada seis pessoas, uma está procurando emprego. Encontrar uma vaga ainda é mais difícil para quem estudou pouco. E os filhos de Eraldo vão no mesmo caminho. São 12, para sustentar a casa, seis largaram a escola em busca de emprego.

**Sobe som:** - Bom dia. - Bom dia.

E nem sempre resolve mudar para São Paulo, repetindo o mesmo caminho de tantos baianos como Rosimeri e Joeti.

**SONORA** – Joeti dos Santos / Desempregada.

“Pensei que aqui ia ser melhor do que lá, mas até hoje não arrumei trabalho”.

**OFF3** – Em São Paulo, o índice de desemprego é o segundo maior do país (São Paulo, 13,6% / IBGE – fevereiro - caracteres). Há três anos na cidade, Rosimeri, nunca conseguiu um serviço com carteira assinada.

**SONORA** – Rosemeri Souza – desempregada.

“Fui na empresa, já levei currículo, já fiz inscrições, prova, passei nada chamado ainda”.

**SONORA** – José Pastore – Economista.

“As grandes cidades estão sendo muito sobre taxadas em termos tributários. Isso também afastou muitas empresas. E as grandes cidades, foram durante muito tempo, pressionadas por lideranças sindicais aguerridas que elevaram o custo do fator trabalho. Quando se coloca tudo isso, você começa a entender porque as empresas se foram”.

**PASSAGEM** – Roberto Kovalick – Repórter

Fila de desempregados, o drama de quem não consegue uma vaga. Em cidades como Catalão, Goiás, essas imagens parecem ser em outro país. Não no Brasil, não nessa parte do Brasil. Aqui, a economia não pára de crescer, praticamente não há desemprego. Prosperidade construída durante 30 anos. Com um pouco de sorte, boas idéias e muito trabalho.

**OFF4** – São as lavouras de soja, milho e feijão que sustentam a economia deste outro Brasil e criam oportunidades. A sorte de Catalão foi ter uma enorme riqueza debaixo da terra, o fosfato, usado para fazer Adubo. A boa idéia foi usar o dinheiro da mineração para investir na educação. A escola do Senai nasceu da parceria das empresas com a prefeitura, forma dois mil técnicos por ano, quase todos saem empregados. Jimi foi contratado por uma empresa, mesmo faltando um ano para completar o curso de Técnico em Eletrônica.



**SONORA** – Jimi Rodrigues –

Quanto você ganha por mês? “1500 reais”.

**OFF5** – A mão de obra qualificada atrai empresas de alta tecnologia como esta fábrica de carros. A maior parte das camionetes fabricadas aqui, não vai para Rio ou São Paulo, vai de Catalão para cidades como Rondonópolis, Mato Grosso, outro exemplo de prosperidade no interior. Há 20 anos, esta era a rua principal de Rondonópolis, que se transformou numa movimentada avenida cheia do símbolo do status da nova riqueza do interior, as camionetes que chegam a faltar na concessionária.

**SONORA** – Luiz Gonzaga – Gerente da Concessionária

“Eu tô com dificuldade da fábrica em me arrumar as pick-ups que eu preciso para poder atender os agricultores”.

**OFF6** - Os amigos disseram que era loucura deixar o Rio Grande do Sul para tentar trabalhar no Centro-Oeste. Mas, o agrônomo Juliano encontrou em Rondonópolis um emprego que oferece casa e salário de sete mil reais e ele espera mais.

**SONORA** – Juliano Della Meza – Agrônomo

“O meu sonho, tô correndo atrás disso. É um dia ter meu negócio próprio, né. As dificuldades aparecem, mas eu tô batalhando muito pra conseguir isso”.

**OFF7** – Rondonópolis e Catalão fazem parte do Brasil onde não falta trabalho. E Onofre, mestre de obras, aos 70 anos, nem pensa em parar.

**SONORA** – Onofre Lima – Mestre de Obras

“Nunca fui atrás de serviço. Eles vão atrás de mim, certo”.

### **NOTA PÉ** – William Bonner

É importante notar que em cidades como Catalão e Rondonópolis, as oportunidades apareceram, principalmente, para trabalhadores que tinham preparo, que tinham qualificação. Na reportagem de amanhã, você vai ver como emprego e educação estão cada vez mais associados.

A reportagem estabeleceu o chamado **laço social** entre os brasileiros. Comunicou, tornou comum a milhares de pessoas, duas realidades distintas. Uma tem trabalho, a outra, desemprego. A matéria veiculada no **JN** permitiu esse encontro de “realidades nacionais”: numa há um visível esgotamento das ofertas de trabalho, nesse caso, as grandes cidades; e, noutra num interior, que cresce sem parar. Através da reportagem, os brasileiros puderam “partilhar” as suas angústias e alegrias. De um lado, as moças que vieram do Nordeste e não cansam de percorrer os balcões do SINE em São Paulo. Do outro, jovens como o Jimi que, nem terminou o curso técnico na cidade de Catalão, já está empregado, com salário de R\$ 1.500,00.

A **cabeça** da reportagem **Emprego** foi lida pela Âncora Fátima Bernardes. Ela vestia uma espécie de casaquinho com fecho, enfeitado com botões e cordinhas, localizados um pouco acima da linha da cintura. Seu visual pode ser classificado como discreto. Neste dia, o cabelo estava curto, estilo **chanel**, repartido para o lado. Estava com brincos pequenos e unhas pintadas. Usava batom numa tonalidade leve.

No momento em que fez a leitura da **cabeça**, deu ênfase maior a três momentos: ao ler **dois milhões e meio de pessoas**, a apresentadora juntou as mãos em paralelo, como se fosse rezar, e repetiu, por três vezes, um movimento **leve** de cima para baixo. O gesto serviu para enfatizar o seu descontentamento com o fato de milhares de pessoas estarem desempregadas. Também serviu para “marcar” a quantidade de brasileiros que vivem naquela situação.

Depois, a Âncora deu destaque à palavra **interior**. Neste instante, a pronúncia foi mais intensa. As mãos ficaram uma sobre a outra, apontadas para cima. Esse gesto pareceu indicar a seguinte intenção: olha, existe uma chance. As sobrancelhas ficaram **semi-arqueadas**, como se indicasse surpresa. Por último, Fátima destacou as palavras **bolsões de emprego**. Nesse momento, suas mãos se juntaram novamente, só que, desta vez em diagonal, como se quisesse pegar alguma coisa. O gesto serviu para apoiar a palavra **bolsões**, que significa algo grande.

Além de Fátima Bernardes, esta reportagem contou com a presença do Âncora William Bonner. Foi ele que leu a **nota pé** da matéria, aquela que complementa as informações dadas pelo repórter. Durante a leitura da primeira frase, Bonner enfatizou três palavras: **principalmente, preparo e qualificação**. Ao lê-las, levantou a cabeça levemente e suspendeu as sobrancelhas, como se dissesse “vejam só”, a pessoa que está preparada consegue emprego. Na segunda frase, Bonner deu mais ênfase às palavras **emprego e educação**. As mãos ficaram em paralelo, como se indicassem um caminho a ser seguido.

O Âncora William Bonner vestia um terno escuro, camisa branca e gravata com listras diagonais. Seu cabelo estava curto e bem penteado. Seus

gestos foram menos intensos do que a colega de bancada. Fátima Bernardes pareceu fazer uma leitura mais visceral. Bonner, por sua vez, enfatizou as palavras, mas de forma mais contida. O destaque desta **nota pé**, lida por Bonner, é que, pela primeira vez nesta pesquisa, presenciamos um texto mais opinativo por parte do apresentador. Nele, não há informação, o *Âncora* analisa os fatos, destacando a importância de se estar qualificado na hora de conseguir um emprego. Essa nota pode ser enquadrada naquilo que Erbolatto (1991) chama de Jornalismo Interpretativo. Já a **cabeça** lida por Fátima, seguiu o padrão de ancoragem do **JN**, onde o texto se limita a informar (Jornalismo Informativo), não havendo, portanto, uma análise dos fatos, como fez Bonner.

Por ser uma matéria especial, parte de uma série, a reportagem **Emprego** teve uma edição acima da média do realizado na correria do dia-a-dia. O OFF1 começa com uma cena em *fast* (rápida) de pessoas paradas numa enorme fila na frente de uma empresa. A cena 02 trouxe pessoas de costas de grupo e a 03 uma aglomeração de gente. A cena 04 mostrou um homem chegando a uma obra, batendo num portão de madeira. Com esse pequeno resumo, temos o sentido **Denotativo** das Imagens.

No que se refere ao sentido **Conotativo**, podemos assinalar que as grandes filas, que se formam diante das empresas, indicam um elevado número de pessoas sem emprego em nosso país. O *fast* usado na cena 01, gravada em Plano Geral, foi uma estratégia de edição com o objetivo de não mostrar o rosto das pessoas naquela situação. Além de dar vida às cenas de filas que, provavelmente, eram de arquivo. As cenas 02 e 03 foram captadas em Plano Médio e seguiram a mesma receita de não identificar as pessoas, à espera na frente das fábricas, lutando por um emprego. A cena 04, gravada num Plano Médio, teve o sentido de

mostrar uma pessoa procurando trabalho. Pelo que se viu do ambiente, o local era uma obra de construção civil. Tanto que a cena seguinte veio acompanhada de um **som ambiente**, em que o homem (com um capacete de segurança na cabeça) abre a porta e respondeu: “No momento, não tem”.

O OFF2 seguiu dando informações sobre a situação do desemprego no país. A cena 01 trouxe o seu Eraldo caminhando pelas ruas de Salvador, cidade que, naquela época tinha o maior índice de desocupados do Brasil. A cena 02 registrou uma fila de pessoas com sombrinhas abertas para se protegerem do sol. Na cena 03, tivemos uma idéia do tamanho da fila, pois vimos que ela dobrava a esquina até perdermos de vista. Na cena 04, vimos um homem pintando o teto próximo de uma lâmpada. No *take* 05, percebemos, através do Plano Geral, que ele está numa escada dentro de uma sala de um apartamento vazio. Esta descrição corresponde ao sentido **Denotativo**.

A cena 01, gravada em Plano Médio, revelou que o seu Eraldo estava procurando trabalho. Na cena 02, onde o Plano Médio também foi usado, a fila sob o sol indicou o sacrifício que as pessoas passam para obter um emprego e a quantidade de gente desempregada. Na cena 03, um Plano Geral ampliou a nossa visão sobre o tamanho da fila, ratificando o significado da cena 02. As cenas 04 e 05, gravadas em Plano Médio e Geral, mostraram a atividade de um pintor, um trabalho que não exige anos de estudos para ser exercido. Essas observações compõem o sentido **Conotativo**.

O OFF2 prosseguiu com cinco cenas que revelaram a família do seu Eraldo. A cena 06 mostrou um menino, uma menina e uma moça. A cena 07 gravou, em Primeiro Plano, uma mulher negra com idade aproximada de 20 anos. A cena 08

focalizou em Plano Geral, um homem e uma mulher sentados num sofá de uma sala, com crianças e jovens à sua volta. A cena 09 mostrou um homem e duas crianças. A cena 10 trouxe o casal e os filhos no sofá, captado de um ângulo lateral. As duas cenas foram gravadas em Plano Médio. Com esse mesmo plano, a cena 11 colocou em quadro uma moça sentada, num escritório entregando um documento a um funcionário. A cena 12 registrou, em Plano Médio, uma moça caminhando na rua. Essa descrição do análogo contempla o sentido **Denotativo**.

O sentido **Conotativo** dessas Imagens pode ser resumido da seguinte forma: as cenas de 05 a 10 foram compostas por pessoas da família do seu Eraldo. O objetivo dos *takes* foi dar uma idéia do tamanho da prole, 12 filhos, adultos com idade para trabalhar e outros ainda na idade escolar. A moça que apareceu na cena 11 está numa repartição procurando emprego. O documento que ela entregou no guichê de atendimento era a carteira do trabalho. A cena 12 trouxe uma outra jovem com o mesmo objetivo: conseguir um emprego. As duas moças vieram do nordeste e serviram para ilustrar aqueles casos de migrantes que chegam a São Paulo em busca de uma vida melhor.

As cenas usadas para cobrir o OFF3 ilustraram o drama do desemprego em São Paulo, que, naquela época, segundo o IBGE, era de 13,6% da população. A cena 01 saiu em *zoom out* (movimento de câmera que afasta imagem de objetos ou pessoas (MACIEL, 1995, p. 114)) de um Plano Fechado de um documento, nas mãos de um homem negro, e termina no seu rosto. A cena 02 faz uma panorâmica em Plano Médio de um guichê para o outro, o *take* vai de uma mulher mais velha para uma mais jovem. As cenas 03 e 04 captaram em Plano Médio, pessoas sentadas nos bancos da sala de espera. Na cena 04 apareceu a jovem Rosimere que logo em seguida dá uma entrevista ao repórter. A cena 05 foi um *take* em Plano

Fechado que saiu do rosto da moça e foi até uma ficha onde se lê o número 400. Com esta descrição, temos o sentido **Denotativo** das Imagens.

Já no sentido **Conotativo**, podemos salientar que as cenas de 01 a 05 revelaram o drama das pessoas que buscam emprego numa repartição pública. Além de não estar trabalhando, quem precisa deste tipo de serviço tem que ter paciência. A ficha de número 400 deu uma idéia da quantidade de pessoas que são atendidas por dia pelo poder público. As cenas indicaram que o desemprego atinge o adulto mais velho (homens e mulheres) e também os jovens. Coincidência ou não, o homem e a moça eram negros, portanto, apareceram numa situação de dificuldade. Por trás disso, pode estar o racismo que existe e é dissimulado no Brasil.

Após o OFF3 entraram duas sonoras bem diferentes. A primeira é de uma moça negra que já fora mostrada na cena 04. A sonora foi gravada em Plano Fechado na repartição pública que faz o cadastro dos desempregados. A segunda mostrou um homem branco, de óculos, na faixa dos 50 anos, de cabelo branco, calvo, vestido de terno e gravata. Ele estava sentado num ambiente fechado que parecia uma sala de estar. Ao fundo, percebemos um quadro de um artista plástico. Eis o sentido **Denotativo** das Imagens.

No que se refere ao significado das Imagens, o sentido **Conotativo**, observamos que a moça desempregada era negra. E, o homem branco bem vestido, o economista que fala sobre o problema da falta de trabalho no Brasil. As duas **sonoras** pareciam representar uma situação crítica que vivemos em nosso país. Os negros, em sua grande maioria, têm menor poder aquisitivo, estudam menos e, portanto, tem mais dificuldade em conseguir um emprego. Quando aparecem na

Televisão, geralmente, é numa situação desfavorável. A exceção fica por conta de artistas e jogadores de futebol.

A imagem do **boletim de passagem** tem um jovem na faixa de 40 anos, de cor branca. Ele apareceu em pé, falando para a câmera, dentro de uma fábrica em Plano Geral, que depois fechou em *zoom in* (movimento de câmera que aproxima a imagem de pessoas ou objetos (MACIEL, 1995, p. 114) para Plano Médio). Atrás dele, visualizamos máquinas, de onde saíam faíscas de fogo e dois operários trabalhando. No canto direito do vídeo, surgiram Imagens em *wipe* (quadros pequenos) que mostraram as cenas de filas de pessoas desempregadas. As mesmas que haviam sido mostradas no início da reportagem. Estas observações contemplam o sentido **Denotativo** das Imagens.

Já em termos de significado, o **Conotativo**, o homem que apareceu no **boletim de passagem** era o repórter que esteve conduzindo a matéria. A fábrica indicou que ele estava num local onde existem pessoas trabalhando. As imagens em *wipe* serviram para ilustrar o começo do **boletim**, momento em que o repórter se refere ao desemprego. Foi um recurso de edição que teve a intenção de comparar as duas realidades vividas num mesmo país.

Depois do **boletim** entrou o OFF4, foi coberto com as seguintes cenas: cena 01 – Plano Geral em *zoom out* de terra arada; cena 02 – Plano Geral da lavoura com a cidade ao fundo; cena 03 - Plano Fechado na terra sendo mexida por uma máquina num ambiente fechado; cena 04 – Plano Fechado nas pás que mexem a terra, a câmera se movimenta e termina num Plano Médio mostrando operários; cena 05 - saiu em Plano Médio de uma fábrica e foi para uma sala com pessoas sentadas, onde havia um quadro branco ao fundo e um homem em pé estava



falando na direção delas, a cena terminou num Plano Geral; cena 06 – trouxe em Plano Médio dois rapazes com uniforme e crachá; cena 07 – saiu em Plano Fechado de um equipamento, em *zoom-out* e terminou em um Plano Médio em dois rapazes; cena 08 – um *take* Fechado no rosto de um rapaz; cena 09 – um rapaz olhando para a tela do computador em Plano Fechado; cenas 10 e 11 – mostraram num Plano Fechado desenhos de um carro na tela de um computador. Esta descrição do análogo corresponde ao sentido **Denotativo** das Imagens.

O sentido das Imagens (**Conotativo**) do OFF4 pode ser dividido em duas etapas. As cenas de 01 a 04 tiveram a intenção de mostrar uma cidade que vive da agricultura e da riqueza do solo. As máquinas trabalhando na terra indicaram que há desenvolvimento, produtividade. Já as cenas de 05 a 11 revelaram que além de produzir, a cidade estava investindo na formação dos trabalhadores. As pessoas que apareceram nas Imagens eram alunos que estavam numa sala de aula, fazendo um curso de Técnico em Eletrônica promovido pelo Senai.

Após o OFF4, entrou uma **sonora** com um jovem de jaleco azul, com cara de menino. Ele estava na sala de aula e fala com um ar de “felicidade”, olhando para o repórter. Esse é sentido **Denotativo**. No que se refere ao significado disso, podemos dizer que o jovem estava feliz porque já tinha conseguido emprego, mesmo sem ter finalizado o curso (**Conotativo**).

Depois da **sonora**, um OFF5 seguiu contando a história de progresso da região Centro-Oeste do Brasil. A cena 01 captou um homem vestido com uma roupa especial mexendo no que parecia ser uma solda. A cena 02 mostrou mais homens trabalhando no mesmo ambiente. Os dois *takes* foram gravados em Plano Médio. A cena 03 trouxe em Plano Fechado mais uma imagem da solda. A cena 04 flagrou

num Plano Geral, carrocerias de camionetes na linha de montagem. Na cena 05, em Plano Médio, um homem estava lixando uma porta. A cena 06 registrou em Plano Fechado, um homem polindo com uma máquina, a lataria de um carro.

A cena 07 trouxe um mapa do Brasil com uma linha imaginária entre as cidades de Catalão (Goiás) e Rondonópolis (Mato Grosso). Tratava-se de uma arte feita no computador. Na cena 08, em Plano Geral, vimos uma avenida com um trânsito intenso. A cena 09 registrou num Plano geral, um trator com reboque fazendo a colheita na lavoura. A cena 10, em Plano Fechado, mostrou a foto de uma rua sem calçamento com poucas construções. A cena 11, em Plano Geral, colocou na tela uma avenida com quatro pistas, cheia de carros, motos, caminhões, ônibus. As cenas 12 e 13 registraram em Plano Médio, carros e camionetes circulando numa avenida. A cena 14, no mesmo enquadramento, filmou camionetes estacionadas dentro de uma loja. A descrição das cenas feitas neste e no parágrafo anterior se refere ao sentido **Denotativo** das Imagens.

O significado das Imagens (**Conotativo**) presentes no OFF5 pode ser desdobrado em duas etapas. As cenas de 01 a 06 mostraram homens trabalhando na linha de produção de uma fábrica de camionetes na cidade de Catalão. Isso significa que há emprego, renda, produção. A cena 07 não será analisada por ser uma Imagem virtual. As cenas de 08 a 14 ilustraram o crescimento econômico da cidade de Rondonópolis, que tem como fonte de renda, a produção agrícola. A rua sem calçamento que apareceu na cena 10, revelou quanto o município cresceu. No local estava uma larga avenida que foi captada nas cenas 08, 11, 12 e 13. As camionetes que desfilaram na rua e na concessionária (cena 14) simbolizam o poder aquisitivo dos moradores.

Após o OFF5 entrou uma **sonora** com um homem branco, de meia idade, com bigode, camisa social de manga curta. Ele surgiu na tela num Plano Fechado no canto direito do vídeo. Na parte esquerda, conseguimos ver camionetes estacionadas. Este é o sentido **Denotativo** da Imagem. Em relação ao seu significado (**Conotativo**), constatamos que o que homem que fala era o gerente de uma concessionária de automóveis. Ele apareceu radiante na cena, pois disse que há mais clientes do que carros para vender.

O OFF6 tem apenas quatro cenas. Na primeira, em Plano Médio, um jovem branco, na faixa etária dos 25 anos, usando um boné, entrou numa camionete e saiu dirigindo numa rua de chão batido. Na segunda, o jovem apareceu em Plano Fechado, no meio de uma lavoura mexendo nas folhas de uma planta. A terceira trouxe a mesma cena anterior, a diferença é que ela foi feita em Plano Geral. Na quarta cena, o jovem foi flagrado em Plano Médio com um galho na mão, o cenário ainda era a lavoura. Com esta descrição, temos o sentido **Denotativo** da Imagem.

As quatro cenas que apareceram no OFF6 eram de um jovem que foi do Rio Grande do Sul para o Mato Grosso em busca de uma vida melhor. Ele trabalhava como agrônomo numa fazenda da cidade de Rondonópolis e usava uma camionete para chegar ao local de trabalho. As plantas observadas e tocadas pelo agrônomo faziam parte de uma extensa lavoura de soja. As cenas indicaram que naquela cidade havia trabalho e o jovem estava exercendo a sua profissão. Essas observações compõem o sentido **Conotativo** da Imagem.

Depois do OFF6 entrou uma **sonora** em Plano Fechado com o jovem agrônomo que ainda estava na lavoura. O sentido **Denotativo** e **Conotativo** desta Imagem já foi descrito no parágrafo anterior. A reportagem terminou com um

pequeno OFF, o de número 7, seguido de uma **sonora**. Esse OFF foi coberto por duas Imagens, uma panorâmica em Plano Geral de Rondonópolis e um *take* que saiu em Plano Fechado de um homem branco com 70 anos de idade e terminou num Plano Médio, onde aparece um canteiro de obra (sentido **Denotativo**). A cena da cidade serviu para dizer que naquele local há trabalho. Já o segundo *take* revelou que até as pessoas com mais idade estavam sendo recrutadas para trabalhar (sentido **Conotativo**).

A Empatia esteve presente na matéria Emprego. Ficamos sensibilizados com as pessoas que enfrentam as filas no SINE, preenchem uma ficha, mas nunca são chamados. A falta de trabalho tornou-se um drama social vivido por 2,5 milhões de brasileiros, conforme informou a reportagem. A identificação com o tema é imediata, pois o emprego também é essencial na vida. Com ele, garantimos a sobrevivência e nos sentimos ativos, pertencentes a um meio social. No mundo capitalista, como o nosso, sem trabalho e renda, passamos a viver à margem da sociedade.

De outra parte, a reportagem também trouxe exemplos de pessoas de bem com a vida. Um jovem, com apenas um curso técnico, está empregado. Um agrônomo, que migrou do Sul para o Centro-Oeste, se deu bem. Um gerente de uma loja de automóveis que está com dificuldades para atender os clientes. Um mestre de obras, mesmo aos 70 anos, não pensa em parar de trabalhar. Com esses exemplos, a matéria também gerou identificação entre as pessoas. Qual o brasileiro que não quer se dar bem na vida? A matéria mostrou que há uma esperança de viver melhor, embora ela passe, principalmente, pelo esforço pessoal e pela dedicação aos estudos.

O **boletim de passagem** do repórter Roberto Kovalick também mereceu registro. Num dos trechos, ele disse: “Em cidades como Catalão, Goiás, essas imagens parecem ser de outro país. Não do Brasil, não dessa parte do Brasil”. Quando sustentou este texto em frente à câmera, o repórter o fez com um ar de satisfação e até de alegria. Afinal, ele estava dando uma boa notícia para milhões de brasileiros.

Concluindo, podemos dizer que a Empatia esteve presente na reportagem **Emprego**. Os telespectadores puderam se identificar com o sofrimento de quem luta para conseguir um trabalho, mas também com quem vive situação oposta: estar empregado. O futuro, para eles, já chegou.

Para Maffesoli (2001, p. 76), Imaginário é “o estado de espírito de um grupo, de um país, de uma nação”. A reportagem **Emprego** conseguiu captar o que passa pela cabeça dos brasileiros. Encarnou a luta pela sobrevivência, a migração de um Estado para o outro, em busca de uma vida melhor. Revelou que, nem sempre, o deslocamento é garantia de emprego. Uma das moças, que saiu da Bahia e foi para São Paulo, resume esse sentimento: “Pensei que aqui ia ser melhor, mas até hoje eu não arrumei trabalho”.

Por outro lado, a mesma reportagem trouxe o exemplo do agrônomo que saiu do Sul e foi viver no Centro-Oeste, numa realidade bem diferente. Está empregado e ganha sete mil reais por mês: “O meu sonho, tô correndo atrás disso, é de um dia ter um negócio próprio, né”.

A matéria resgatou também uma das razões do desemprego: a falta de estudo. Na família do seu Eraldo, por exemplo, a maioria parou de estudar para trabalhar. Ao tomar essa decisão, os riscos aumentaram. A reportagem constatou

que, quem não estuda, tem menos chances de conseguir um emprego. Já, quem estuda, tem emprego quase garantido. A matéria captou esse “estado de espírito”, inculcado em muitas famílias brasileiras: “Quem trabalha, tem o direito de não estudar”. Muitos pais, não incentivam os filhos, pois grande parte deles, também não frequentou os bancos escolares. É um círculo vicioso, embora alguns pais não tenham percebido isso.

A Cultura apareceu claramente na reportagem Emprego exibida no **JN**. Ela simbolizou o ambiente social e cultural de uma sociedade (SANTAELLA, 2003). Como disse acima, pais que não estudaram, geralmente, têm dificuldade em incentivar os filhos. Parece que há até um aspecto moral. Como dizer para o filho, fazer algo, que ele mesmo não fez na juventude. Esse mau exemplo parece que passa de geração em geração. É claro que não podemos generalizar, mas, quando olhamos ao nosso redor, vemos a repetição desse comportamento.

Observamos isso, no bairro onde moramos em Itajaí. Na nossa rua, há uma família inteira, onde os pais não estudaram e os três filhos seguiram o mesmo caminho. Em toda casa, apenas um neto de 12 anos frequenta a escola regularmente. Os demais não estudam. Dos filhos, o rapaz é o único que trabalha. As moças moram com a mãe e cuidam dos filhos. Não há perspectiva de futuro, a não ser depender de maridos.

Na família de Salvador, que apareceu na reportagem, dos 12 filhos, seis pararam de estudar para trabalhar. Como se “trabalhar” fosse impedimento para ir à escola. É uma questão Cultural. Já quem estudou, surgiu na matéria numa situação bem melhor. Está focado no futuro e sonha com uma vida ainda melhor.

De forma inconsciente, a reportagem ainda resgatou esta ligação que existe entre o homem e a natureza. Para Maffesoli (1985), a natureza está presente na vida do homem e não tem sentido separá-la da Cultura. A matéria percorre esse caminho. Mostra que a riqueza das cidades de Catalão, em Goiás e Rondonópolis, no Mato Grosso, brota do chão. No solo da cidade goiana, tem fosfato, usado para fazer adubo. Com o dinheiro da mineração, o município investiu em Educação, atraindo empresas que usam alta tecnologia. Já o desenvolvimento de Rondonópolis veio das lavouras de soja, milho e feijão. O dinheiro da agricultura movimenta a economia da cidade, gera emprego e renda para os seus moradores.

Além do ambiente natural, a reportagem também trouxe os elementos presentes no ambiental social. Ambos fazem parte da Cultura local. Em Catalão, foi mostrada a linha de produção de uma fábrica de automóveis. Já de Rondonópolis, apareceu uma avenida cheia de carros e lavoura mecanizada.

Elementos da Pós-Modernidade apareceram na reportagem Emprego. A onipresença da Mídia foi um deles. A matéria fez, em poucos minutos, um giro pelo Brasil. Trouxe a luta para conseguir um emprego em São Paulo e a prosperidade vivida em duas cidades do Centro-Oeste brasileiro. Transformou pessoas simples, como a família do seu Eraldo, em personagens de uma reportagem exibida em nível nacional. Realizou-se aquilo que Debórd (1998) denomina de “espetáculo”, onde os acontecimentos se transformam num “show para nós mesmos”.

Essa realidade revelada na reportagem contemplou aquilo que Rouanet (1986) chamou de aspecto social da era Pós-Moderna. Isto é, as pessoas se “comunicam” através do vídeo e não mais frente a frente. Quer dizer, quando a matéria Emprego foi ao ar, milhares de brasileiros ficaram sabendo do drama vivido

em nosso país. De um lado, desemprego. De outro, trabalho, sonhos, prosperidade. Houve aquilo que Maffesoli (2003) chama de “partilha”, de emoções e sentimentos, tarefa destinada à Comunicação.

A matéria **Emprego** também incorporou o aspecto econômico da Pós-Modernidade, apontado por Rouanet (1986): a planetarização do Capitalismo. No caso de Rondonópolis, sabemos que a riqueza da cidade vem dos produtos agrícolas exportados para o mundo todo. Quer dizer, o capital que chega, vem de outros países que compram a nossa produção. Hoje, o Brasil é um dos principais exportadores de alimentos do mundo. Situação que gera a interdependência das economias, ou seja, o capitalismo em escala mundial.

Por fim, podemos assinalar que a reportagem **Emprego** desenhou as diversas realidades que vivemos em nosso país. A riqueza de um lado, a pobreza de outro. O trabalho, o desemprego. De acordo com Maffesoli (1999), vivemos num “mundo comum” e a nossa realidade é essencialmente simbólica. Um trecho do **boletim de passagem** do repórter Roberto Kovalick, literalmente, materializou este pensamento: “Em cidades como Catalão, Goiás, essas Imagens, parecem ser em outro país. Não do Brasil, não nessa parte do Brasil”. As Imagens a que o repórter se refere, mostram cenas de filas com pessoas na luta por um emprego. Quer dizer, num mesmo país, encontramos realidades diferentes, que, às vezes, são difíceis de acreditar.



### 3.1.3 Miséria

A reportagem Miséria trouxe um dado assustador: 30% dos brasileiros vivem em condições miseráveis. São pessoas que ganham menos de 100 reais por mês e enfrentam dificuldades de toda ordem. Os números são de uma pesquisa, feita pela Fundação Getúlio Vargas.

#### Transcrição

#### ÂNCORA – FÁTIMA BERNARDES

**CABEÇA** - A Fundação Getúlio Vargas divulgou hoje o tamanho do desafio que o Brasil ainda precisa vencer. Um terço da nossa população é miserável.

**OFF1** - Edmo mora em Xaperi, a 50 km do Rio. Desempregado há quatro anos, vive de biscates. Pra sustentar a família, mulher e dois filhos ganha em média 150 reais por mês, isso significa 40 reais por pessoa. O dinheiro é pouco e tem destino certo.

**SONORA** - Edmo – desempregado. “O primordial é a comida”.

**OFF2** - Segundo uma pesquisa da Fundação Getúlio Vargas, Edmo faz parte dos 33% de brasileiros considerados miseráveis. Famílias que têm renda mensal inferior a 79 reais por pessoa. O mapa do fim da fome mostra que se cada brasileiro que recebe 79 reais contribuísse com 14 reais por mês, seria possível diminuir a miséria. Das três cidades com pior índice de pobreza, duas ficam no Maranhão. Centro do Guilherme tem 95,32% dos habitantes na miséria e Belágua tem 93,75%. Jordão, no Acre, aparece com 94,46% de pessoas vivendo abaixo da linha da pobreza.

**PASSAGEM** – Repórter Ari Peixoto

Um dado que chamou a atenção dos pesquisadores foi a o fenômeno da migração da pobreza, que passou das áreas rurais das pequenas cidades do interior, para as grandes cidades. Segundo a pesquisa, entre 96 e 2002, o índice de pobreza cresceu 4,5% ao ano nas principais regiões metropolitanas do país.

**OFF3** - A cidade de São Paulo foi onde a pobreza mais aumentou neste período: 50%.

**SONORA** - Marcelo Néri – Pesquisador da FGV (Fundação Getúlio Vargas).

“A pobreza nacional, ela não aumentou neste período é importante dizer. Mas a pobreza na área metropolitana explodiu em função da crise de desemprego, informalidade, quadro de salários e ao mesmo tempo a ausência de políticas públicas para essas áreas”.

**NOTA PÉ** – William Bonner

Num seminário sobre a América Latina em Brasília, o Ministro Chefe da Casa Civil, José Dirceu comentou hoje a necessidade de combater as desigualdades.

**SONORA** - José Dirceu – Ministro Chefe da Casa Civil

“Sem diminuir profunda e radicalmente as desigualdades sociais não vale a pena governar. E a política econômica não terá nenhum fim ético senão diminuir as desigualdades sociais e regionais. Se o desenvolvimento não for partilhado, se não vier com justiça social”.

Parece difícil acreditar. Mas os números divulgados pela FGV na reportagem **Miséria** exibida no **JN** mostraram as contradições do nosso país. Uma nação que exporta alimentos para os quatro cantos do planeta, mas o seu povo ainda passa fome. São brasileiros que sobrevivem com menos de R\$ 79,00 por mês, um valor cinco vezes menor do que o salário mínimo.

A matéria conduzida pelo repórter Ari Peixoto, tornou comum a milhares de brasileiros essa dura realidade nacional. Comunicou através da Televisão que o nosso povo ainda passa fome. A reportagem revelou que em pelo menos três cidades do norte do país, mais de 90% dos habitantes estavam nessa situação. Ou seja, tem que viver com menos de R\$ 100,00 reais por mês.

Olhando para esses números, entende-se porque o país precisa ter uma política compensatória aos menos favorecidos. Muita gente critica, mas numa situação dramática como essa, programas como o Bolsa-Família, independente de quem esteja no governo são fundamentais para a sobrevivência desses brasileiros.

A reportagem **Miséria** provocou emoção. As informações sobre a vida do Sr. Edno foram difíceis de aceitar. Desempregado, ganha R\$ 150,00 reais e tem que sustentar a mulher e dois filhos. As Imagens mostraram um homem magro que vive numa casa simples na periferia do Rio. Certamente, o Sr. Edno é um dos tantos brasileiros que ainda passa fome em nosso país. A matéria permitiu o “estar-junto” de milhares de pessoas que puderam entrar em contato com essa realidade nada agradável. Ao mesmo tempo, possibilitou que o povo estivesse na TV, contasse o seu cotidiano para si mesmo. Isso, na visão de Maffesoli (2003), é o papel da Comunicação na Pós-Moderna.

Fátima Bernardes leu a **cabeça** da matéria **Miséria** num tom **sério**, **preocupado**, de acordo com a gravidade das informações apresentadas. Conforme o texto 30% dos brasileiros vivem na condição de miseráveis. Durante a leitura, Fátima deu um valor especial a pelo menos três palavras. Juntou as mãos em paralelo sobre a bancada ao pronunciar com ênfase a palavra **tamanho**. No momento de falar **ainda**, a apresentadora abriu as mãos sobre a mesa passando a idéia de “Como? Isso ainda está acontecendo no Brasil?”.

Além das mãos, a apresentadora **sacudiu** a cabeça e **ergueu** as sobrancelhas, gestos que reforçaram o **descontentamento** com o fato. Sua postura de **indignação** ganhou mais força na hora em que leu a fração 1/3. Nesse momento, **levantou** a cabeça para cima, apontou o dedo indicador da mão esquerda para tela e, mais uma vez, **suspendeu** as sobrancelhas, indicando a sua revolta com este fato.

Fátima vestia um tailleur verde-claro, seu cabelo estava curto no estilo **chanel**. Usava brincos pequenos, maquiagem no rosto e um tom fraco de batom. Seu visual era sóbrio, sem chamar a atenção dos telespectadores. Se analisarmos o todo, podemos dizer que sua vestimenta e maquiagem passaram a imagem de uma pessoa bem vestida, séria, educada, que transmite credibilidade.

Sobre o seu papel de Âncora, observamos que ele foi cumprido à risca. Fátima ajudou a ancorar o todo, a fixar o sentido da matéria. Sua leitura da **cabeça** deu valor a determinadas palavras, preparando o telespectador para a apresentação da reportagem. A forma séria como leu a **cabeça** levou o público a refletir sobre a questão. Além disso, mostrou como já pontuamos acima, o quanto a apresentadora estava indignada com a questão da miséria em nosso país.

Como esta reportagem encerrou com uma **nota Pé**, em forma de **cabeça**, que chamou uma **sonora**, também, decidimos analisá-la. A nota foi ancorada por William Bonner, que cumpriu a tarefa de conduzir o telespectador para **sonora** do então Ministro da Casa Civil, José Dirceu. Se a fala do ministro entrasse no telejornal, sem a **cabeça** lida por Bonner, ficaria totalmente sem sentido. Portanto, nesse caso, o Âncora guiou o telespectador para o que seria mostrado.

Seu modo de ler a **nota pé** foi mais contido do que a leitura da Fátima Bernardes. Já havia percebido isso nas matérias, analisadas, antes. Parece ser uma característica dos homens, pois o movimento gestual, para se expressar é bem menor. Entretanto, mesmo numa **nota** pequena, de apenas uma frase foi possível perceber que o Bonner fez uma interpretação **firme, tranqüila e segura**. Ele tem um ritmo de leitura mais pausado, menos vibrante do que a sua colega de bancada, mas isso não significa que não haja interpretação. Assim, conseguimos ver uma ênfase especial à palavra **Necessidade**. Ao lê-la, Bonner **levantou** as sobrancelhas, indicando a sua perplexidade com o problema da desigualdade no país. A pronúncia foi mais intensa, a mão direita levemente para o lado confirmou a ênfase, dada pelo Âncora.

No quesito roupas, Bonner vestia um terno bem cortado de cor bege. A camisa era branca, com listras na gola. A gravata tinha um tom verde-escuro. No rosto, um pó para reduzir o brilho provocado pela intensidade da luz. O cabelo estava no estilo de sempre, curto, abaixo da orelha e com uma mecha branca próxima da testa. Esta mecha, natural da idade, pode conferir respeito e credibilidade ao Âncora.

Em relação à presença dos Gêneros Jornalísticos, propostos por Erbolatto (1991), destacamos que nos dois casos, apenas o Informativo ficou evidenciado. As duas **cabeças** (uma lida pela Fátima e a outra pelo Bonner) relataram e descreveram os fatos dentro dos limites da objetividade humana. Isto é, não houve uma opinião explícita no texto. A posição dos Âncoras sobre o tema acabou aparecendo, mesmo que, sutilmente, no momento em que ambos leram as suas falas.

O ponto de partida da reportagem foi uma pesquisa do IBGE, que revelou que 1/3 dos brasileiros vivem na Miséria. A matéria foi composta por três OFF, que foram cobertos por Imagens de pobreza, gráficos e cenas de uma pessoa num escritório. Além dos OFFs, a reportagem teve duas **sonoras** e um **boletim**.

O OFF1 trouxe um perfil do seu Edno, personagem principal da matéria que tentou identificar quem são os miseráveis no Brasil. No sentido denotativo, aquele que mostra o análogo de pessoas e objetos, aparece a seguinte Imagem: Um homem negro, alto, magro, uma mulher e duas crianças. Ao fundo, duas casas velhas com telhado de zinco. Esta Imagem foi desdobrada pelo cinegrafista em cinco cenas:

- Cena 01 - Plano fechado do seu EDNO, em seguida, a lente abriu num *Zoom out* (movimento de câmera que serve para afastar a imagem de pessoas, objetos ou cenário (MACIEL, 1995, p. 114)), para enquadrar a mulher e as duas crianças. A cena terminou num Plano Médio.
- Cena 02 – Plano Fechado na menina.

- Cena 03 – Plano fechado no menino.
- Cena 04 – Plano Geral do homem, da mulher e duas crianças.
- Cena 05 – Plano Médio do sr. Edno, no segundo plano apareceu a sua mulher.

No sentido **Conotativo**, podemos apontar que as Imagens mostraram uma família pobre da periferia do Rio de Janeiro. As casas velhas que apareceram em segundo Plano indicaram que as pessoas que moram nela têm dificuldades financeiras. O OFF do repórter ajudou a esclarecer aquele contexto: o homem estava desempregado há quatro anos e vive de biscates.

Após o OFF1 entrou a **sonora** com o seu Edno. No sentido **Denotativo**, vemos na tela um homem de cor negra, grisalho e extremamente magro. Por estar sem camisa, os ossos das costelas e dos ombros apareceram claramente. Na cena, ele estava em Primeiro Plano. No sentido **Conotativo** podemos dizer que a Imagem registrou a figura um homem na faixa dos 40 anos, com um ar de preocupado e que pela magreza do corpo parecia estar passando fome.

O OFF2, coberto com Imagens da periferia e com um gráfico feito no computador, trouxe o mapa do Brasil e localizou na região norte do país, as cidades do Maranhão e do Acre onde mais de 90% dos moradores vivem na Miséria. Como estamos trabalhando com Imagens análogas (BARTHES, 2002), não iremos analisar o material feito no computador.

No sentido **Denotativo**, temos os seguintes *takes*: cena 01 - trouxe num Plano Geral, crianças uniformizadas caminhando de costas numa rua, sem

calçamento, elas estavam na companhia de uma mulher; cena 02 – Plano Geral de uma rua cheia de fios de energia elétrica, com carros estacionados na calçada e pessoas caminhando; cena 03 – em Plano Médio apareceu um homem conduzindo uma carroça numa rua sem calçamento; cena 04 – Plano Médio em *Travelling* (câmera em movimento para acompanhar uma cena, um objeto ou pessoas que deslocam) mostrou uma cerca de arame farpado localizada na frente de uma casa, no pátio galinhas caminham no chão, roupas penduradas num varal; cena 05 – Plano Médio na janela de uma casa de material pequena com reboco aparente, em *Zoom out* a cena terminou num Plano Geral em que avistamos os fundos da casa onde estava um tanque de lavar roupas e uma bicicleta. As cenas retrataram a pobreza e a miséria que existem na periferia das grandes cidades no Brasil. Este é o sentido **Conotativo**.

Depois do OFF2 entrou o **boletim de passagem**, feito pelo repórter Ari Peixoto. O boletim foi gravado à noite, numa avenida movimentada, ao fundo percebemos luzes de casas construídas no morro. Na cena, identificamos um homem de terno e gravata que foi enquadrado num Plano Americano. Esta descrição compõe o sentido **Denotativo** da Imagem. Já sobre o sentido **Conotativo**, destacamos que homem que aparece, na tela, é o repórter que conduziu a matéria. O terno e a gravata indicam respeito com o público telespectador e conferem credibilidade ao repórter. A gravação, à noite, imprime atualidade à reportagem que é exibida no período noturno. Por fim, o morro, cheio de casas como cenário, significa que o repórter estava na periferia.

O OFF3 foi coberto com Imagens de uma favela de São Paulo. A cena 01 enquadrado em Plano Geral, barracos de madeira construídos nas proximidades das antenas de telecomunicações. A cena 02 em Plano Médio mostrou crianças na



cozinha de uma das casas. Na cena 03, apareceram pessoas caminhando numa viela da favela, o cinegrafista usou um Plano Geral andando pela via. Esta cena captou a fragilidade das casas, dos muros que servem de varal para as roupas. Esses detalhes compõem o sentido Denotativo das Imagens. Sobre o significado destas cenas (**Conotativo**), podemos pontuar que elas indicaram um quadro de extrema pobreza.

Logo depois do OFF3, entrou a **sonora** com o pesquisador da Fundação Getúlio Vargas. Ele apareceu num Plano Médio, sentado à mesa de trabalho. Ao fundo, havia um cartaz, intitulado Mapa da Fome. O homem, que surgiu na tela é branco, meio careca, na faixa etária dos 35 anos. Como a **sonora** passou de 10 segundos, os editores cobriram o final da fala do entrevistado com uma cena em Plano Geral de casas no morro, saindo num *zoom out* (movimento de câmera que serve para afastar a imagem de pessoas, objetos ou cenário (MACIEL, 1995, p. 114)) em direção a um riacho sem canalização. Com esta descrição, temos o sentido **Denotativo** da Imagem.

Em relação ao significado das Imagens na nossa sociedade (sentido **Conotativo**), podemos ressaltar que o homem que apareceu em quadro é um dos autores da pesquisa sobre a fome e naquele momento fazia a divulgação dos resultados. Seu nome é Marcelo Néri e o cartaz que apareceu como cenário fez referência ao título da pesquisa. No que se refere à cena da favela, ela indicou a pobreza em nosso meio social.

Após o OFF3 entrou uma *cabeça*, lida por Bonner que chama a **sonora**, dada pelo então Ministro da Casa Civil do governo Lula. Não foi uma **sonora** intencional. O ex-Ministro estava participando de um evento sobre a América Latina

e a sua fala foi captada pela câmera. Por isso, o ministro apareceu sentado à mesa de um auditório falando para o público. Ele é branco, calvo, usa óculos e está de terno e gravata. Esta descrição contempla o sentido **Denotativo** da Imagem. Já no sentido **Conotativo**, podemos dizer que a pessoa que falava era um ministro de Estado que representou naquele momento o pensamento do governo sobre a Miséria que existe no continente americano.

Quando aparece esse tipo de matéria na TV é raro não se identificar com o problema. A identificação, como coloca Maffesoli (1999), gera agregação social, Empatia. Já refletimos sobre isso em análises anteriores. A situação vivida pelo seu Edno também nos pertence. Ele é um dos tantos brasileiros que vivem à margem da sociedade. Ao vê-lo na tela, pensamos, poderia ser qualquer de um nós.

O sofrimento dos outros nos incomoda. Reagimos. Matérias anteriores que, também, abordaram a questão da fome no país, geraram atitudes nas pessoas, a maioria delas querendo ajudar. A série sobre a Fome, feita pelo repórter Marcelo Canellas, no **JN**, provocou este tipo de sentimento. A reportagem mostrou uma senhora que vivia em condições precárias num barraco no Vale do Jequitinhonha, interior de Minas Gerais. As cenas, que foram ao ar eram chocantes, mostravam uma pessoa que já não tinha forças, para falar. Sensibilizado com a situação, o repórter contou numa palestra, em Itajaí (2006), que chegou a comprar comida para ela numa venda da região. No dia que a matéria foi ao ar no **JN**, entrou uma **nota** informando que a mulher que aparecera na matéria havia morrido.

Outras reportagens, feitas no Nordeste, revelaram dramas parecidos. O povo, no sertão nordestino, castigado pela seca, passa fome. Uma dessas matérias gerou uma grande mobilização em São Paulo. Um grupo de jovens arrecadou

alimentos e os enviou à região. Situações como essas mostram o poder de Comunicação de um telejornal, como é o **JN**, exibido em horário nobre na Televisão.

No caso da matéria **Miséria**, o **JN** cumpriu a sua missão. Tornou público para todo o país que no Brasil as pessoas ainda passam fome. A situação do seu Edno mostrada na reportagem emocionante e revela o seu sofrimento. Como ficar indiferente a isso? O repórter Marcelo Canellas (2006) disse, em Itajaí, que isso é o máximo que a Imprensa pode fazer, mostrar o problema, o restante é com a sociedade, com os governos.

Para concluir, podemos dizer que a reportagem Miséria sensibilizou os telespectadores brasileiros. Fez com que nos identificássemos com o problema da fome e pudéssemos compreender porque há tanta violência em nosso país. Isto é, a miséria e a exclusão social chegaram ao limite. Enquanto, não atacarmos esta questão, a violência urbana dificilmente será resolvida.

Depois de assistir a matéria **Miséria** no **JN**, constatamos o quanto o povo brasileiro é pacífico. Esse é o nosso estado de espírito. Demoramos a reagir, a nos indignar com os fatos. De acordo com a reportagem, 30% dos brasileiros vivem na Miséria. Em números, isso significa algo em torno de 50 milhões de pessoas. Onde estão esses brasileiros? Por que são tão pacíficos? Será por que não estamos acostumados a nos rebelar? A **sonora** do seu Edno revelou esta resignação. Até parece que temos que “aceitar” tudo o que acontece, sem fazer nada. A sua fala foi educada e num bom português bonito: “O primordial é a comida”.

Em outros países, as pessoas fazem passeatas, lutam pelos seus direitos. Aqui, o processo se desvia. Na Argentina, quando o país quebrou a classe média foi às ruas, houve manifestações populares: passeatas, painéis para manifestar a

fome, entre outras ações. No Brasil, o nosso povo parece não ter tradição de se manifestar, aceita tudo ou procura desvios como o tráfico de drogas. Um caminho, que gera Violência, e não resolve o problema. Para concluir a questão do Imaginário, podemos dizer que a reportagem **Miséria** conseguiu resgatar essa certa “apatia” que vivemos no Brasil. Parece que o nosso lema é “ajeitar as coisas” e ir empurrando os problemas com a barriga.

A matéria resgatou através das cenas, a Miséria que ainda existe no Brasil. Nos últimos anos, o país melhorou a renda dos trabalhadores, mas não conseguiu acabar com a fome existente em várias regiões. As crianças precisam de creche, escola decente, alimentação, enfim, de proteção. O Estado brasileiro funciona de maneira precária, não oferece serviços decentes a sua população. Vivemos a Cultura da ineficiência, resignados a pagar imposto e a ver que nem a população pobre é atendida decentemente.

A reportagem de televisão em si já é um exemplo de discurso Pós-Moderno. Na sua essência, ela é composta de pequenos fragmentos que compõe o todo. **Cabeça, Off, Boletim, Sonora e Nota pé**. Na matéria **Miséria**, esses elementos estão presentes. A reportagem começou com a história de um morador que vive num bairro pobre da periferia do Rio de Janeiro. Depois, trouxe dados sobre uma pesquisa, elaborada pela Fundação Getúlio Vargas, que identificou os locais mais miseráveis do Brasil.

O texto do repórter informou que a Miséria, no país, cresceu e está concentrada nas regiões metropolitanas. O pesquisador explicou as causas desse crescimento. Por fim, a reportagem terminou com uma **sonora** do então Ministro José Dirceu, onde ele afirma que o crescimento econômico do país só tem sentido

se vier acompanhado de justiça social. Como podemos observar, em pouco mais de dois minutos de reportagem, conseguimos ver e ouvir diversos setores da sociedade. Nesta matéria, falou o pobre, o pesquisador e o representante do governo federal.

A reportagem **Miséria**, também, contemplou algumas características da Pós-Modernidade apontadas por Rouanet (1986). No aspecto social, “a onipresença do signo, do vídeo”. Nesse caso, uma equipe da TV Globo foi à periferia, para mostrar a situação dos miseráveis do nosso país. Essas Imagens correram o Brasil e o mundo, pois a emissora distribui o seu sinal nos Estados Unidos, na Europa e na Ásia. Essa rapidez com que a informação circula materializou aquilo que Rouanet (1986) chama de “capitalismo planetário”, isto é, o aspecto econômico da era Pós-Moderna. Ou seja, os dados sobre a pobreza em nosso país chegaram aos principais países do mundo. Esses índices servem, por exemplo, para elaborar as taxas de risco de investimento no Brasil.

A matéria **Miséria** ainda abarcou o aspecto político da Pós-Modernidade, onde na visão de Rouanet (1986), a sociedade ganha papel de destaque e as conquistas passam a ser de grupos, segmentos e não mais universais. No caso apresentado, o morador Edno, por exemplo, ganhou visibilidade, conseguiu expressar a sua luta pela sobrevivência. Ele representou de alguma forma os milhares de brasileiros, que vivem na mesma situação.

Além disso, Rouanet (1986) observou que na era Pós-Moderna houve uma diminuição no contato pessoa a pessoa, a relação social ocorre através do vídeo. Na reportagem, milhares de brasileiros ficaram sabendo do problema da miséria em nosso país, através da Televisão. Não precisaram ir até a periferia, para

tomar conhecimento da dificuldade das pessoas pobres. Tomaram conhecimento da sua existência por meio da Televisão. Esse aspecto, também, foi lembrado por Jameson (1985) e Débord (1998, p. 14-15) que interpretaram a Pós-Modernidade como a Sociedade dos Mídia ou Sociedade do Espetáculo, onde “tudo vira show, para nós mesmos”.

Por fim, a matéria **Miséria**, exibida no **JN**, permitiu uma grande interação simbólica entre os brasileiros. Essa é a marca da Pós-Modernidade na visão de Maffesoli (1999). Por exemplo, as Imagens da periferia chegaram à cidade e vice-versa. Houve, também, aquilo que o autor denomina de “estar-junto”, isto é, o papel principal da Comunicação, possibilitar as pessoas o encontro com a suas realidades. Nesse caso, a Televisão saiu às ruas, captou uma realidade e a tornou comum a milhares de brasileiros, que assistiam ao **Jornal Nacional**.

### **3.1.4 Matéria - transporte coletivo**

A reportagem contou a luta dos brasileiros para chegar ao trabalho. Revelou que o vale transporte acaba, muitas vezes, sendo usado, para comprar comida ou provoca a perda do emprego. Algumas empresas evitam contratar quem mora longe do trabalho, para não ter que pagar este benefício ao trabalhador.

#### **CABEÇA – Âncora William Bonner**

Uma pesquisa feita em quatro metrópolis denunciou um obstáculo para os brasileiros na disputa de um emprego: o preço dos transportes coletivos.

**OFF1** – De casa para creche. Da creche para o trabalho, a pé. Para adriane, o valor da passagem de ônibus em Belo Horizonte é tão alto que ela prefere usar o vale transporte no armazém.

**SONORA – ADRIANE / doméstica**

“Compro verdura e fruta, às vezes até carne pra minha casa que falta”.

**OFF2** – 45% da população das grandes cidades enfrentam dificuldades para visitar parentes e até pra trabalhar. São famílias com rendimento de até 720 reais por mês. É o que diz um estudo feito no Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte.

**SONORA – ALEXANDRE GOMIDE / PESQUISADOR**

“A camada aí, da população mais pobre, mais vulnerável. Ela tá sendo, praticamente privada do acesso ao serviço de transporte coletivo. De acordo com a nossa constituição é um serviço público essencial”.

**OFF3** – Para economizar, seu Nilson leva a mulher de bicicleta para o serviço e depois pedala quase 30 quilômetros a procura de emprego.

**SONORA – SEU NILSON / desempregado**

“Não posso pagar passagem. Carona ninguém dá, tem que ser de bicileta mesmo”.

**PASSAGEM – REPÓRTER FLÁVIO FACHEL**

A falta de linha de ônibus e o preço alto das passagens acabaram criando uma situação surpreendente para quem mora em bairros como este, em Duque de Caxias, na baixada fluminense. Na hora de tentar conseguir um emprego, já não basta pra quem vive aqui apresentar experiência ou qualificação profissional. É

preciso convencer o patrão de que dá pra chegar à empresa usando apenas um vale transporte.

**OFF4** – Quem mora longe está fora dos planos desta indústria. Eles preferem treinar quem mora mais perto a contratar funcionários prontos que vivem em lugares distantes da fábrica.

#### **SONORA – DONO DA EMPRESA – SEM IDENTIFICAÇÃO**

“Prá nós termos custos com transporte”.

**OFF5** – Wallace investiu em um curso de informática e conseguiu um trabalho com um salário de 500 reais e pensou que seria uma boa idéia morar com a mãe para economizar no aluguel. Acabou demitido porque a empresa teria que dar quatro vales transporte pra ele ir e voltar para casa.

#### **SONORA – WALLACE DA SILVA CRUZ – TÉCNICO EM INFORMÁTICA**

“Se tem a identificação do serviço que é o que eles pedem, mas você vê que não é nada daquilo. É por causa da passagem. Você perde um emprego bom, por causa da passagem, você fica indignado né, é uma revolta muito grande”.

O custo do transporte coletivo para empresas e trabalhadores acabou sendo o enfoque principal da matéria. Em paralelo, o repórter Flávio Fachel, também, revelou que muita gente usa o vale-transporte para comprar comida. Quer dizer, a reportagem tornou comum a milhões de brasileiros que assistem ao **Jornal Nacional** todos os dias, as dificuldades que enfrenta o trabalhador de baixa renda em nosso país.



A reportagem trouxe o drama de quem ganha pouco e depende do transporte coletivo. A empregada que apareceu na matéria leva a filha a pé para creche com objetivo de economizar. O dinheiro do transporte vai para comida. O jovem Wallace foi demitido de uma empresa, porque morava longe e tinha que pegar quatro conduções por dia.

A matéria **Transporte Coletivo** ilustrou a força de um telejornal como **JN**. De repente, um problema do cotidiano da empregada doméstica Adriane e do técnico em informática Wallace entrou na casa de milhões de brasileiros. A partir daquele momento, o drama dos dois, se tornou comum, passou a fazer parte da nossa sociedade. Formou-se o chamado **laço social**, explicado por Maffesoli (1999), como o papel principal da Comunicação. Isto é, colocar as pessoas em relação às outras, fazê-las partilhar sentimentos comuns. Se eles estavam enfrentando dificuldades é porque havia algo de errado no nosso meio social.

Se, para muita gente, o vale transporte ajuda nas despesas com o ônibus, para outros tantos brasileiros, o dinheiro tem outro destino ou pode até dificultar a permanência no mercado de trabalho. Este foi o caso de Wallace. A reportagem captou essa dura realidade brasileira. Criou-se uma lei para beneficiar os trabalhadores, mas as empresas, já tão penalizadas pelos impostos, acabam tendo que driblar o que diz a legislação com o objetivo de reduzir seus custos.

Por trás da demissão do técnico de Informática Wallace se escondeu uma outra realidade. Os salários no Brasil são baixos demais. O vale-transporte surgiu, para minimizar o problema, mas acabou gerando outro. O certo é que se os salários fossem mais dignos, a ajuda para o transporte seria irrelevante. Vivemos num país, onde há uma diferença muito grande entre o que ganham os ricos, a classe média e

os pobres. Numa simples lembrança, enquanto há pessoas que tem barco para passear nos finais de semana, há gente que não tem o quê comer, sequer onde morar. Portanto, a Adriane, Nilson e o Wallace, através da reportagem puderam contar o seu cotidiano para milhões de telespectadores brasileiros. Apesar de ser uma realidade difícil, os três revelaram a força de um povo que luta para sobreviver com dignidade.

A **cabeça** da matéria **Transporte Coletivo** foi lida por William Bonner. Foi ele que deu sentido à reportagem, exerceu o papel do Âncora, facilitando a compreensão dos telespectadores ao que seria apresentado a seguir. Nessa **cabeça** conseguimos identificar a presença do Jornalismo Informativo, aquele que na visão de Erbolatto (1991, p. 34): “Relata e descreve o fato nos limites da objetividade humana”. Foi isso que aconteceu. Ela somente informou sobre um problema que estava acontecendo em nosso país. Isto é, o preço dos transportes terminou dificultando o acesso ao emprego para os brasileiros. Os detalhes da pesquisa e o contexto geral do fato foram explicados ao longo da reportagem.

Bonner não apenas leu a **cabeça**, mas fez uma “interpretação” do que estava falando aos telespectadores. Seu estilo foi **firme, seguro**, passou **credibilidade**, mas sem muita **vibração**. Sua leitura é mais **séria, contida**, do que a feita pela colega Fátima Bernardes. Apesar de diferente, o Âncora não deixou de enfatizar as chamadas “palavras de valor” durante a sua apresentação.

No momento em que leu a palavra **Obstáculo**, seu corpo se **movimentou** levemente para o lado esquerdo, a mão esquerda seguiu na mesma direção. A intensidade da voz se **elevou**, para enfatizar a palavra. A outra ênfase foi dada na

sentença **preço dos transportes coletivos**. Nela, Bonner fez uma entonação de voz mais **forte** como forma de **ênfatizar** cada palavra.

Quando fez a leitura, as sobrancelhas ficaram **semi-arqueadas**, significando **surpresa** e **indignação** com o fato. Ao ler essa frase, estava nas entrelinhas algo do tipo: Mas Como? Isso está acontecendo? O tom da leitura foi **conclusivo**. A ênfase do Âncora foi tanta que ele acabou **levantando** a mão direita para cima.

No dia da apresentação dessa **cabeça**, Bonner vestia um terno claro de cor gelo, usava uma camisa branca e uma gravata vermelha. Seu estilo pode ser definido como clássico: cabelo curto com uma mecha branca na frente. O Âncora usava apenas um pó básico para neutralizar as imperfeições naturais da pele e evitar o reflexo da luz. Este estilo sóbrio tem o objetivo de passar credibilidade aos telespectadores. Concluímos que, na apresentação desta **cabeça**, o trabalho do Âncora foi fundamental. Ele conduziu à narrativa do telejornal naquele momento. Fez a “quebra” do assunto anterior para discutir a questão do preço do transporte coletivo na vida do trabalhador.

A matéria **Transporte Coletivo** não tinha uma grande Imagem, para mostrar. Como o foco da reportagem foi a dificuldade do trabalhador em relação ao transporte, as Imagens acabaram sendo o dia-a-dia das pessoas escolhidas como personagens da reportagem. A história foi construída com quatro OFFS, quatro **sonoras** e um **boletim de passagem**.

No OFF1, apareceu o primeiro personagem da matéria: a doméstica Adriane. Ela surgiu na tela em quatro diferentes momentos. No sentido **Denotativo**, isto é, apenas o análogo de objetos e pessoas em cena, pode-se descrever as

seguintes Imagens: mulher caminhando na rua com uma criança no colo; mulher saindo de uma casa, caminhando na calçada e andando numa rua de paralelepípedos com carros estacionados à direita.

Já no sentido **Conotativo**, aquele que interpreta a Imagem em relação ao seu contexto, existe a seguinte perspectiva. A mulher que apareceu na cena é uma empregada doméstica que está levando seu filho para creche. O trajeto, que incluiu a ida até o trabalho é feito a pé, pois o preço do transporte coletivo é alto. Com base no texto do repórter, ficamos sabendo que Adriane trabalhava como doméstica em Belo Horizonte.

As cenas, que apareceram no OFF1, tiveram o seguinte enquadramento: um Plano Médio (Adriane com a criança no colo); um Plano Geral (Adriane saindo do trabalho); um Plano Médio (Adriane caminhando na calçada) e um Plano Geral (Adriane caminhando no meio da rua). Nestas cenas, identificamos que ela trabalhava numa casa típica da classe média brasileira, com muro e portão altos, para se proteger da violência urbana.

Depois do OFF1, entrou uma **sonora** com a Adriane. Ela apareceu no vídeo, enquadrada do peito para cima, o que na linguagem da TV chamamos de Primeiro Plano. No sentido **Denotativo**, podemos dizer que a pessoa mostrada na tela é uma mulher morena, jovem, com pouco mais de 20 anos. Já no sentido **Conotativo**, observamos que a **sonora** foi feita na frente da casa, onde ela trabalha. Essa identificação pôde ser feita por que a Adriane foi colocada pelo cinegrafista no canto direito do vídeo.

Em seguida, a reportagem prosseguiu com um OFF2. Para cobri-lo, foram usadas Imagens de pessoas na rua (sentido **Denotativo**) e um mapa do Brasil

destacando as cidades de Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo e Recife. Este recurso gráfico feito no computador é chamado em telejornalismo de **arte**. No sentido **Conotativo**, observamos que as pessoas que apareceram na Imagem estavam numa rua da “periferia” de uma grande cidade. Foram duas cenas gravadas em Plano Médio.

Após o OFF2, entrou uma **sonora** com Alexandre Gomide, identificado na tela como pesquisador do IBGE. No sentido **Denotativo** da Imagem, vemos um homem jovem, na faixa dos 30 anos de idade, de pele clara, cabelos escuros, que usava óculos. Já no olhar **Conotativo**, percebemos que o homem estava de terno e gravata, o que na Cultura ocidental inspira respeito, seriedade. A **sonora** foi feita em Primeiro Plano e o entrevistado enquadrado do peito para cima. O local da **sonora** não foi o mais adequado. Percebemos que o pesquisador estava na frente de um prédio, mas ao fundo apareceram galhos e folhas de árvores que não combinaram com o objetivo da matéria.

O OFF3 foi curto, mas, em termos de Imagem fortaleceu o poder de Comunicação da Televisão. Foram três cenas que disseram tudo, quando o assunto é transporte coletivo. No sentido **Denotativo**, temos as seguintes cenas: um homem de bicicleta leva uma mulher na carona; com a bicicleta parada, os dois se despedem com um beijo; o homem segue de bicicleta, agora numa rua mais movimentada. Esta seqüência terminou com uma **sonora** do homem, que fala, andando na bicicleta.

No sentido **Conotativo**, esta **sonora** teve um significado especial. O homem não só falou sobre o seu problema, mas estava vivendo ele na pele, ao andar de bicicleta. A intenção do cinegrafista foi justamente essa, mostrar aos

brasileiros a dificuldade enfrentada por aquele cidadão que não pode pagar a passagem de ônibus. Esta **sonora**, gravada em movimento, num Plano Médio, deu uma realidade ainda maior à matéria.

O sentido **Conotativo** das cenas do OFF3 se completou com as informações dadas pelo repórter. O homem que conduziu a bicicleta chama-se Nilson, sua esposa é a mulher que está na carona, ele a levou para o trabalho com o objetivo de economizar o dinheiro da passagem de ônibus. Esta cena foi gravada num Plano Geral, com a idéia de mostrar o “meio de transporte” usado pelo casal para chegar até o trabalho. Com esse Plano Aberto, foi possível verificar que a rua não tinha calçamento e ficava na periferia do Rio de Janeiro. Na cena da despedida, o cinegrafista utilizou um Plano Médio, para captar o beijo e a bicicleta parada. Esta cena indicou que a tarefa de levar a esposa, para o serviço fora completada.

A última cena do OFF3 trouxe o seu Nilson seguindo em direção à cidade. Ele apareceu, de costas, pedalando a bicicleta numa rua mais movimentada. Ao fundo, uma via expressa com automóveis, passando anuncia a proximidade de uma grande cidade. O texto do repórter Flávio Fachel informou que o seu Nilson ainda vai pedalar 30 km em busca de um emprego. A cena, gravada em Plano Geral, captou esta emoção, o homem e a sua luta pela sobrevivência.

O OFF4 foi coberto com cenas de apoio, aquelas que servem para mostrar o que o entrevistado irá falar a seguir. Neste OFF, a Imagem no sentido **Denotativo** tinha os seguintes elementos: um homem e uma mulher, sentados à mesa de um escritório, com arquivos de aço ao fundo.

Já no sentido **Conotativo**, aquele que faz a interpretação da Imagem, a partir do contexto social e na visão do seu criador, podemos fazer as seguintes

observações: a Imagem principal foi dividida em três cenas, todas em Plano Médio. Numa delas, a mulher apareceu sozinha com papéis na mão. Ela estava sentada à mesa, na cadeira principal. Um homem, ao seu lado.

O OFF4 do repórter se referiu a eles como uma “indústria”: “quem mora longe está fora dos planos desta indústria”. Mas a cena trouxe um escritório pequeno e acanhado, possivelmente de uma micro-empresa da região. Este é o típico caso em que a Imagem acabou discordando do texto do repórter. Ficaria melhor, se o autor do texto tivesse usado o termo “pequena indústria”, para nomear a empresa usada para exemplificar o problema do Transporte Coletivo. No final deste OFF entrou uma **sonora** com menos de 5 segundos com o provável proprietário da micro-empresa.

A matéria **Transporte Coletivo** terminou com um OFF5, seguido de uma **sonora**. Neste OFF, o repórter apresentou mais uma personagem da reportagem. Era o técnico em informática Wallace, que afirmou estar qualificado para a função que exercia numa empresa, mas fora demitido por precisar de quatro vales transporte para chegar ao trabalho.

As Imagens, usadas no OFF5 são as chamadas cenas de apoio, aquelas que servem apenas para ilustrar a apresentação do entrevistado. No caso deste OFF, temos, no sentido **Denotativo** a seguinte Imagem: um jovem estuda sentado à mesa que fica na varanda de uma casa. No olhar **Conotativo**, aquele que apresenta os outros significados da Imagem, baseado no contexto social e na autoria do criador, neste caso, o cinegrafista, identificamos a seguinte situação: o jovem que estava numa casa de classe média é um trabalhador. Na primeira cena, feita em

Plano Médio, Wallace apareceu lendo uma apostila; na segunda cena, ele seguiu concentrado, estudando.

Essa cena teve uma duplicidade de Planos: começou em Plano Geral, aproximando num *Zoom in* (movimento de câmera que aproxima a imagem de pessoas ou objetos (MACIEL, 1995, p. 114)), para finalizar em Plano Médio. O último *take* captou apenas o rosto do jovem em *close*. Nas duas cenas, o rapaz em questão apareceu estudando. Na nossa Cultura, estudar significa ser uma pessoa do bem, batalhadora, que não está esperando as coisas caírem do céu. Esta Imagem acabou reforçando a qualidade da personagem. Pois, no OFF5 do repórter foi dito que Wallace tinha uma profissão, mas perdeu o emprego, porque dependia de quatro ônibus para ir e voltar do trabalho.

Para compreender a Empatia é preciso escrever sobre a identificação. Na visão de Maffesoli (1999) é ela que gera a “agregação social”. Com a matéria Transporte Coletivo não foi diferente. A reportagem foi exibida no Jornal Nacional da TV Globo. Essa é a primeira constatação importante. O telespectador, que assiste ao **JN**, sabe que verá uma produção nacional de uma das mais importantes emissoras de TV do Brasil. Quando roda a vinheta do programa que está há 35 anos no ar, sabemos que virão as notícias do **JN**. São elas que fisgam o telespectador, se ele gostar, fica sintonizado senão muda de canal.

Essa identificação ocorreu o tempo todo. Ainda hoje, apesar das mudanças culturais, homens e mulheres têm as suas preferências na hora de ver Televisão. De uma maneira geral, os homens preferem as notícias esportivas, as partidas de futebol. As mulheres adoram novelas. Portanto, o sucesso de um



programa vai depender da identificação do telespectador. Quando isso ocorre é porque houve Empatia e, naturalmente, passamos a pertencer aquele grupo.

Em relação à matéria **Transporte Coletivo**, precisamos compreender algumas coisas. Ela foi exibida no **JN**, um dos programas de maior audiência da televisão brasileira. Ao sintonizá-lo, o telespectador já sabe o que pode esperar: notícias do Brasil e do mundo, vistas sob o olhar da TV Globo. Como já dissemos, anteriormente, para alguns especialistas, um jornalismo de qualidade, sintonizado com a realidade brasileira. Já para outros *experts*, um telejornal oficial demais, que não consegue se desvincular do estilo “governista”, iniciado nos tempos da ditadura militar.

De qualquer modo, o **JN** consegue sensibilizar a atenção diária de aproximadamente 30 milhões de brasileiros todas as noites (LIMA, 2004). Foi esse público de tamanho respeitável que assistiu a reportagem **Transporte Coletivo**. A matéria mostrou o drama de três trabalhadores brasileiros, quando o assunto é deslocamento urbano. A empregada doméstica Adriane vai a pé para o trabalho, gasta o vale-transporte comprando comida. O seu Nilson estava desempregado, usa a bicicleta, para levar a mulher no serviço e para procurar emprego. Já o técnico em Informática Wallace perdeu o emprego, porque morava longe da empresa, que teria que gastar mais com vale-transporte.

Os três casos que apareceram na reportagem não são únicos. O OFF2 do repórter nos informou que “45% da população das grandes cidades enfrentam dificuldades para visitarem parentes e até para trabalhar. São famílias com rendimento de até 720 reais por mês”. Esse é o Brasil real, com uma população sofrida, que luta para sobreviver com dignidade. A matéria mostrou as dificuldades

cotidianas desses trabalhadores. O papel da reportagem **Transporte Coletivo** foi esse: revelar o nosso cotidiano para nós mesmos, ainda, que muitas vezes não queiramos vê-lo.

Nessa matéria, percebemos o outro, nos identificamos com ele. Adriane, Nilson e Wallace são brasileiros como nós, queiramos ou não. Ao aparecer na TV, puderam representar outros tantos brasileiros que vivem a mesma situação. Como assinala Maffesoli (2003), o povo quer se ver na TV, quer participar. É aí que houve a identificação, a Empatia, a possibilidade de dividir o mesmo sentimento. Muitos podem ter pensado “não sou só eu que tenho dificuldade para pagar o ônibus”. Um outro sentimento que a matéria pode ter despertado é o da solidariedade. Como não pensar em ajudar pessoas como o jovem Wallace, que perdeu o emprego porque mora longe?

Mesmo sem perceber, a reportagem **Transporte Coletivo** captou o Imaginário nacional. O famoso “jeitinho brasileiro” apareceu, com todas as letras durante a exibição da matéria. Adriane, por exemplo, aumentou a sua renda indo a pé para o trabalho. O dinheiro do vale-transporte é gasto com a comida. Desempregado, Nilson fez da bicicleta um eficiente meio de transporte, que serve para ir em busca de emprego e levar a mulher ao serviço. Provavelmente, o jeitinho brasileiro surgiu a partir das dificuldades que a população enfrenta. Acostumados a lutar pela sobrevivência, o nosso povo é criativo na arte de driblar os problemas cotidianos. A matéria conseguiu revelar isso.

Para falar de Cultura, precisamos lembrar o que diz Santaella (2003). Ela pontua que o homem vive num ambiente duplo: um natural e um social, sendo que este último é elaborado pelo próprio homem. Através das Imagens, a reportagem

**Transporte Coletivo** mostrou pelo menos duas realidades do ambiente social ao qual estamos inseridos. De um lado, ruas arborizadas com calçamento, casas bonitas. Do outro, ruas sem calçamento, moradias simples. Tudo construído pelo homem de acordo com o seu poder aquisitivo. Na rua arborizada, existiam carros estacionados, na rua mais simples, o chão era de areia, não havia carros parados e o homem passava por ali de bicicleta. Essas Imagens compõem a nossa Cultura e, como diz Maffesoli, não é possível separá-la da natureza.

No momento que fez o **boletim de passagem**, o repórter estava de terno e gravata. Essa roupa na nossa Cultura significa elegância, respeito, seriedade no relacionamento com os outros e com o telespectador que está em casa. Num outro momento, a reportagem captou também a Cultura presente na cabeça de alguns empreendedores. Enquanto o Estado cria leis para beneficiar o trabalhador, como é o caso do vale-transporte, algumas pessoas recorrem a maneiras de burlar o benefício, adotando a seguinte estratégia: quem mora perto da empresa tem preferência.

Stuart Hall (1976) observa que a Mídia lidera a revolução Cultural iniciada no início do século XX. Para o autor, ela sustenta as trocas globais de conhecimento e informação diminuindo as distâncias entre as pessoas. Em relação à reportagem **Transporte Coletivo**, podemos dizer que isso se cristalizou. Ao ir para o ar no **JN**, a matéria tornou público para o país como estava ocorrendo na prática o uso do vale-transporte. Revelou as diferentes interpretações feitas pelos atores sociais envolvidos. Os empresários querem economizar. Já os empregados podem investir o vale-transporte na compra de comida, ou então, se morar longe, perder o emprego.

A narrativa é a forma como contamos uma história. A reportagem de Televisão tem uma estrutura narrativa que pode ser considerada Pós-Moderna. Ela é composta de pequenos fragmentos que denominamos de **Off**, **Boletim** e **Sonora**. Escritos ou realizados de forma isolada, ganham vida na hora da edição. É como se fosse um pequeno quebra-cabeça, usado para contar uma história do dia.

Em relação à matéria **Transporte Coletivo**, foi isso que aconteceu. As personagens entram e saem em poucos segundos. O texto do repórter fez a amarração da história. Em pouco mais de 2 minutos, ficamos sabendo um pouco da vida da Adriane, do Nilson e do Wallace. O drama, vivido por eles, para pagar o Transporte Coletivo virou um “espetáculo para nós mesmos” (DEBORD, 1998). Um assunto tão singular, tão pessoal (o dinheiro de cada um), acabou sendo mostrado em rede nacional, num telejornal (**JN**) assistido por milhões de brasileiros. Que, através da reportagem mantiveram uma relação social (DEBORD, 1998) com os seus conterrâneos. Maffesoli (1999) chama isto de “interacionismo simbólico”. Milhares de pessoas puderam “sentir em comum”, o problema vivido por moradores da periferia do Rio de Janeiro. É o que ele chama de “paradigma estético”, essência da era Pós-Moderna.

A matéria, também, cristalizou a chamada “onipresença” da Mídia, uma característica da Pós-Modernidade, discutida por autores como Jameson (1985) e Rouanet (1986). Nesse caso, a Televisão, que parece estar em todos os lugares, nos bairros pobres da periferia ou nos bairros ricos, como apareceu na matéria. Não importa, onde existe algo acontecendo, haverá uma câmera para mostrar. É a chamada saturação informacional, outro valor presente da Pós-Modernidade.

## 3.2 Decupando as matérias do *RBS Notícias*

### 3.2.1 Carteira do trabalho

Esta reportagem denuncia o atraso na emissão de duas mil carteiras do trabalho em Florianópolis por um motivo inusitado: falta de tinta na impressora da Delegacia Regional do Trabalho. A matéria ouviu a mãe de um menino que confirmou a dificuldade de obter o documento. Ela informou que seu filho está trabalhando sem registro por não conseguir a carteira. O delegado regional do trabalho explicou que, num prazo de dez dias, a situação será regularizada.

#### TRANSCRIÇÃO

##### CABEÇA / ÂNCORA – ILDIANE SILVA

Um problema inesperado para quem consegue emprego. Depois de vencida a parte mais difícil, virou também um desafio conseguir a carteira de trabalho.

##### CABEÇA / ÂNCORA – FABIÁN LONDERO

Já são cerca de dois mil pedidos acumulados, o motivo: falta tinta na impressora.

**OFF1** – Um protocolo indica que a carteira de trabalho ficaria pronta em 30 de março. Mas o filho de Diva está trabalhando sem carteira assinada porque a Delegacia Regional do Trabalho não entregou o documento.

**SONORA** – Diva Stein – dona de casa.

“Em uma das vezes que telefonei, eles alegaram que a impressora estaria quebrada. Na segunda vez, que era falta de tinta”.

**PASSAGEM** – Repórter – Carla Kabral / Florianópolis

O problema é a falta de *toner* que é usado para impressão das carteiras. O produto acabou em março. A delegacia ainda não tinha recebido recursos do Ministério do Trabalho para comprar mais *toner*. Quando o dinheiro chegou, a compra precisou passar por um processo de licitação.

**OFF2** – Só uma parte do produto pôde ser comprada imediatamente. A impressora que está funcionando está sendo usada para confeccionar as carteiras do interior do Estado. Cerca de dois mil pedidos de trabalhadores da Grande Florianópolis estão acumulados.

**SONORA** – Odilon Silva – Delegado Regional do Trabalho/SC

“Nós temos um prazo de aproximadamente dez dias para regularizar a demanda que ficou estocada aqui na DRT”.

A emissão de carteiras de trabalho na DRT (Delegacia Regional do Trabalho) de Florianópolis estava parada. O motivo, falta *toner* para impressora. Em princípio, um fato banal, mas depois, avaliando com calma, percebemos que havia, só na capital, duas mil pessoas esperando o documento. A reportagem revelou que a burocracia nas instituições públicas, muitas vezes, traz prejuízos ao cidadão.

O problema das carteiras veio à tona para a sociedade catarinense através da reportagem Carteira do Trabalho exibida no **RBS Notícias**. A matéria tornou público aos catarinenses, a situação da DRT na capital. Com ela, ficamos sabendo que a falta de tinta fora provocada pela demora no envio de recursos do Ministério do Trabalho. E que, depois de o dinheiro chegar, ainda foi preciso fazer uma licitação para comprar o produto, seguindo o que determina legislação. Ora, se há tanta burocracia, faltou atenção dos gestores do órgão, que deveriam ter se antecipado ao problema. Pura negligência com a sociedade.

Na reportagem, a **sonora** da dona Diva Stein, mãe do menino que aguardava pela carteira, acabou representando os demais catarinenses com o mesmo problema. A matéria materializou o pensamento de Maffesoli (2003, p. 15) sobre a Comunicação. Para o autor, “as pessoas não querem só informação, querem ver-se, ouvir-se, contar o cotidiano para si mesmas”. Através do telejornal, dona Diva pôde cobrar uma solução para a questão. Além disso, conseguiu “partilhar” o seu drama com outros cidadãos catarinenses.

O atraso na emissão das carteiras por causa da falta de tinta na impressora da DRT foi divulgado com revolta pelos dois Âncoras do **RBS Notícias**. Ao lerem as suas partes na **cabeça**, ambos mostraram-se indignados com o fato. Em outras palavras, cumpriram o papel do Jornalismo na democracia, que é a fiscalização constante dos poderes constituídos (TRAQUINA, 2004). No caso em questão, a DRT é vinculada ao Ministério do Trabalho, subordinado ao poder executivo.

A Âncora Ildiane Silva fez a leitura da primeira parte da **cabeça**. Com o cabelo curto, mais do que o normal, penteado para o lado direito, vestia um *tailleur*

fechado com gola vê. A maquiagem no rosto, resumia-se ao batom nos lábios e brincos pequenos. Sua ênfase na voz ocorreu em três momentos: **quem consegue um emprego; mais difícil; carteira do trabalho**. Quando leu **quem consegue um emprego**, ampliou ao tom de voz, juntou as mãos e, executou duas vezes, um movimento de cima para baixo. Simultaneamente a esse gesto, a apresentadora mexeu levemente a cabeça.

Já na leitura da composição **mais difícil**, a Âncora mexeu com cabeça para o lado esquerdo, revelando a sua insatisfação com aquele acontecimento. Nas entrelinhas, ficou clara, a intenção de dizer que como é difícil conseguir um trabalho em nosso país. Por último, Ildiane deu uma atenção especial à expressão **carteira de trabalho**. Nesse momento, usou a ironia no tom de voz, como se dissesse: “até tirar uma simples carteira de trabalho está complicado”. Além de mudar o tom da voz, a apresentadora baixou suavemente a cabeça, como se quisesse dizer: mas como? Até para conseguir um documento está difícil?

A segunda parte da **cabeça** tinha apenas uma frase e foi lida por Fabián Londero. Apesar de pequena, ganhou vida na voz do apresentador. Em **acumulados**, o Âncora levantou as sobrancelhas levemente, indicando a sua surpresa e revolta com o fato. Depois, enfatizou quase uma frase inteira: **falta tinta na impressora**. Nesse momento, também diminuiu o tom de voz, para ironizar a causa de todo o problema. A leitura indicou indignação, assim como a expressão facial. As sobrancelhas ficaram suspensas e os olhos não paravam de piscar. Em relação ao visual, Fabián estava, como de costume, de terno e gravata, gel no cabelo e um pouco de pó no rosto.



No que se refere aos Gêneros Jornalísticos, podemos dizer que apenas o Informativo se fez presente na elaboração da **cabeça** da matéria. Em nenhum momento, os Âncoras foram além do fato, apenas se limitaram a dar informações sobre o ocorrido. De outro lado, a opinião deles apareceu sutilmente, como vimos acima, na forma como procederam a leitura. Podemos dizer que a ausência do Gênero Interpretativo, seguindo o que faz o **JN**, revela um “engessamento” na maneira de apresentar as notícias. O telejornal poderia arriscar mais, colocando no ar pequenas notas que fizessem o telespectador refletir sobre os temas do dia. Percebemos certa “acomodação” no formato de ancorar o noticiário, motivada talvez pela liderança de audiência.

Ainda em relação aos Âncoras, cabe lembrar que o **RBS Notícias** não utiliza o modelo praticado no **Jornal Nacional**, pois nenhum dos apresentadores exerce a função de editor-chefe. Ambos atuam como editores. No noticiário da TV Globo, William Bonner se ocupa desta tarefa. Portanto, no **RBS N**, o poder de decisão dos apresentadores é menor, menos influente.

No que se refere ao papel dos Âncoras nesta reportagem, podemos dizer foram fundamentais. Introduziram o assunto para os telespectadores e os guiaram para a apresentação da matéria. A **cabeça** lida pelos dois apresentadores reforçou a importância deles num telejornal. A leitura em dupla imprimiu um ritmo diferenciado ao texto e permitiu uma outra interpretação daquele fato. Como o papel do Âncora é fixar o sentido da notícia, acreditamos que Ildiane e Fabián tiveram êxito.

A reportagem Carteira de Trabalho não continha uma Imagem de grande impacto. Sua estrutura compõe-se dois **OFF**, duas **sonoras** e um **boletim de**

**passagem.** A maioria das Imagens foi gravada na DRT de Florianópolis, local onde se encontrava o problema da emissão das carteiras de trabalho.

O OFF1 foi coberto com imagens dos documentos que comprovam o atraso na emissão das carteiras e dos escritórios da Delegacia Regional do Trabalho. As cenas de 01 a 03 mostram, em Plano Fechado, o protocolo emitido pela DRT para o filho de dona Diva. O primeiro *take* mostra uma folha A4, onde podemos identificar o nome do Ministério do Trabalho. O segundo focaliza a data que deveria ser entregue o documento. A terceira revela o nome do menino que não recebeu a carteira. A cena 04 registra, em Plano Médio, um homem sentado à frente de um computador num escritório. E, a cena 05 traz, em Plano Fechado, pilhas de carteiras de trabalho, amarradas em forma de pacotes. Esta descrição das cenas contempla o sentido **Denotativo** proposto por Barthes, isto é, apenas as reproduções análogas da realidade.

Em relação ao significado das Imagens em nosso meio social, ou seja, o sentido **Conotativo**, observamos que o papel, a data e o nome do rapaz mostrados nas três primeiras cenas comprovam o atraso na emissão das carteiras. Na cena 04, o homem na frente de um computador indica que ele trabalha num escritório, nesse caso, numa repartição pública. Na cena 05, as pilhas de carteiras esperando despacho significam que o serviço está atrasado, acumulado e que alguma coisa não está funcionando.

Depois do OFF1 entra uma **sonora**. A Imagem, em Plano Fechado, é a de uma mulher com idade entre 40 e 45 anos, sentada num sofá, falando para a câmera. Trata-se da descrição do análogo, ou seja, do sentido **Denotativo**. Sobre o significado social desta Imagem, constatamos que a senhora no vídeo é a dona de

casa Diva Stein, mãe do rapaz que não recebeu, no prazo, a carteira do trabalho. Através da sua fala, percebemos uma nuance Cultural, pois dona Diva tem um sotaque alemão. Isso indica uma descendência alemã. Essas observações compõem o aspecto **Conotativo** da Imagem.

O **boletim de passagem** registra a seguinte Imagem: uma jovem de pouco mais de 20 anos aparece falando para câmera, enquadrada num Plano Americano. Ela está num ambiente fechado, e atrás, uma impressora, mesas e computadores. Na parede, um ar condicionado. Eis o sentido **Denotativo** da Imagem. Em relação ao seu significado, assinalamos que a jovem é a repórter Karla Cabral, que conduziu a matéria. Ela está num escritório, na frente de uma impressora, com objetivo de ilustrar a falta de tinta para imprimir as carteiras. Na Imagem, a repórter ficou no canto esquerdo do vídeo, seu corpo estava levemente na diagonal. Esta posição permitiu ao telespectador visualizar o ambiente onde estava a repórter. Esta interpretação configura o aspecto **Conotativo**.

O OFF2 foi coberto por cinco cenas. Elas serviram para ilustrar como (não) funcionava a emissão das carteiras na DRT. Pelo texto da repórter, ficamos sabendo que apenas os documentos do interior do estado eram emitidos. A cena 01 traz um homem sentado à mesa de trabalho com um papel na mão. Ela começa num Plano Fechado no documento, abre em *Zoom Out* (movimento de câmera que serve para afastar a imagem de pessoas, objetos ou cenário (MACIEL, 1995, p. 114)) e termina em Plano Médio. As cenas 02 e 03 registraram, num Plano Fechado, uma impressora em funcionamento. A cena 04 captou, num Plano Médio, centenas de carteiras empilhadas no chão, amarradas em forma de pacotes. A cena 05, num Plano Fechado, em *travelling* (câmera em movimento para acompanhar um cena, um objeto ou pessoas que se destacam (MACIEL, 1995, p. 114)), registra pastas

com o nome de cidades do interior catarinense. Estes detalhes desenham o sentido **Denotativo** da Imagem.

Para evitar repetições, salientamos que as Imagens usadas para cobrir o OFF2 tiveram o seguinte significado social. As cenas de 01 a 03 indicam que estamos um escritório, onde há pessoas trabalhando e que apenas uma impressora imprime as carteiras de trabalho. Ou seja, alguma coisa ainda funcionava naquela repartição. Por outro lado, as cenas 04 e 05 revelam o ritmo do serviço abaixo do normal. As carteiras empilhadas no chão e as pastas cheias de papéis de diversas cidades simbolizam o atraso na emissão dos documentos. Esse olhar indica o sentido **Conotativo**.

Após o OFF2 entra uma **sonora**. Nela apareceu um homem branco, com bigode, cabelos escuros, um pouco calvo, de aproximadamente 50 anos, e vestia uma camisa social de mangas curtas. Estas observações revelam o sentido **Denotativo**. Ele foi enquadrado num Plano Fechado e não olhou para a câmera. O seu rosto estava olhando em direção à repórter que, provavelmente, se posicionou no lugar errado. Pelos caracteres colocados na Imagem, identificamos o entrevistado como Delegado Regional do Trabalho, Odilon Silva. Com isso, descrevemos o sentido **Conotativo** da Imagem.

O encerramento da matéria é feito com um OFF3. As seis cenas usadas para cobri-lo revelaram que o problema está longe de ser resolvido. A Cena 01 traz pessoas sendo atendidas em guichês. A cena 02 mostra uma sala de espera com gente sentada nas cadeiras e outras recebendo atendimento. A cena 03 registra dois ambientes de espera, um na frente dos guichês e o outro mais atrás. A cena 04 capta o momento em que uma moça é atendida por um funcionário bem jovem. As

cenar 05 e 06 expõem um documento com um número. Esta descrição revela o sentido **Denotativo** das Imagens.

As cenas 01 e 02 foram registradas em Plano Médio. O atendimento nos guichês e as pessoas na sala de espera significam que a DRT funciona, mas quem procurar o setor deve ter paciência. A cena 03 confirma esse diagnóstico, pois captou, numa **panorâmica** em Plano Médio, a dimensão do problema, ou seja, existem duas salas de espera. A cena 04 foi gravada em Plano Médio e revela que o atendimento das pessoas prossegue. As cenas 5 e 6 foram feitas em Plano Fechado num documento com número da carteira de trabalho, dado de forma antecipada, para os casos mais urgentes. Com essas observações, concluímos o sentido **Conotativo** da Imagem.

Maffesoli (2001) sinaliza que o Imaginário se refere ao estado de espírito de um grupo, um país, uma nação. A reportagem Carteira do Trabalho captou este sentimento existente no povo catarinense. Mostrou a luta de uma mãe para conseguir a carteira de trabalho. Mais do que o documento em si, ela apareceu na matéria preocupada com os direitos trabalhistas do filho. Sabemos que, quando um trabalhador não está registrado, ele não existe perante a lei. Além disso, a mãe do garoto acabou cobrando da DRT a emissão da carteira, uma das funções deste órgão público.

A matéria Carteira de Trabalho reforçou também a idéia que não estamos sozinhos neste mundo, como observa Maffesoli (1999). A repórter informou no texto que o atraso na emissão das carteiras chegava a dois mil pedidos. Esse número indicou que outras pessoas vivenciam o mesmo problema que o de dona Diva. Portanto, houve identificação com o tema apresentado. Logo, houve o que o

sociólogo francês chama de Empatia. Para o autor, primeiro as pessoas se identificam com alguma coisa, depois se agregam em torno de algo comum. Nesse caso, o atraso na emissão das carteiras de trabalho por parte da DRT de Florianópolis.

De certa maneira, o atraso na entrega das carteiras passou a ser um problema de todos os catarinenses. É raro uma pessoa não conhecer um jovem que está prestes a ingressar no mercado de trabalho. Pode ser um filho, um parente, um vizinho. Quase sempre conhecemos alguém que está saindo da adolescência e entrando na fase adulta, período da vida em que aumentam as responsabilidades. Normalmente, uma época em que também entram na faculdade e buscam acesso ao mercado de trabalho.

Por outro lado, a matéria registrou o quanto o poder público, de um modo geral, está imerso na burocracia. Revelou a falta de planejamento nas compras de um produto essencial para o funcionamento da instituição. Numa DRT, que emite as carteiras de trabalho, o que não pode faltar é tinta para imprimi-las. Este exemplo mostrou que o país precisa melhorar o atendimento à população. Não pode ser eficaz apenas na hora de cobrar imposto, mas também no momento de prestar serviços.

De algum modo, a reportagem Carteira do Trabalho resgatou valores culturais vividos no meio social catarinense. Ficou clara a preocupação da mãe com o “emprego” do filho, com a necessidade de cumprir a legislação. Além disso, a empresa que não registra o empregado pode ser multada pelo Ministério do Trabalho. Por isso, a exigência do documento àquelas pessoas que entram no mercado de trabalho.

A matéria ainda marca a forte presença da TV em nossa sociedade. De acordo com Stuart Hall (1976), a Mídia vem fazendo, desde os anos 50, uma verdadeira revolução cultural no planeta. Para o autor, é através dos Meios de Comunicação que passam as trocas simbólicas globais. Podemos pontuar que, ao fazer uma reportagem sobre o atraso na confecção das carteiras, a TV levou o problema à sociedade catarinense como um todo. Ao divulgar o fato, fez aumentar a pressão sobre a DRT, que precisou agir rápido na busca de uma solução para a questão.

Como observa Thompson (1998), a Mídia provoca reações nas pessoas. Quando a reportagem foi exibida, o problema das carteiras se tornou público, fazendo o fato repercutir também no governo. Sabemos que os partidos, através de seus assessores, acompanham sistematicamente o que a Mídia divulga. Ela, de alguma maneira, sintetiza as angústias mais emergentes da sociedade. Ao ser exibido no **RBS N**, o problema passou a existir socialmente, aumentando a pressão para que fosse resolvido.

O atraso na emissão das carteiras de trabalho na DRT de Florianópolis foi parar no horário nobre do jornal **RBS Notícias** em Santa Catarina. Um fato cotidiano, aparentemente, simples, mas que, na Era Pós-Moderna, ganhou espaço na Mídia. Rouanet (1986) salienta que a “onipresença” dos media é a característica social da pós-modernidade. O autor esclarece que vivemos um momento em que o contato físico foi substituído pela relação com o vídeo. Se pensarmos no efeito que essa matéria teve, podemos dizer que várias pessoas, com o mesmo problema, puderam ter um contato com o responsável pela DRT catarinense através da Mídia. Ou seja, mesmo sem conversar pessoalmente ou ir à DRT, obtiveram uma explicação sobre o atraso na emissão das carteiras.

A situação descrita acima vai ao encontro do que afirma Débord (1998). Para ele, a Sociedade do Espetáculo não é um conjunto de Imagens, mas uma “relação social” mediada por imagens. De certo modo, foi o que aconteceu. As pessoas envolvidas no problema se relacionaram sem nunca terem se encontrado. Quem vivia aquele drama, teve uma resposta pública. Houve aquilo que Maffesoli chama de **laço social**, isto é, o encontro de pessoas com interesses comuns. Na visão dele, o papel principal da Comunicação.

### **3.2.2 Catarina**

Em março de 2004, o Sul de Santa Catarina foi atingido por um ciclone extra-tropical, chamado pelos meteorologistas de Catarina. Os ventos destelharam casas, prédios comerciais e deixaram centenas de pessoas desabrigadas. Muitos moradores perderam tudo e tiveram que se abrigar na casa de parentes e em locais públicos, cedidos pelo governo. A reportagem Catarina, veiculada no **RBS N** em 15 de maio 2004, revelou a solidariedade do povo catarinense. Só a região de Blumenau arrecadou oito toneladas de roupas e alimentos para as vítimas.

#### **TRANSCRIÇÃO – CICLONE CATARINA**

##### **CABEÇA / ÂNCORA - ILDIANE**

Toneladas de alimentos e milhares de peças de roupas arrecadadas na região de Blumenau serão encaminhadas para as vítimas do catarina. Entre os voluntários,



moradores que sofreram com as enchentes no vale do Itajaí e que agora resolveram retribuir a solidariedade.

**OFF1** - Em cada caixa, a esperança do recomeço. Durante dez dias, elas não pararam de chegar à central de arrecadação de Blumenau. Hoje pela manhã, um caminhão carregado de donativos, veio de Pomerode. Só os moradores da cidade mais alemã do Brasil doaram às vítimas do ciclone, cerca de uma tonelada e meia de alimentos e centenas de peças de roupas. Dez soldados do exército e 20 voluntários trabalharam na triagem do material. Pessoas como Dona Eleonora. Morando em Blumenau há 25 anos, ela já enfrentou quatro enchentes e até hoje não esquece a ajuda que recebeu de moradores de todo estado.

**SONORA 01** –

“Eu ganhei muita roupa, cobertor, colchoado, eu ganhei muita coisa”.

Eleonora Schultz – aposentada.

**SONORA 02** –

“Em 83, 84, nós também sofremos assim, o que eles estão sofrendo agora”.

Sebastião Serpa – sem identificação.

**PASSAGEM** – Adriana Krause - Repórter

Se depender da solidariedade, as vítimas do ciclone Catarina vão ter força suficiente para recomeçar a vida. Só na região de Blumenau foram arrecadadas quase oito toneladas de alimentos e mais de 30 mil peças de roupa.

**SONORA 03** – Altair Kistenmacher – Técnico da Defesa Civil.

“O pessoal atendeu bem, apesar da gente ter pedido mais alimentos e veio mais roupa. Mas é o que o pessoal tem para doar. Então, a gente fica satisfeito com isso”.

Esta matéria era uma resposta da população a um acontecimento de impacto ocorrido em Santa Catarina: a passagem do ciclone. O evento foi notícia no estado catarinense, no Brasil e no mundo. Thompson (1998, p. 14) observa que quando um fato é noticiado pela Mídia, ele tem conseqüências, provoca reações nas pessoas: “o uso dos Meios de Comunicação de Massa transforma a organização espacial e temporal, criando novas formas de ação e interação”. A reportagem Catarina mostra justamente isso: a reação dos moradores de Blumenau à destruição ocorrida no Sul do estado.

Na reportagem, vemos pessoas da comunidade ajudando na organização das roupas e dos alimentos doados. As **sonoras** revelam o sentimento de retribuição, já que nos anos 80, a cidade de Blumenau sofreu duas enchentes, ocasiões em que a população também perdera tudo: “Em 83, 84, nós também sofremos assim, o que eles estão sofrendo agora”, disse o morador. “Eu ganhei muita roupa, cobertor, acolchoado, eu ganhei muita coisa”, revelou a senhora aposentada.

Esta atitude do povo de Blumenau vai ao encontro do que Maffesoli fala sobre o papel da Comunicação na era Pós-Moderna: fazer o laço social, unir as pessoas que tem algo comum, partilhar sentimentos e emoções. No caso da reportagem Catarina, isso ficou bem claro. Os catarinenses de Blumenau foram “sensibilizados”, com o sofrimento dos catarinenses do Sul do estado. E, por isso, reagiram ao problema, fazendo doações.

Portanto, a matéria Catarina provocou o chamado laço social, uniu os catarinenses em torno de algo comum: as perdas causadas pela passagem do ciclone no estado. A reportagem mostrou a reação das pessoas diante da catástrofe exibida na televisão.

Na **cabeça** da reportagem, temos a presença de apenas um dos Gêneros Jornalísticos propostos por Erbolato (1991). Nas duas frases, a informação aparece de forma objetiva. Faz referência à quantidade (de roupas e alimentos) e a algo que está sendo feito (encaminhamento às vítimas). É o chamado gênero Informativo. A segunda frase contém o complemento da informação, ou seja, traz o contexto, a explicação do fato principal. Nesse caso, explica que o trabalho de arrecadação de alimentos e roupas resultados da ação de pessoas que já foram vítimas de catástrofes naturais (enchentes) semelhantes.

A linguagem corporal é composta de signos não-verbais que fazemos a partir da comunicação do corpo. Na apresentação da matéria Catarina, a Âncora Ildiane Silva está sentada, com as mãos sobre a bancada do telejornal. Durante a leitura da **cabeça**, as mãos da apresentadora aparecem sutilmente no vídeo, para enfatizar as palavras **Blumenau** e **Agora**. Estas duas palavras adquirem um “valor” especial no texto e figuram em momentos diferentes da **cabeça**. A palavra **Blumenau** está na primeira frase, em que Ildiane eleva a mão esquerda para cima. Já em **Agora**, na segunda frase, a Âncora eleva a mão direita para cima na direção da câmera. Este gesto ajudou a enfatizar a “atitude” dos moradores, que só “**agora**” resolveram ajudar os desabrigados. Além de levantar a mão, a apresentadora fez um outro gesto com o corpo: as sobrancelhas ficaram semi-arqueadas. De acordo com Maldonato (2004), este gesto significa “surpresa”. Por último, podemos dizer

que Ildiane viveu aquilo que leu e seu rosto indicou, nas entrelinhas, um ar de “satisfação”.

A Paralinguagem trata da interpretação do significado das palavras durante uma conversação. No caso do Âncora, a conversa se dá com os telespectadores, através da câmera. Na reportagem Catarina, a apresentadora Ildiane Silva faz a leitura do texto de maneira **firme e segura**. O ritmo é **pulsante** e passa **credibilidade** à informação. Ildiane age de acordo com a recomendação de especialistas na Comunicação Televisiva. **Interpreta** o texto, dando “peso” diferenciado a cada palavra lida.

A vestimenta de Ildiane Silva segue as dicas dos manuais de tevê. Num telejornal, as roupas, a maquiagem e os acessórios não devem chamar a atenção dos telespectadores. No dia da exibição da matéria Catarina, a apresentadora do **RBS N** vestia um blazer cor de rosa e usava brincos pequenos, batom de tonalidade leve, olhos pintados e cabelo curto.

As Imagens da reportagem Catarina concentram-se no OFF1. São 11 cenas que revelam o esforço da comunidade em ajudar os moradores do Sul de Santa Catarina. Cena 01 – homem de camiseta e bermuda, caminhando, em Plano Médio, carregando uma caixa de papelão no ombro; Cena 02 - o mesmo homem, em Plano Geral, chega numa sala cheia de donativos que estão em prateleiras e no chão; Cena 03 – homem coloca a caixa no chão, em Plano Médio; Cena 04 – dois homens no chão e um no caminhão entregando as caixas (Plano Médio); Cena 05 – em Plano Médio, alimentos arrumados numa prateleira; Cena 06 – Plano Fechado – alimentos embrulhados em pacotes; Cena 07 – roupas dobradas sobre a mesa (Plano Fechado); Cena 08 – num Plano Médio, soldados do exército colocam roupas

em caixas, o *take* (cena) segue numa panorâmica em direção a três senhoras que dobram roupas numa mesa; a Cena 09 – mostra em Plano Médio, uma senhora com mais de 60 anos dobrando roupas; Cena 10 – traz um *take* em Plano fechado que sai das mãos da senhora e termina no seu rosto em Plano Médio; Cena 11 – um Plano Médio da senhora que continua arrumando as roupas. A descrição das Imagens feitas acima compõe o sentido **Denotativo**.

As cenas de 01 a 04 significam que um homem está descarregando roupas e alimentos de um caminhão. O material está sendo armazenado numa sala fechada. As cenas de 05 a 11 explicam quem está separando e guardando os donativos recebidos pela defesa civil de Blumenau. Por isso, os *takes* trazem alimentos empilhados nas prateleiras e, soldados do exército e voluntárias, fazendo a triagem, e guardando as roupas em caixas de papelão. As cenas simbolizam que a comunidade está participando daquela ação (sentido **Conotativo**).

Depois do OFF1 entraram duas **sonoras** com pessoas da comunidade. Na cena, um homem e uma mulher aparecem num Plano Fechado, os dois com mais de sessenta anos. Nos rostos, as marcas da idade. Este seria o sentido **Denotativo**. As duas Imagens significam que não há idade para ajudar o próximo. Os dois poderiam estar em suas casas, mas não, estavam ali para ajudar pessoas desconhecidas. Eis o sentido **Conotativo**.

O **boletim de passagem** trouxe em Plano Americano, a Imagem de uma jovem, branca, com idade aproximada de 25 anos. Ela estava com o blazer preto. A jovem foi enquadrada no canto direito do vídeo, ao fundo via-se mulheres arrumando roupas sobre uma mesa grande. Esta descrição contempla o sentido **Denotativo**. A mulher que aparece no vídeo é a repórter que conduziu a matéria. A Imagem que

apareceu ao fundo, apenas fortaleceu a idéia de participação e de solidariedade do povo da região de Blumenau, com as pessoas que ficaram desabrigadas pela passagem do ciclone Catarina. Eis o sentido **Conotativo** da Imagem.

A reportagem encerrou com a **sonora** de um homem branco, na faixa dos 35 anos. Ele falou em pé e usava uma camisa branca. A cena foi feita em Plano Fechado. Esta descrição é o sentido **Denotativo**. Em relação ao significado (**Conotativo**) da Imagem, podemos dizer que o homem que deu entrevista era o responsável pela Defesa Civil de Blumenau. O seu rosto era de uma pessoa satisfeita com a solidariedade demonstrada pelos moradores da região.

A noção de Empatia também está presente na matéria Catarina. Como não se identificar ou se emocionar com o esforço das pessoas para ajudar o próximo? Veiga (2002, p. 61) explica que, na Empatia, “o telespectador se coloca diante da TV e encontra no outro situações parecidas com as suas”. E que aparecem “relações afetivas” naquilo que é apresentado. Na reportagem Catarina isso ficou claro. O telespectador pôde se identificar com o problema, pois o Estado havia sofrido duas grandes enchentes no início dos anos 80. A reportagem captou essa essência do fato e se valeu da palavra **solidariedade** duas vezes. Primeiro, na apresentação feita pelo Âncora. Depois, no **boletim de passagem** do repórter, aquele momento em que ele aparece no vídeo.

A abertura do primeiro OFF resume o espírito da reportagem: **Em cada caixa, a esperança do recomeço**. As caixas são de roupas e alimentos, arrecadados para os desabrigados com o ciclone, material doado pela população. Difícil saber quantas pessoas não fizeram o mesmo depois de assistirem a matéria. Identificaram-se com o problema e começaram a agir. Para Maffesoli (1999, p. 310),

a Empatia é isso: “Um despojar-se de si mesmo; uma abertura aos outros, um desejo de fusão, de participação”.

Em relação à Empatia, concluímos que a matéria **Catarina** mostrou o quanto os catarinenses sofreram e se identificaram com os desabrigados do ciclone. Essa identificação fez com que muitas pessoas saíssem de casa, para doar alguma coisa com o objetivo de minimizar o sofrimento dos atingidos. A doação expressou o desejo de “participação” dos moradores da região de Blumenau. E pode ter incentivado outras pessoas a tomarem mesma atitude.

A mídia abriga o Imaginário do seu povo. Maffesoli (2001, p. 76) caracteriza esta noção como sendo: “O estado de espírito de um grupo, de um país, de um Estado-Nação, de uma comunidade”. Na matéria **Catarina**, a maneira de ser da população de Blumenau apareceu com força. Por terem enfrentando duas grandes enchentes, os moradores daquela cidade sabem que, só com a ajuda dos outros, é possível superar este tipo de problema.

Este “espírito” dos catarinenses de Blumenau estava presente na reportagem **Catarina**. Ela mostrou moradores trabalhando voluntariamente na separação dos doativos. E, o mais importante, informou que o nível de solidariedade daquelas pessoas é elevado: foram arrecadadas quase oito toneladas de alimentos.

Concluímos que o Imaginário catarinense apareceu na matéria **Catarina**. Os moradores de Blumenau e região, além da fama de serem dedicados ao trabalho, são solidários. A matéria passou a idéia de que a “união faz a força” e de que, “unida”, a comunidade pode superar melhor as suas dificuldades.

A reportagem **Catarina** lembra a fragilidade do homem na Terra. Consideramos que podemos tudo, que estamos acima do bem e do mal. Mas, volta e meia, a natureza responde e nos adverte de que precisamos cuidar do mundo em que vivemos. Maffesoli (1985) alerta que a destruição do Planeta pelo homem está ligada à invenção do indivíduo e da vida privada no século XIX. Houve uma separação entre o homem e a natureza, e a idéia de que “não fazemos” parte da Terra está incrustada em nossas mentes. Para o autor, não podemos mais viver nesta dicotomia: Cultura de um lado e Natureza do outro.

A passagem de um ciclone pelo Sul de Santa Catarina foi algo inédito no Brasil. Nem os meteorologistas brasileiros acreditaram no fenômeno, apesar dos avisos recebidos pelos colegas norte-americanos. Apenas quando o ciclone passou, pôde-se ter a real dimensão do problema. Casas desabaram ou tiveram telhado e teto arrancados. Coberturas ruíram, árvores centenárias foram arrancadas pela força do vento.

Na época do acontecimento, o jornal Folha de São Paulo (2006) registrou os seguintes números: quinze mil pessoas ficaram desabrigadas, 35 mil imóveis foram atingidos em 26 municípios catarinenses. Treze pessoas morreram, sendo 12 em barcos pesqueiros, que afundaram na costa, e um homem, de 42 anos, morreu na cidade de Araranguá. Especialistas em clima ainda estudam a passagem do ciclone no Brasil. Uma das hipóteses é de que a ocorrência deste tipo de fenômeno climático, inédito no Brasil, já seja consequência do aquecimento global da Terra provocado pela poluição. Ou seja, através da queima de combustível, da fumaça, entre outras ações, o homem está destruindo a sua própria casa.



Em relação à noção de Cultura, observamos que a matéria **Catarina** foi emblemática. Mostrou estar na Cultura do povo blumenauense, o espírito do trabalho e da união para superar problemas. Revelou que as duas enchentes ocorridas na cidade, em 1983 e 1984, deixaram marcas profundas na população. E que a doação de roupas e alimentos tem um significado especial para aquela gente em situação de dificuldade: vou ajudar quem me ajudou no passado. Esta idéia de “ajudar com doações” está de acordo com o que diz Hall (1976). Toda ação social é cultural, isto é, expressa ou comunica um significado.

A reportagem **Catarina** contém os elementos da Pós-Modernidade. Segundo Maffesoli (1999, p. 28), um deles é o paradigma estético: “A estética é a faculdade de sentir em comum”. O autor acrescenta que vivemos numa era essencialmente simbólica e que o meu mundo é aquilo que divido com os outros. Ele chama isso de “interacionismo simbólico”. No caso específico da reportagem, houve uma catástrofe natural. Pessoas ficaram desabrigadas, sofreram, perderam tudo. Essa dor, essa emoção foi vivida pelos telespectadores catarinenses. Por mais que estejamos conectados a outros lugares, o ciclone aconteceu em Santa Catarina. Quando houve o anúncio de que o fenômeno ia chegar, a população sofreu.

A matéria contempla também a idéia do “retorno ao local”, defendida por Maffesoli, como característica da Pós-Modernidade. A preocupação com a minha tribo, o meu povo. Por isso, houve a mobilização de catarinenses que vivem em outras partes do Estado. Outra metáfora importante da era Pós-Moderna, que também aparece na reportagem, é a idéia do espetáculo, de estar nos Meios de Comunicação. Primeiro, a “catástrofe” em si, depois, os “desabrigados”. É a onipresença da Mídia, como explica Rouanet (1986) e Débord (1998) e Jameson (1985) denominam de Sociedade do Espetáculo. Outra é que esse tipo de

acontecimento acaba divulgado em escala mundial. No que se refere ao ciclone, o público norte-americano recebeu a notícia através da TV antes mesmo dos catarinenses. Pessoas que moram em Miami, no EUA, avisaram os parentes em Santa Catarina. Rouanet (1986) explica isso como Planetarização do Capitalismo, outra característica da era em que vivemos.

Maffesoli (1999) assinala que a Pós-Modernidade é uma sinergia de fenômenos arcaicos com o desenvolvimento tecnológico. Para isso, basta lembrar que as enchentes e os ciclones sempre existiram, mas, na atualidade, não só os moradores locais ficam sabendo dos fatos, como o mundo pode se informar a respeito. Isso ocorre por causa da tecnologia: câmeras, emissoras de TV, satélites. Hoje, os acidentes, as catástrofes, de grande ou pequeno porte, varrem as telas do mundo numa questão de segundos.

Portanto, em relação à Pós-Modernidade, a reportagem apresentou as principais características desta noção. O retorno ao “local”, à tribo. Nesse caso, catarinenses trabalhando em prol dos conterrâneos que perderam tudo com a passagem do ciclone. Houve também o que Maffesoli (1999) chama de interação simbólica: pessoas da comunidade, com a ajuda do exército, trabalhando, para que o sofrimento do outro fosse minimizado. Ou seja, a emoção sentida de forma comum. Por último, essa ação só foi possível porque “um sentimento comum” se espalhou através da mídia.

### 3.2.3 Casa Própria

Esta reportagem traz à tona um problema social catarinense e brasileiro. A dificuldade de as pessoas conseguirem comprar um lugar próprio para morar. Denuncia a inexistência de uma política contínua para o setor habitacional e revela que, somente em Santa Catarina, 300 mil famílias, principalmente, de baixa renda, estão nessa situação. A matéria teve, como “gancho”, a visita do vice-presidente da Caixa Econômica Federal a Florianópolis, que anunciou mais recursos para o setor. E disse que a prioridade do banco é atender aos mais pobres.

#### **Transcrição - Casa Própria.**

Âncoras – Ildiane Silva e Fabian Londero.

#### **CABEÇA –**

**ILDIANE SILVA** – Em Santa Catarina, estima-se que mais de 300 mil famílias precisem de moradia. Faltam investimento e verbas para projetos que atendam a população.

**FABIAN LONDERO** - Em visita à Florianópolis, o vice-presidente da Caixa Econômica Federal anunciou hoje mais recursos para este ano e prioridade para a população de baixa renda.

**OFF1** – A contadora Márcia Bertolo vai realizar no final de semana um sonho. Ela assinou hoje o contrato de financiamento e no sábado começa a mudança para o apartamento próprio.

**SONORA** – MÁRCIA BERTOLLO – CONTADORA.

“É um sonho que eu tenho há algum tempo, que eu tô realizando agora. Graças a Deus, com a ajuda da Caixa Econômica também, que tá fazendo este financiamento”.

**PASSAGEM** – (ÂNGELO RIBEIRO)

Para Márcia, o financiamento significou o fim do aluguel. Mas para pelo menos 300 mil famílias catarinenses, a preocupação é ainda maior. São famílias que vivem em subhabitações ou nem mesmo tem onde morar.

**OFF2** - O secretário de desenvolvimento social, urbano e meio ambiente, diz que o déficit habitacional é resultado da falta de uma política para o setor.

**SONORA** - Sérgio Godinho – Sec. Desenvolvimento Social – Florianópolis

A busca de novos modelos, a busca de fazer mudanças. E uma das mudanças é criar as políticas públicas para isso. Para não ficar sempre a mercê de um projeto, de um convênio aqui, outro ali e não colar nada.

**OFF3** - A câmara da construção civil defende a liberação de mais recursos do fundo de garantia como forma de financiar a casa própria para famílias de baixa renda.

**SONORA** – Representante da construção civil de SC

Nós temos em Santa Catarina, um das maiores arrecadações para o FGTS e o que retorna para o nosso estado é muito pouco quando comparado com aquilo que nós arrecadamos. Por exemplo, se o Banco X, capta qui 20% da sua poupança em SC, nós gostaríamos que na aplicação, 20% ficasse em SC.

**OFF4** - O vice-pres. da Caixa Economica Federal veio hoje para Santa Catarina. Ele anunciou um aumento de 60% nos recursos para o financiamento habitacional.

**SONORA** - Vice-Pres. CEF – Aser Cortines.

A grande prioridade da Caixa é atender principalmente a população de baixa renda porque é onde se concentra o déficit habitacional. A caixa não exige renda formal para ter acesso ao financiamento. É fundamental que seja assim, porque a grande concentração do déficit fica na população de baixa renda que grande parte não tem emprego formal.

A reportagem, exibida no **RBS Notícias**, partilha com o público catarinense o problema da falta de moradia no estado. Os números, levantados pelo repórter, nos fazem pensar: aproximadamente um milhão de pessoas paga aluguel ou mora em condições precárias. A matéria inicia mostrando uma pessoa que conseguiu o financiamento num banco público e vai conquistar o sonho da **Casa Própria**. Depois desse caso bem sucedido, o repórter Ângelo Ribeiro esclarece, numa **passagem**, que a realidade catarinense é outra:

Para Márcia, o financiamento significou o fim do aluguel. Mas, para pelo menos 300 mil famílias, a preocupação é ainda maior. São famílias que vivem em subhabitções ou nem mesmo tem onde morar.

A reportagem mostrou que o caso de Márcia é uma exceção e não uma regra. Entretanto, a história dela é a mesma vivida por muitos catarinenses. Maffesoli (2003, p. 15) entende que este é o papel da Comunicação: “As pessoas não querem só informação na mídia, mas também e fundamentalmente, ver-se, ouvir-se, participar, contar o próprio cotidiano para si mesmas e para aqueles com quem convivem”. No caso da matéria **Casa Própria**, a contadora pôde dividir a sua

felicidade pela conquista do imóvel com milhares de telespectadores catarinenses. Ao mesmo tempo, a população pôde ver o quanto precisa ser feito no setor habitacional em Santa Catarina.

A matéria **Casa Própria** foi ancorada pelos dois apresentadores do **RBS Notícias**. Ildiane Silva leu a primeira parte da **cabeça** e Fabian Londero, a segunda. Os dois cumpriram o papel do Âncora, que é “dar sentido” à reportagem apresentada. A leitura foi carregada de interpretação, atitude que deu vida ao texto e credibilidade à matéria.

Na **cabeça** da reportagem **Casa Própria** aparece apenas um dos gêneros jornalísticos propostos por Erbolato, o Jornalismo Informativo. A primeira frase lida por Ildiane Silva, traz o *lead*, o fato principal. Esclarece que **300 mil famílias catarinenses** não possuem casa própria. A segunda explica as razões: **faltam investimentos e verbas para projetos que atendam a população**. Isto é, mais do que chamar a atenção do público para um problema (informá-lo), esta parte da **cabeça** explica por que isso está acontecendo: faltam investimentos.

A seqüência da **cabeça** foi apresentada por Fabian Londero. Ela complementou as informações dadas no início e pontuou o contexto social em que a matéria foi produzida: o anúncio de recursos para casa própria pelo vice-presidente da Caixa Econômica Federal. Além disso, revelou que esse foi o “gancho” que gerou a realização da reportagem. Ou seja, a Caixa vai anunciar recursos. Então, vamos discutir a questão habitacional no Estado. Esse texto também contempla o chamado Jornalismo Informativo.

A leitura feita pela Âncora Ildiane Silva ocorreu em ritmo vibrante. Sua interpretação foi **firme, segura** e passou **credibilidade** aos telespectadores. Seu

corpo se movimentou, parecendo ajudar na emissão das palavras. O rosto expressou **seriedade**. O Âncora Fabian Londero leu a sua parte num ritmo mais **lento**, com menos **vibração** e movimento de corpo do que a colega Ildiane. O corpo ficou mais **estático** e a expressão da face também foi **séria**.

Depois de ver e ouvir a apresentação, constatamos que a Âncora Ildiane Silva deu um maior **peso** a três palavras. Na primeira frase, o verbo **precisem** foi enfatizado pela apresentadora através da **intensidade** da voz e de um **leve** levantamento da cabeça. A segunda frase recebeu uma atenção especial e os verbos **faltam** e **atendam** ganharam ênfase. Nesses dois momentos, as sobrancelhas ficaram **semi-arqueadas**, significando **indignação** em relação ao fato. Nas entrelinhas da leitura, ficou subentendido a seguinte pergunta: Mas como, faltam recursos para à casa própria?

Na leitura do Âncora Fabian Londero, percebemos que três palavras ganharam maior destaque através da entonação da voz. Quando leu o trecho: **Anunciou hoje** – suas **sobrancelhas** ficaram **levantadas**, passando a idéia de que **finalmente** o governo se mexeu. Depois, a palavra **prioridade** também foi valorizada e a ênfase ocorreu através da intensidade de sua voz.

Ao apresentar o telejornal, Fabián Londero estava de cabelo curto, com gel. Seu tipo físico lembra o de William Bonner do Jornal Nacional. Fabián vestia um terno cinza claro, camisa branca e gravata azul. A maquiagem e o estilo de vestir da apresentadora Ildiane Silva podem ser definidos como **clássico**. Ela vestia um blazer azul-claro. O cabelo preto estava curto e bem penteado. Nos lábios, um tom de batom quase imperceptível. Os olhos estavam pintados com delineador. Nas orelhas, a Âncora usava brincos pequenos evitando chamar a atenção do

telespectador. No rosto, uma base forte. Na bancada, Ildiane manteve uma postura reta, indicando **altivez e segurança**.

Depois de fazer estas observações, concluímos que os Âncoras foram fundamentais, para a leitura das notícias. Eles deram vida ao texto e sentido à reportagem levada ao ar. Para entender a importância desse profissional, basta lembrar das ocasiões em que acontecem as “falhas técnicas” nos telejornais e uma reportagem vai ao ar, sem que o Âncora tenha lido a **cabeça**. Quando isto ocorre, geralmente se instala um caos porque a matéria fica “perdida” no meio do programa.

Entendemos que o trabalho do Âncora se insere naquilo que Pereira Jr (2000) chama de “recontextualização” da notícia. Isto é, a etapa em que o material bruto captado pelo repórter chega à redação e é processado pelos editores de imagem e de texto. O editor de Imagem seleciona o áudio e o vídeo da matéria. Já o editor de texto confere o texto do repórter e cria uma **cabeça** para a reportagem que ganha vida na voz do apresentador. Esta **cabeça** fixa o **sentido** da matéria que entrará no programa.

Numa reportagem de TV, a Imagem, muitas vezes, é pensada antes do repórter ir para rua. É comum nas redações, o **pauteiro**, aquele jornalista que fica encarregado de criar os temas que serão cobertos pela emissora de TV, pensar na Imagem da matéria. Ao elaborar uma pauta, quase sempre surge a pergunta: O que vamos “mostrar”? Se tiver algo para ser mostrado, o assunto pode render uma matéria. Caso contrário, aquela pauta deixa de existir.

No caso da reportagem sobre a falta de moradia, as cenas da matéria foram produzidas pelo cinegrafista. No primeiro OFF, temos a seguinte Imagem: uma mulher chega a um escritório e senta numa cadeira para assinar um contrato



sobre uma mesa, à sua frente outra mulher. Esta descrição seria o que Barthes chama de **Denotativa**. Isto é, apenas o análogo, os objetos e as pessoas que estão presentes na cena. Nesta Imagem, a mulher aparece num Plano Médio em movimento, que a acompanha desde a entrada no escritório até a mesa da outra pessoa em cena.

No sentido **Conotativo** da Imagem, podemos fazer a seguinte interpretação: a mulher que entra no escritório, é uma jovem de aproximadamente 25 anos. Ela está bem vestida, com o cabelo arrumado e roupa social. O escritório, na verdade, é uma agência bancária. O texto do repórter, que também deu sentido à Imagem, traz a informação de que a moça é contadora e está na agência bancária assinando o contrato de financiamento da casa própria. A Imagem da contadora no banco recebeu os seguintes enquadramentos: Plano Médio na entrada da agência e na hora em que ela senta em frente à funcionária do banco; Plano Fechado, na assinatura do contrato.

Depois do primeiro OFF, entra uma **sonora** da contadora. Ela foi enquadrada do peito para cima, o que, na linguagem televisiva, chamamos de Primeiro Plano. Está com um sorriso nos lábios, feliz por ter assinado o contrato de aquisição da casa própria. Em seguida, o repórter Ângelo Ribeiro fez uma **passagem**, com dados sobre o problema habitacional de Santa Catarina. Através do seu texto, ficamos sabendo que o caso da contadora Márcia é uma exceção, que faltam pelo menos 300 mil moradias no território catarinense.

Em relação à Imagem, podemos observar os seguintes aspectos: um homem de terno e gravata fala em pé, olhando para a câmera. A cena foi gravada na rua, pois, ao fundo, aparecem prédios residenciais. Este seria o sentido

**Denotativo.** No que se refere aos outros significados da Imagem, ou seja, o sentido **Conotativo**, podemos dizer que o homem, que aparece na passagem, é o repórter que está conduzindo a matéria. O terno e gravata indicam respeito ao público telespectador. Os prédios, que aparecem ao fundo, fazem a ligação com o tema da matéria, ou seja, a compra de um imóvel para morar. O repórter Ângelo Ribeiro foi enquadrado da cintura para cima, o chamado Plano Americano, com objetivo de dar destaque ao repórter. Este enquadramento salientou um aspecto negativo do repórter: ele estava com a barba por fazer, o que pode significar desleixo consigo e falta de respeito com telespectadores. Talvez por isso, como um recurso de edição, a última frase do texto da **passagem** fosse coberta com Imagens.

Na primeira cena, em Plano Médio, vemos uma mulher puxando um carrinho na rua. Na segunda, um Plano Geral mostra uma criança correndo numa rua sem calçamento com casas ao fundo. Este seria o sentido **Denotativo** da Imagem, apenas o análogo como explica Barthes. Já no sentido **Conotativo**, percebemos que as cenas foram feitas numa favela, o que em nossa Cultura, significa pobreza.

As cenas de apoio são aquelas que mostram a fonte conversando com o repórter. Foi o que aconteceu no OFF2, mostrando duas pessoas, dialogando, sentadas à mesa de um escritório. Este foi o sentido **Denotativo**. Essas cenas servem para que o repórter possa citar a fonte e dizer o que ela pensa a respeito do tema. No sentido **Conotativo**, podemos dizer que quem aparece na Imagem é o repórter, conversando com o Secretário de Desenvolvimento Urbano e Social de Florianópolis. Os dois estão de terno e gravata, o que transmite credibilidade e respeito ao público telespectador. A Imagem foi desdobrada em três cenas: um

Plano Médio, com os dois em quadro, e um Plano Americano mostrando cada um separadamente. Em seguida, entra a **sonora** do secretário em Primeiro Plano.

O OFF3, também, se utiliza de cenas de apoio para identificar o representante da Câmara da Construção Civil de Florianópolis. Mais uma vez, repórter e entrevistado aparecem conversando. A Imagem, no sentido **Denotativo**, mostra dois homens de terno e gravata, conversando em pé num ambiente fechado. Já no sentido **Conotativo**, observamos que a conversa ocorre entre o repórter que está fazendo a matéria e a fonte entrevistada. Como já foi dito, o traje social, em nossa Cultura significa respeito, seriedade, entre si e para com os telespectadores. A Imagem está composta de três cenas diferentes. No Plano Médio, os dois conversando: no Plano Americano, uma cena de cada um. Depois disso, entra a **sonora** com o representante da construção civil.

Para evitarmos repetições, podemos dizer que o OFF4 teve a mesma estrutura de cenas do OFF anterior. A única diferença é a fonte entrevistada. Desta vez, a entrevista foi com o vice-presidente da CEF. Como a **sonora** durou em torno de 15 segundos, considerada longa para o estilo RBS/Globo, também foi usado um recurso de edição. A última frase foi coberta com duas cenas em Plano Médio, que mostram casas construídas sobre palafitas numa área de mangue. Este seria o sentido **Denotativo** da Imagem. Observando o segundo sentido da Imagem, o **Conotativo**, percebemos que se tratava de barracos levantados numa favela na periferia da cidade. A cena serviu para ilustrar como vivem os mais pobres em Santa Catarina, como de resto muitas regiões do Brasil.

A reportagem **Casa Própria** revelou um problema comum aos brasileiros e catarinenses: o sonho da casa própria. No caso dos catarinenses, 300 mil famílias

ainda não realizaram este sonho. Portanto, um problema que atinge quase um milhão de pessoas, se considerarmos a existência de pelo menos três moradores em cada família. Em função disso, houve uma grande Empatia, identificação com o problema mostrado porque há milhares de catarinenses nesta situação.

O enfoque da matéria, conduzida pelo repórter Ângelo Ribeiro, procurou explicar sobre a situação dos demais moradores de Santa Catarina. Mostrou a realização de um sonho da contadora Márcia Bertollo, mas, também, revelou que muitas pessoas ficaram para trás. Ainda moram em favelas, em condições subumanas. A reportagem lembra o tamanho da desigualdade social em nosso país. Mesmo no Sul, há pessoas morando em favelas, em palafitas, ainda que numa proporção bem menor do que em outras regiões. Por último, denunciou a ausência de uma política pública séria para resolver a questão da moradia.

A matéria **Casa Própria** foi produzida na cidade de Florianópolis. Duas Imagens que aparecem na reportagem, mostram duas realidades sociais diferentes. Uma serve de cenário para a **passagem** do repórter Ângelo Ribeiro. São os edifícios residenciais, localizados na Avenida Beira-Mar Norte, uma das áreas mais nobres da cidade, um local, onde moram as pessoas de maior poder aquisitivo. A outra Imagem aparece no final da fala do repórter. São as favelas, dos que lutam para sobreviver no Brasil.

O interessante é que a mesma reportagem pôde ser identificada por duas classes sociais distintas. Os ricos e os pobres. As duas classes puderam se ver na TV. Estavam unidas, ainda que de maneira virtual, a partir de um mesmo problema: a falta de moradia gerada pela desigualdade social. Enfim, a reportagem

materializou o Imaginário catarinense: há muita riqueza nas nossas cidades, mas, também, existe pobreza em todas as regiões.

A reportagem fez aparecer um estado de espírito e, portanto, um Imaginário presente na maioria dos lares brasileiros: o sonho de ter casa própria. Por sermos um país com muitas desigualdades, comprar um imóvel, para muitas pessoas, se transforma num projeto de vida. Por isso se usa a palavra **sonho**. Muitos brasileiros passam a vida tentando realizá-lo. Alguns conseguem, outros não. De qualquer maneira, este objetivo presente na matéria **Casa Própria** conseguiu **ligar** os catarinenses numa única atmosfera. Fez o que Maffesoli chama de cimento social, ou seja, o papel do Imaginário, o de ligar pessoas com interesses comuns.

O problema revelado na reportagem **Casa Própria** indicou que “morar” no mundo ocidental tornou-se uma questão social. Com a evolução do homem, que antes vivia nas cavernas, vieram as casas, os condomínios, a idéia do lar. Esta maneira de morar está impregnada na nossa Cultura. Com o passar do tempo, o “homem” percebeu a importância da casa. Ela é o Lar. Virou sinônimo de segurança para o indivíduo. É neste sentido que a reportagem recupera uma idéia de Maffesoli (1985): não é possível separar a Cultura da natureza. Fizemos parte da natureza. Por isso, precisamos de um abrigo. No passado, as cavernas. Hoje, um lar, com todo o conforto da vida Pós-Moderna.

A reportagem **Casa Própria** resgatou o “retorno ao local”, segundo Maffesoli (1999), uma característica da Pós-Modernidade. Ela abordou o problema da falta de moradia em Santa Catarina, onde vive uma população estimada em seis milhões de pessoas (IBGE, 2006). A matéria revelou as contradições da nossa sociedade. Uma pessoa, com trabalho e renda, consegue financiamento. Entretanto,

mostra que o caso da contadora Márcia é uma exceção. Observa que 300 mil famílias pagam aluguel ou moram em condições precárias.

A realidade, mostrada na reportagem do **RBS N**, confirmou outra idéia de Maffesoli (1999) sobre a Pós-Modernidade, a de que vivemos num processo constante de interações simbólicas, marcadas por atrações e repulsões. Em Santa Catarina, como de resto em todo o Brasil, vivemos este contraditório. Numa mesma avenida, encontramos “favelas” ou “casas de papelão” ao lado de prédios “sofisticados”. Em nosso país, temos pessoas morando em casas com todo conforto possível: internet, tela plana, TV a cabo. E, no mesmo bairro, pessoas sem água, luz, banheiro, o mínimo de conforto. Esta situação nos deixa indignados. A reportagem nos fez sentir “algo em comum”. Uma pessoa se dando bem e outras tantas vivendo de forma precária.

Por fim, a reportagem **Casa Própria** inseriu-se no contexto da Pós-Modernidade, em que a mídia mostra tudo. Está onipresente como diz Rouanet (1986) e transforma o nosso cotidiano num espetáculo, num “show para nós mesmos”, como sinaliza Débord (1998). Para este autor, a mídia promove uma “relação social” mediada por Imagens. Na matéria em análise, isso aconteceu. Ficamos sabendo do financiamento obtido pela contadora Márcia, mas também da quantidade de pessoas que ainda não possuem um imóvel próprio para morar. Nesse caso, a “falta de um lar” se transformou em notícia para milhares de telespectadores catarinenses.

### **3.2.4 Meio Ambiente**

A reportagem abordou a falta de peixes nos rios da Serra catarinense. Revelou que o problema resultou de ações do homem no Meio Ambiente. E mostrou o trabalho desenvolvido pelo Ibama, na tentativa de fazer o repovoamento dos peixes na região. Na matéria, 30 mil alevinos foram colocados no rio Caveiras por crianças de uma escola, com ajuda da Polícia Ambiental.

**Transcrição – Meio Ambiente –**

**Âncora – Fabian Londero**

**CABEÇA –**

Os rios da serra catarinense pedem socorro. Além das usinas hidrelétricas, o desmatamento e a pesca predatória vêm acabando com os peixes. Na tentativa de salvar estes cardumes, 30 mil alevinos foram soltos hoje no rio caveiras.

**OFF1-** A atividade faz parte do projeto de repovoamento do IBAMA em parceria com a polícia ambiental que começou no ano passado. Esta é a quarta etapa do projeto.

**SONORA – WILLIAM VERONEZI – Técnico do IBAMA**

“Todas as represas que estão saindo aqui na nossa região. Isso vem diminuindo bastante, prejudicando os peixes. Acabando com o habitat natural deles”.

**OFF2 -** Outro objetivo do projeto é a educação ambiental com crianças das escolas da região.

**SONORA** - PATRÍCIA DOS SANTOS – PROFESSORA.

“Isso vai ajudar muito na vida deles, vai trazer benefícios, para eles saberem a importância da preservação, da cultura”.

**PASSAGEM** – SABINE WEILER – repórter.

A produção de alevinos na estação do IBAMA em painel começou em setembro do ano passado a partir de um convênio com a empresa responsável pela usina de biomassa em lages. Até o final do ano, o compromisso é soltar 500 mil alevinos nos rios da serra catarinense.

**OFF3** - Antes de serem soltos nos rios, os alevinos ficam em tanques na estação de aquicultura durante cinco meses.

**NOTA PÉ** – ILDIANE

O mesmo projeto já é feito há cinco anos na região de Chapecó. Segundo o IBAMA e pescadores, o programa já apresentou resultados práticos como o aumento de peixes nos rios.

A reportagem tornou público, aos catarinenses, um problema ambiental presente nos rios da Serra de Santa Catarina: a falta de peixes. Ela explicou que a ausência de pescados foi provocada pelas ações do homem na região: usinas hidrelétricas, desmatamento e pesca sem controle.

A matéria mostrou o problema, e ao mesmo tempo, revelou o que vêm sendo feito por duas instituições públicas. O IBAMA, em parceria com a Polícia Ambiental de SC, está criando “alevinos” em tanques e colocando-os nos rios. Na



reportagem, 30 mil foram despejados no Rio Caveiras. O projeto contou com a participação de crianças das escolas da região. Foram elas que colocaram os alevinos no rio. A **sonora** da professora Patrícia dos Santos resumiu o sentimento de participar daquela ação: “Isso vai ajudar na vida deles, vai trazer benefícios, para eles saberem a importância da preservação, da cultura”. Já o biólogo, que apareceu na reportagem, explicou o que está acontecendo na região: “Todas as represas estão saindo aqui na nossa região. Isso vem diminuindo bastante, prejudicando os peixes, acabando com o habitat natural deles”.

Nas duas entrevistas apareceram pessoas da comunidade contando esta realidade para os demais catarinenses. O biólogo falou das agressões ao Meio Ambiente. A professora disse que a participação das crianças no projeto vai despertar uma consciência ecológica nelas. Para Maffesoli (2003), este é o papel da Comunicação na era Pós-Moderna. Permitir que pessoas de uma comunidade possam contar o cotidiano para si mesmas. Segundo o autor, o que vale é o **sentido comum**, vivido por um maior número de pessoas. Neste caso, milhares de telespectadores catarinenses ficaram sabendo do problema através da televisão. A reportagem conseguiu fazer o que Maffesoli (2003) chama de **laço social**. Ou seja, unir as pessoas que têm algo em comum. Nesse caso, a falta de peixes nos rios da Serra catarinense.

A reportagem teve a participação dos dois Âncoras do telejornal RBS Notícias. Fabián Londero leu a **cabeça** da matéria. Ildiane Silva a **nota pé**, aquele texto lido ao final da matéria com o objetivo de dar informações complementares sobre o tema abordado. Quer dizer, a reportagem ganhou sentido para os telespectadores ao ser ancorada pelos dois apresentadores do programa. Ao ler a

**cabeça**, Fabián introduziu o assunto para quem estava assistindo ao telejornal. Já Ildiane Silva fez o “fechamento” da matéria com a leitura da **nota pé**.

Tanto a **cabeça** como a **nota pé** fazem parte do chamado Gênero Informativo, que no dizer de Erbolatto (1991) significa: “Relato e a descrição de um fato, dentro dos limites da objetividade humana”. Isto é, apenas informa, dá o *lead* da reportagem, como assinala Ramos. Nas primeiras duas frases da **cabeça**, lida por Fabián, está o fato principal da notícia: “**Os rios da serra catarinense pedem socorro. Além das usinas hidrelétricas, o desmatamento e a pesca predatória vêm acabando com os peixes**”. Na **nota pé**, a informação complementar sobre a matéria dá conta de que, na cidade de Chapecó, o projeto existe há cinco anos, e já produziu resultados como o aumento de peixes nos rios.

Para dar sentido à matéria, a **cabeça** e a **nota pé** foram “interpretadas” pelos dois Âncoras. O texto não foi apenas “lido”, mas “vivido” por eles. Ao ler a **cabeça** desta matéria, Fabián deu mais ênfase as seguintes palavras: **pedem socorro, hidrelétricas, predatória e vem acabando**.

Quando fez a leitura de **pedem socorro**, Fabián ergueu a cabeça e as sobrancelhas **levemente** para cima. Este gesto, associado ao aumento da intensidade da voz, significou a **indignação** do Âncora com o fato a ser mostrado. De acordo com Maldonato (2004, p. 105), “sobrancelhas semi-arqueadas indicam surpresa e estupor”. Nesse caso, Fabián mostrou-se revoltado com a agonia dos rios.

Na palavra **hidrelétrica**, Fabián  **aumentou** a intensidade da voz, com o objetivo de chamar a atenção para o problema. Em relação à **predatória**, o Âncora também levantou as sobrancelhas de forma **leve**, para manifestar a sua surpresa e o

seu descontentamento com o problema. Esta palavra recebeu uma ênfase diferenciada por dar uma **qualificação** à pesca, nesse caso **predatória**. Ou seja, uma pesca que só tem objetivo de matar o animal, sem se preocupar com o ciclo reprodutivo da espécie.

Em seguida, Fabian deu mais ênfase na leitura dos verbos **vem acabando**. Para entender melhor o **valor** destas duas palavras, recuperamos a frase inteira: “**Além das usinas hidrelétricas, o desmatamento e a pesca predatória vêm acabando com os peixes**”. No momento da leitura das palavras **vem acabando**, o Âncora faz um **leve** movimento com a cabeça. Esse gesto, associado à elevação no tom de voz, **comunicou** aos telespectadores um ar de pergunta: Mas como isso está acontecendo? Durante a leitura da **cabeça**, o Âncora fez uma interpretação **firme, segura, séria**, passando credibilidade aos telespectadores.

A Âncora Ildiane Silva também interpretou a **Nota pé** lida no final da matéria. Quatro palavras receberam ênfase na voz da apresentadora. Todas na segunda frase da nota. Abaixo reproduzimos parte da nota, destacando em negrito as palavras enfatizadas:

SEGUNDO O IBAMA E PESCADORES, O PROGRAMA JÁ APRESENTOU **RESULTADOS PRÁTICOS** COMO O **AUMENTO DE PEIXES** NOS RIOS.

Na interpretação dessa **nota**, Ildiane fez um gesto, até então, não verificado nas suas apresentações. Ela levantou as duas mãos em paralelo no momento em que leu o trecho “Segundo o Ibama e os pescadores”. A leitura se deu num tom **conclusivo**, como se dissesse: “Olha, segundo [...]”. As mãos fizeram um

**pequeno** movimento, como se fosse de um ponto A até o ponto B, para enfatizar as palavras **Ibama** e **Pescadores**. A ênfase foi tanta que a mão direita chegou a aparecer no vídeo. Em relação às palavras **resultados práticos** e **aumento de peixes**, o destaque ocorreu através da elevação do tom de voz. Para evitar repetições, as roupas e a maquiagem dos apresentadores da matéria Meio Ambiente não foram analisadas. A análise já foi feita na matéria **Casa Própria**.

Apesar de falar sobre a natureza, a reportagem **Meio Ambiente** não teve uma grande Imagem para ser mostrada. A maioria das cenas foi gravada num ambiente fechado (o laboratório) e junto ao Rio Caveiras. Como o mote da matéria era a falta de peixes, até com uma câmera submarina haveria dificuldade em mostrá-los. O jeito foi valorizar as cenas disponíveis.

O primeiro OFF tinha a seguinte Imagem: peixes (alevinos), pulando em tanques, com água. Em seguida, aparecia um homem com uma espécie de pá na mão, retirando-os e os colocando num saco plástico. Essa descrição contempla o que Barthes (2002) chama de sentido **Denotativo**, ou seja, o análogo, apenas os objetos e as pessoas, que compõem cada cena. Esta Imagem foi desdobrada em quatro *takes*: abriu com um Plano Médio, mostrando os peixes e um homem, movimentando a pá; depois, num Plano Fechado, os peixes são colocados num saco plástico; em seguida, um Plano Fechado, na água, e um Médio, com o homem retirando os alevinos do tanque.

No sentido **Conotativo** da Imagem, podemos fazer a seguinte interpretação: os tanques estão num laboratório de produção de peixes mantido pelo Ibama. O homem, que recolhe os alevinos (peixes na fase inicial), provavelmente é um funcionário da instituição. Além do Ibama, ficamos sabendo, a partir do texto da

repórter, que o projeto de repovoamento dos rios está no segundo ano e tem a participação da Polícia Ambiental de Santa Catarina.

Depois do primeiro OFF, entrou uma **sonora** com o biólogo do Ibama. Ela foi gravada ao ar livre, tendo como cenário um rio da região. O enquadramento foi feito em Primeiro Plano, isto é, do peito da pessoa para cima. O diferencial foi o entrevistado ter sido colocado no canto direito da tela, permitindo a “fuga” para o rio. Este recurso tornou mais suave a entrevista. O jovem biólogo vestia uma camiseta básica e o tom da sua fala foi sério. Estava preocupado com a construção das represas, que acabam destruindo o habitat natural dos peixes.

A reportagem seguiu com um segundo OFF sobre o objetivo do projeto: a Educação ambiental. O texto é curto e em apenas uma frase, suficiente para inserção de três cenas diferentes. A Imagem geral era a seguinte: crianças, vestidas com uniforme da escola, carregando sacos plásticos com água em direção a um rio. A caminhada foi acompanhada por mulheres e por homens, que usam farda. Esta seria a descrição do análogo, daquilo que estamos vendo na Imagem, o que Barthes (2002) chama de sentido **Denotativo**. Já no sentido **Conotativo**, aquele que identifica os outros significados da Imagem, se assinala o seguinte: as crianças são estudantes que pertencem a uma escola da região e estão acompanhadas das professoras e de guardas da polícia ambiental de Santa Catarina. Nos sacos plásticos, há alevinos criados em cativeiro, a serem despejados no rio pelas crianças. O gesto é educativo e tem o sentido de alertar os futuros adultos a respeito da importância de se preservar o Meio Ambiente.

Foram usados, neste OFF, os seguintes enquadramentos. Um Plano Geral, para mostrar a caminhada em direção ao rio. Um Plano Médio, para registrar

um guarda e uma criança com um saco plástico na mão, despejando os alevinos no rio. A última cena, também em Plano Médio, mostrou o biólogo do Ibama e uma criança, despejando a água com os alevinos no rio.

Depois do segundo OFF, entrou uma **sonora** com uma professora da escola. Ela foi gravada do mesmo modo que a entrevista feita com o biólogo, ou seja, com o rio ao fundo. A professora foi enquadrada em Primeiro Plano, do peito para cima. A sua fala teve um tom **vibrante**, pois ressaltou a importância daquela ação para a vida das crianças.

Em seguida entrou um **boletim de passagem** da repórter Sabine Weiler. Através do seu texto ficamos sabendo que o projeto conta com a participação de uma empresa privada e, até o final daquele ano (2004), a expectativa era soltar 500 mil alevinos nos rios da Serra catarinense. No sentido **Denotativo**, podemos dizer que a Imagem nos mostra uma mulher jovem em pé, com os tanques de água ao fundo, falando e olhando para a câmera. Percebemos que ela está num ambiente fechado, um pouco escuro e aparece no canto direito da tela. No sentido **Conotativo**, aquele que dá o significado à Imagem, podemos dizer que a mulher que aparece no vídeo é a repórter, a pessoa que conduziu a matéria. Ela está dentro do laboratório de produção de peixes e foi enquadrada pelo cinegrafista no Plano Americano, isto é, da cintura para cima.

A reportagem terminou com mais um OFF da repórter. O texto, com apenas uma frase, foi lido num tom conclusivo. No sentido **Denotativo**, há uma Imagem que nos mostra tanques, água corrente e alevinos pulando. Em relação ao aspecto **Conotativo**, pode-se dizer que os tanques, a água e os alevinos estão dentro de um laboratório que produz peixes em cativeiro com o objetivo de repovoar

os rios da serra catarinense. Como era preciso identificar os alevinos, o Plano Fechado foi usado nos três momentos.

Como não se identificar com a reportagem sobre o Meio Ambiente? Ali aparecem identidades familiares no nosso dia-a-dia. A professora da escola primária, o biólogo, o policial e as crianças. Nessa matéria, foi socializada, com os telespectadores, uma atitude solidária: colocar peixes nos rios agredidos pelo homem com a construção de barragens. A professora afirmou que o gesto de “colocar” os peixes será importante para despertar a consciência ecológica nas crianças. Esta mesma “consciência” foi partilhada com os catarinenses, que assistiram, naquela noite, ao RBS Notícias.

O projeto de repovoar os rios com alevinos mostrou uma preocupação com o Meio Ambiente. Esta ação positiva teve a participação da Polícia Ambiental de Santa Catarina, valorizando a importância do policial, como uma pessoa que está ali para ajudar a sociedade como um todo. Não só na repressão a atitudes erradas, mas, também, participando de atividades, que possam melhorar a vida dos catarinenses. Nesse caso, o Meio Ambiente.

O biólogo do Ibama, na reportagem, serviu para resgatar a importância desses profissionais na sociedade. Precisamos ter gente falando, discutindo e denunciando as atitudes erradas em relação ao Meio Ambiente. A natureza está sempre reagindo às ações do homem. Os biólogos avaliam estes impactos e propõem soluções. Despejar alevinos nos rios é uma atitude prática. As barragens produzem energia elétrica para as indústrias, mas também causam danos ambientais. Os biólogos, o Ibama e a Polícia Ambiental são cruciais no equilíbrio desse processo. O Estado, como um todo, precisa crescer e se desenvolver, gerar

empregos, mas deve fazer isso respeitando a natureza. É dela que vem o ar que respiramos, os alimentos que comemos. Fazemos parte do Meio Ambiente. A matéria alerta para o que está acontecendo na Serra catarinense. Difícil não ter Empatia por uma reportagem, como essa que mostrou as conseqüências das agressões à natureza, que, em última análise, é a nossa casa. Enfim, a matéria espalhou sementes de esperança em nossos corações. Espalhou a idéia de que nem tudo está perdido e que é preciso lutar pela preservação do Meio Ambiente.

Por ser um país tão grande e com tantas belezas naturais, os brasileiros ainda não “acordaram” para a importância de preservar a natureza. Ainda vivemos numa época em que o lucro está acima de todas as coisas. Primeiro, vamos construir, depois a gente vê como é que fica. Há uma idéia de que os recursos naturais são inesgotáveis, ou seja, nunca vão acabar. Entretanto, a reportagem feita, na Serra catarinense, informou que um rio, mesmo distante dos grandes centros urbanos, já sente as conseqüências das agressões à natureza, feitas pelo homem.

A matéria trouxe o comportamento duplo do ser humano. De um lado, pessoas que pensam somente no hoje, no aqui e agora, no desenvolvimento a qualquer preço. Do outro, pessoas preocupadas em preservar, em repor aquilo que desapareceu da natureza. Portanto, nesta reportagem apareceram dois pensamentos presentes no Imaginário catarinense. Um focado na destruição da natureza e o outro, na idéia de que algo precisa ser feito para reverter as constantes agressões. Na reportagem, isso ficou bem claro. O problema é a falta de peixes. Então, vamos produzi-los em cativeiro e colocá-los na natureza. O homem precisa perceber que o Meio Ambiente está constantemente reagindo às agressões, e pensar em ações que possam evitar o dano ou minimizá-lo.



A reportagem encarnou o espírito da preservação do Meio Ambiente. A idéia de que a natureza precisa ser recompensada pelas agressões que sofre. Só assim, Santa Catarina vai conseguir o equilíbrio. Por exemplo, se as barragens vão atrapalhar a reprodução dos peixes, então, é necessário fazer em cativeiro e devolvê-los ao rio. Esta preocupação com o Meio Ambiente, a chamada “consciência ecológica”, teve de ser despertada pela Mídia. Nesta matéria do RBS Notícias, esta missão foi cumprida.

A matéria **Meio Ambiente** vem ao encontro de um pensamento central de Maffesoli (1985, p. 240) em relação à Cultura. “Não é possível haver Cultura de um lado e natureza do outro”. O sociólogo pontua que somos parte da natureza, que ela está presente na nossa alimentação, nas roupas, entre outras situações do cotidiano. A construção de um criatório de peixes, para repovoar o Rio Caveiras, se insere naquilo que disse Maffesoli. Os peixes estão nos rios, servem de alimento para o homem e para os outros seres vivos daquele ecossistema. Isto é, ao “agredir” um rio, estamos agredindo um local que produz o nosso próprio alimento, o peixe. Além disso, é do rio que sai a água que serve para beber e regar as plantações, de onde vêm as frutas e verduras que comemos.

Ao poluir um rio, estamos destruindo a nossa fonte de alimentação, portanto, a nós mesmos. Este é o problema mostrado na matéria. Já estão faltando peixes nos rios da Serra catarinense por causa da agressão ao Meio Ambiente. A reportagem traz ainda uma ação social, a criação de peixes em cativeiro e a colocação deles no rio. Hall (1976) diz que toda a ação social é cultural e que tem significado para quem a observa e para quem a pratica. Nesse caso, ficou claro para as crianças e os adultos que participaram da ação, a importância de se preservar a

natureza. Quem estava em casa assistindo à matéria, também pode perceber este sentimento.

A reportagem sobre o **Meio Ambiente** pode ser considerada um exemplo de Pós-Modernidade. Isso porque, uma das características dessa época é a “onipresença do vídeo”, a “hiper-comunicação”. Quer dizer, um problema que está acontecendo na Serra Catarinense (falta de peixes nos rios) se transforma em notícia estadual. Vivemos um momento em que há sempre uma câmera por perto pronta para gravar. No caso da colocação de alevinos nos rios não foi diferente. Uma situação de simulacro, uma simulação do real. Nesta reportagem, provavelmente, houve uma marcação antecipada daquele evento. A repórter deve ter pedido: “Preciso mostrar as crianças despejando os alevinos nos rios”, ou os autores do projeto podem ter ligado para emissora ou enviado um *release* explicando o que iria acontecer e pedindo a cobertura jornalística do acontecimento. O fato é que com a presença da câmera, o projeto passou a existir para a sociedade catarinense. Virou um “espetáculo” para a Mídia.

Cabe pontuarmos, também, a idéia de se preocupar com o “local”. Ou seja, o que está acontecendo na minha cidade, no meu bairro, na minha região. É o caso desta matéria. Ela revela a falta de peixes nos rios da Serra de Santa Catarina. Nada mais Pós-Moderno do que a preocupação com as coisas que acontecem ao nosso redor.

Esta reportagem, exibida na Televisão, também resgatou a idéia de que estamos em “contato” com o outro, através do vídeo, da tecnologia. Isto é, milhares de catarinenses se informaram do problema sem ir “fisicamente” até a Serra. O contato pessoa a pessoa está cada vez mais reduzido. Apesar disso, essa “presença

distante” permite o que Maffesoli (1999) chama de paradigma estético, isto é, a “faculdade de sentir em comum”. Quer dizer, mesmo não estando presente no aspecto físico, milhares de pessoas puderam “sentir” os efeitos da destruição da natureza, e, ao mesmo tempo, “vibrar” com a solução encontrada pelo Ibama, pela Polícia Ambiental e pelas pessoas da comunidade no sentido de resolver ou minimizar o problema.

A matéria **Meio Ambiente** materializou a idéia do “interacionismo simbólico”. A idéia de que estamos rodeados de signos e em constante interação com eles. Com a reportagem, ficamos sabendo das agressões à natureza, mas, também, vimos que é possível encontrar soluções. Conseguimos perceber o “eterno presente”, característica da Pós-Modernidade e também dos telejornais. É o constante “Aqui e Agora”. Quem não viu, perdeu. Não dá para voltar uma reportagem. Para ser exibida de novo, o material precisa ser atualizado, tanto na forma como no conteúdo.

Ao exibir a reportagem **Meio Ambiente**, o telejornal RBS Notícias se transformou no lugar que impulsionou o “estar-junto” das pessoas. Ele ligou os catarinenses, fez a mediação entre a realidade e a população. Este pode ser considerado o papel dos telejornais na sociedade Pós-Moderna: mediar os acontecimentos sociais.

## 4 CONCLUSÕES

Esta tese teve como objeto de estudo os telejornais, **Jornal Nacional** e o **RBS Notícias**. Os dois noticiários foram escolhidos por serem líderes de audiência nas suas respectivas emissoras: um exibido em todo o Brasil pela Rede Globo e o outro em Santa Catarina, pelo grupo RBS. A motivação para fazer este estudo fora provocado pelas constantes críticas que se faz aos telejornais e também à Televisão. Nesses últimos três anos, entretanto, o formato telejornal permaneceu firme, forte e ganhou até novos programas. O Jornal do SBT e o Jornal da Record são apenas dois exemplos.

Movido pela curiosidade, procuramos compreender como o formato telejornal estava sobrevivendo na chamada era Pós-Moderna. Porque ainda atrai a audiência de tantas pessoas. Para isso, tivemos como objetivo geral de pesquisa, estudar o papel do social dos telejornais. Para atingir esta meta, analisamos quatro reportagens jornalísticas de cada programa.

As reportagens analisadas no **JN** comunicaram aos brasileiros a complexa realidade social do país. Foi uma espécie de radiografia dos problemas nacionais que ainda estão longe de serem resolvidos. A violência provocada pelo

tráfico de drogas, o desemprego, a miséria e até as dificuldades que os trabalhadores enfrentam para conseguir chegar ao trabalho.

Na reportagem sobre a Violência, compreendemos que ela é alimentada pelo tráfico de drogas que ocorre nas favelas. Vimos que, apesar disso, os moradores dessas comunidades alimentam sonhos e lutam por uma vida melhor. Percebemos que a favela nos pertence, que lá moram brasileiros como nós, que deveriam receber uma atenção especial da nação. Como isso não ocorre, os traficantes tentam controlar os morros.

A reportagem Emprego “tornou público” duas realidades nacionais. Uma, nas grandes cidades, onde há desemprego e filas de pessoas procurando trabalho. E outra, em pequenos municípios brasileiros como Catalão e Rondonópolis, onde existem bolsões de prosperidade. Em Catalão, ficamos sabendo de um jovem que nem havia terminado um curso Técnico do Senai e já estava empregado.

Na matéria Transporte Coletivo, os brasileiros puderam acompanhar as dificuldades que o trabalhador enfrenta para chegar ao trabalho. Vimos que a doméstica Adriane vai a pé para o serviço e gasta o vale-transporte comprando comida. Conhecemos o drama do seu Nilson, desempregado, ele usa a bicicleta para levar sua mulher ao trabalho. Já o caso do jovem Wallace é pior. Ele perdeu o emprego porque mora longe da empresa, que teria de gastar mais com o vale-transporte.

Portanto, através do **JN**, os brasileiros puderam contar o seu cotidiano para si e a milhares de conterrâneos. Ou seja, ocorreu o chamado “laço social”, isto é, várias pessoas com identidade comum, puderam dividir as suas angústias, os

seus sofrimentos, mas também os seus sonhos e a sua esperança de ter uma vida melhor.

O trabalho do Âncora é fundamental na exibição do Jornal Nacional. William Bonner e Fátima Bernardes ajudam a fixar o sentido de cada reportagem. As **cabeças** introduzem os assuntos que serão abordados. Os textos não são somente lidos pelos apresentadores, mas interpretados de acordo com a expressão corporal de cada um. Percebemos no decorrer das análises, que o Bonner é mais sério e contido, na hora de apresentar as notícias, já Fátima Bernardes faz mais gestos durante a sua ancoragem.

Podemos dizer que durante a leitura das **cabeças** ocorre uma verdadeira “interpretação” do texto. Isso porque, numa questão de segundos, os Âncoras saem de um tom sério, carrancudo, com várias expressões faciais de surpresa e indignação, para uma expressão alegre, onde até é possível ver um pequeno sorriso no rosto. O não-verbal que aparece na forma de ancorar, parece fazer parte mais do objetivo de dar sentido às reportagens do que uma opinião propriamente dita. Ele se manifesta com mais vigor nas palavras que recebem maior ênfase dos apresentadores. Geralmente, de duas a três palavras são destacadas em cada **cabeça** através da intensidade da voz e das expressões emitidas pelo corpo.

Os Âncoras parecem falar através dos gestos. Identificamos, ao longo do trabalho, os seguintes movimentos corporais: mexem com a cabeça para discordar de alguma coisa; levantam as sobrancelhas para demonstrar surpresa e indignação; juntam as mãos como se fossem rezar, para “marcar” o seu descontentamento com os fatos, pareciam dizer Mas Como? Isso ainda está acontecendo? Os gestos ajudam a enfatizar as “palavras de valor” que existem em cada **cabeça**.

Outro aspecto a respeito do trabalho dos Âncoras é que nas quatro reportagens apresentadas, em apenas uma, houve um texto de caráter mais opinativo. Em todas elas, observamos a presença, apenas do Jornalismo Informativo. Isto é, as **cabeças** das matérias se limitaram a introduzir o assunto de maneira objetiva. A única situação diferente aconteceu na reportagem especial sobre o desemprego, onde o Âncora William Bonner fez numa **nota pé**, uma relação entre o emprego e a qualificação profissional.

Com isso, podemos dizer que há, de certa maneira, um engessamento no modo de fazer a ancoragem do **Jornal Nacional**. Notamos que existe um estilo cristalizado na forma de se ler as notícias, em que as opiniões parecem proibidas. Talvez, isso tenha a ver, com a dificuldade em mexer num programa que está há mais de 35 anos no ar e ainda mantém excelentes índices de audiência.

No que se refere ao “visual” dos apresentadores, não há muito o quê dizer. Os dois Âncoras seguem um estilo padrão na maneira de se vestir. Bonner estava sempre de terno e a gravata. Cabelo curto e pouca maquiagem no rosto. Na Fátima Bernardes predominou o uso de terninhos fechados. A maquiagem era mais intensa, o cabelo estava sempre bem penteado e os brincos tinham tamanho pequeno. O conceito pareceu ser sempre o mesmo: estar bem vestido, sem chamar mais atenção do que as notícias.

Em relação às Imagens, podemos dizer que elas são pinçadas da realidade de um modo que tenham um significado para o telespectador. Trabalha-se o tempo todo com uma mensagem sem código, presente na cena, que é análoga ao real. Quando um cinegrafista faz uma cena já existe uma intenção em como fazê-la, que plano usar, etc. Na sua cabeça, há uma idéia de que ele precisa contar uma

história através das Imagens. As cenas são gravadas como se fossem fotografias da realidade, feitas em vários planos, que ganham vida na edição da Imagem e do Áudio da reportagem.

Um exemplo disso aconteceu nas cenas da reportagem *Emprego*. Um dos OFF mostrou pessoas em fila na frente de uma empresa. Para dar uma idéia do tamanho da fila, a cena foi gravada em Plano Geral, ou seja, na maior abertura da lente da câmera. Já na edição, essa mesma cena ganhou um *fast* (cena rápida) para evitar que as pessoas não fossem identificadas e para dar “vida” às imagens que eram de arquivo.

Percebemos que muitas Imagens são produzidas pelo cinegrafista e o repórter. Quer dizer, muitas vezes, ambos pedem ao personagem que faça uma determinada cena para que seja incluída na reportagem. Por exemplo, na matéria *Emprego*, tem uma cena em que um homem bate à porta de um canteiro de obras. O funcionário abre a porta, ouve o pedido de emprego e diz: “No momento não tem”. Esta cena pode ter sido gravada mais de uma vez. Pela Imagem, percebemos que não foi uma situação natural. O funcionário da obra sabia que seria filmado e até que resposta iria dar.

Na reportagem *Transporte Coletivo*, isso também pode ter acontecido. A Imagem mostra o seu Nilson, de bicicleta, levando a mulher ao trabalho. Na frente da empresa, os dois param e se despedem com um beijo. Na seqüência, o seu Nilson segue sozinho e, da bicicleta, concede uma rápida **sonora** ao repórter. Ou seja, nada é mais significativo do que falar do preço do transporte andando de bicicleta.



As Imagens exibidas no **JN** levam os brasileiros a lugares que a maioria não conhece. Nas reportagens sobre a Violência e a Miséria, o telespectador pôde ver como é duro morar numa favela do Rio de Janeiro. As casas são geminadas, construídas de forma precária. Não há saneamento básico, nem ruas, as pessoas circulam por vielas. À noite, moradores portam armas e vendem drogas. Portanto, através do **JN** milhares de brasileiros puderam “subir o morro”, mesmo sem nunca ter estado lá. Essas imagens chegaram até as nossas casas no horário nobre da Televisão brasileira. Ou seja, nos relacionamos socialmente com aqueles brasileiros através das Imagens. Aquele mundo, embora cruel, também faz parte da realidade do país, queiramos ou não enxergar.

O **JN** levou para o horário nobre as grandes questões nacionais. Apesar de estarmos entre as 10 maiores economias do mundo, temos enorme dificuldade para distribuir a riqueza entre os conterrâneos. O resultado é o aumento da Violência, do desemprego, da Miséria e até o surgimento de problemas pequenos, como chegar ao trabalho, que se tornam grandes quando não se tem um bom salário. Tudo isso apareceu no **Jornal Nacional**. Ficou claro também a idéia de que pertencemos a um mesmo meio social e ficar indiferente a isso, é produzir uma espécie de “efeito bumerangue”. Isto é, se não encararmos os dilemas sociais, de alguma maneira seremos atingidos.

As reportagens apresentadas no **JN** tiveram um enorme poder de identificação, de Empatia, pois retrataram as nossas questões sociais. Permitiram que brasileiros anônimos pudessem contar as suas próprias histórias em rede nacional. Os personagens que apareceram, representaram o povo brasileiro que vive na mesma situação. Por outro lado, matérias sobre a Violência e o Emprego,

trouxeram o sonho e a esperança das pessoas que se dedicaram aos estudos e ao trabalho e, conseguiram vencer.

As lentes do **JN** resgataram o Imaginário nacional. Na matéria sobre Violência, percebemos o esforço dos brasileiros que moram em favelas, e, assim não deixam de sonhar com uma vida melhor. Entram em cooperativas, querem cursar uma faculdade e até participam de um grupo de Teatro. A matéria sobre Emprego registrou o esforço de quem muda de estado na luta por um trabalho. Revelou que há uma prática comum entre as famílias mais pobres: os filhos param de estudar porque começaram a trabalhar.

Ainda sobre o Imaginário, podemos dizer que a reportagem sobre a Miséria captou a passividade do povo brasileiro. Que parece aceitar tudo com resignação. Se há miséria, fome, é preciso reagir, fazer passeatas, mostrar indignação com esse estado de coisas. O “jeitinho brasileiro” parece explicar tudo. Ele surgiu com força na matéria Transporte Coletivo, as pessoas vão a pé para o trabalho e usam o vale transporte para comprar comida.

A Cultura se manifestou de forma intensa nas reportagens exibidas no **JN**. Ela apareceu ao mostrar o ambiente natural e social dos brasileiros. Vimos na matéria sobre a Violência, a precariedade das casas construídas nas favelas e a tensão e o medo provocado pelo tráfico de drogas. Percebemos a ineficiência do estado brasileiro que só manda para o morro a polícia, ao invés de oferecer serviços públicos decentes ao cidadão. Na matéria Miséria, assistimos cenas de pobreza e de fome dos brasileiros. Na reportagem Emprego, conhecemos através da lavoura e das fábricas, a prosperidade das cidades de Catalão e Rondonópolis, onde o trabalho e a educação são valorizados. E também, pessoas pobres, que param de

estudar porque precisam trabalhar. Uma atitude que as exclui do mercado de trabalho.

Na reportagem Transporte Coletivo, as Imagens mostraram um ambiente Cultural composto de duas realidades distintas. De um lado, um bairro chique, com casas bonitas, ruas arborizadas, carros estacionados. Do outro, ruas sem calçamento, moradores usando a bicicleta como meio de transporte. Quer dizer, um retrato da situação nacional.

A narrativa do **Jornal Nacional** e das suas reportagens é Pós-Moderna. O noticiário tem na sua composição, matérias e notas que são chamadas ao longo do programa pelos Âncoras. É uma espécie de quebra-cabeça que ganha vida quando entra no ar. Com as reportagens ocorre o mesmo. Elas são constituídas por pequenas partes (**cabeça, off, sonora, boletim, nota pé**) que irão compor o todo. Portanto, o discurso do **JN** e das reportagens é Pós-moderno na sua essência. Essas observações também valem para o **RBS Notícias**.

Nas reportagens exibidas no **JN**, identificamos a presença de características da Pós-Modernidade. A onipresença do vídeo é uma delas. Parece que há sempre uma câmera ligada disposta a mostrar algo. Com as matérias sobre a Violência e a Miséria, subimos os morros cariocas, vimos a fragilidade das casas, jovens com metralhadoras, gente vendendo droga. Na matéria Emprego, saímos dos guichês do SINE, em São Paulo e viajamos até o Centro-Oeste para ver bolsões de riqueza. Na reportagem que abordou a questão do Transporte Coletivo, pegamos carona na bicicleta do seu Nilson, que leva a mulher ao trabalho com este meio de transporte. Em todos esses casos, ocorreu uma relação social mediada pelas Imagens. Ou seja, ficamos conhecendo diversas realidades através do telejornal.

Nas quatro matérias exibidas no **RBS N**, os catarinenses compartilharam suas histórias com os seus conterrâneos. O telejornal fez a “ligação social” entre eles. A população pôde “ver” e “ouvir”, situações semelhantes as suas. Isso aconteceu nas reportagens Carteira do Trabalho, Catarina, Casa Própria e Meio Ambiente. Na reportagem sobre o atraso na emissão das Carteiras de Trabalho, o problema em si parecia banal, mas depois descobrimos que mais de duas mil pessoas estavam enfrentando a mesma situação. Observamos que após o fato ser noticiado na Televisão, ele passou a existir socialmente. A reportagem acabou pressionando o poder público a encontrar uma solução. E, ao entrevistar o responsável pelo serviço, o telejornal mediou uma resposta a toda população. Portanto, a reportagem cumpriu o papel de “comunicar”, tornar público um problema e pressionar por uma solução.

Ainda em relação ao caso das Carteiras de Trabalho, evidenciamos a idéia de pertencimento, de que fazemos parte de uma comunidade. E que o telejornal faz a mediação desse encontro de pessoas com a mesma identidade e interesses comuns. Na reportagem Catarina, esse “pertencer” apareceu de maneira clara. A população da região de Blumenau arrecadou cerca de oito toneladas de alimentos e roupas para socorrer os desabrigados no Sul do estado. Quer dizer, ajudaram outros catarinenses, mesmo sem conhecê-los. O que valeu naquele momento foi o sentimento de solidariedade. O interessante é que a matéria Catarina, já era uma reação das pessoas, a destruição provocada em algumas cidades pela passagem do ciclone. O fato havia sido mostrado amplamente pela Mídia em geral e nos telejornais regionais e nacionais.

Os Âncoras do **RBS N** desempenharam um papel fundamental na apresentação do programa. São eles que fizeram a “costura” entre uma matéria e outra, preparando o “espírito” do telespectador para o que virá a seguir. São

essenciais para fixar o sentido das reportagens que vão ao ar. Escrevemos que, sem a participação dos apresentadores, as matérias entrariam soltas e o espectador teria que dar o sentido em casa, o que seria muito difícil.

Em relação à maneira de apresentar o telejornal, vimos que o **RBS N** segue o modelo de apresentação das notícias do **JN**. Os Âncoras lêem uma **cabeça** composta por duas frases, sendo que uma traz o fato principal e outra um complemento. Este modelo, que consagra o Jornalismo Informativo, está cristalizado. Não arrisca, não faz variações. Os apresentadores poderiam ler opiniões sobre determinados temas. Além disso, o **RBS N** não tem comentaristas, uma situação editorial inferior ao que existe no **JN**, em que há charges e o comentário do jornalista Arnaldo Jabor.

Sobre as atribuições do Âncora, identificamos no **RBS N** uma diferença em relação ao **JN**. Lá, o jornalista William Bonner exerce também a função de editor-chefe, já no telejornal da RBS, os dois apresentadores apenas editam as reportagens que vão ao ar, tendo um poder de decisão muito menor.

No que tange à apresentação em si, percebemos que os Âncoras procuram viver aquilo que estão lendo, com a intenção de convencer o telespectador. Vimos que ocorre uma verdadeira “interpretação” do texto e, de duas a quatro palavras em cada **cabeça**, recebem mais ênfase que as outras. Ao enfatizá-las, produzem expressões verbais e não verbais. As mais comuns são o aumento ou a diminuição do tom de voz, que serve para enfatizar uma palavra ou ironizar uma situação. No rosto, as sobrancelhas semi-arqueadas serviram para revelar “surpresa” ou “indignação” diante dos fatos. O movimento para o lado com a

cabeça, muitas vezes, indicou a contrariedade com os fatos. Com esses gestos, os Âncoras parecem dizer: Mas como? Isso está acontecendo?

Observamos que assim como acontece com a Fátima Bernardes no **JN**, a Ildiane Silva faz mais movimentos de corpo do que o Âncora Fabián Londero. Ele é mais contido, mas é igualmente firme e seguro na apresentação. Ela interpreta as palavras num tom vibrante e com mais gestos. Sua postura na bancada é reta, passando altivez e segurança. O único, porém, é seu tom de voz. Às vezes, exagera, passando a impressão de que está gritando.

Através das Imagens, o telejornal trouxe a realidade local até nós. Mostrou a interrupção dos serviços da DRT de Florianópolis, os edifícios residenciais à beira mar e as favelas na capital, as roupas e os alimentos arrecadados para os desabrigados com o ciclone Catarina e o gesto simples, mas cheio de significado das crianças colocando alevinos nos rios. As reportagens do **RBS N** fizeram um passeio pela realidade catarinense. Através das Imagens, a população pôde se relacionar socialmente.

Ao ver a sua realidade na tela, os catarinenses se identificaram, manifestaram Empatia com o que estava sendo mostrado. Sentiram que pertencem a um lugar, no caso, Santa Catarina. O Imaginário do Estado também apareceu com força no telejornal catarinense. Registramos ao longo das análises, o esforço em ajudar o próximo, a luta pelos seus direitos, o sonho da casa própria e a preocupação em despertar a consciência ecológica nas crianças.

A Cultura teve destaque nas reportagens do telejornal da RBS, evidenciando situações como a burocracia do Estado brasileiro, a necessidade de

ter uma “casa própria” para morar e de se preservar a natureza. Além disso, verificamos o esforço do catarinense para ajudar os conterrâneos desabrigados.

Por ser um telejornal de abrangência estadual, o **RBS N** vive o chamado “retorno ao local”, característico da Pós-Modernidade. As reportagens analisadas tratam de aspectos cotidianos de Santa Catarina: a falta de tinta para imprimir carteiras de trabalho, a arrecadação de donativos para desabrigados, a falta de moradia para 300 mil famílias e a ausência de peixes nos rios da serra catarinense.

Os exemplos se inserem naquilo que Maffesoli denomina de “paradigma estético”, ou seja, a faculdade de “sentir em comum”. Nesse caso, através do vídeo, os catarinenses puderam sentir o drama de outras pessoas que vivem no estado. A onipresença da Mídia permitiu isso, mostrando problemas e possíveis soluções. Vimos prédios construídos em áreas nobres e também favelas. Uma pessoa que comprou um imóvel, mas ficamos sabendo que essa realidade é uma exceção. A colocação de alevinos no rio tenta minimizar a destruição da natureza.

Por tudo que foi apresentado, concluímos que os noticiários **JN** e o **RBS N**, permitem que as pessoas simples e até as de maior poder aquisitivo, possam contar o seu cotidiano para si e para os outros integrantes da mesma comunidade. Ao realizar isso, fazem a chamada “ligação social”, a Comunicação, tornando comum a milhares de pessoas, as complexas realidades nacional e local. Isto é, os telejornais, conectam em horários diferentes, ora os brasileiros, ora os catarinenses. Ambos dividem os sentimentos e as emoções vividas no Brasil e em Santa Catarina. São dois momentos em que ocorre uma identificação, com aquilo que acontece no país e no estado catarinense.

Na nossa visão, o papel social dos telejornais analisados é colocar em evidência a realidade existente num país, num estado, numa cidade, num bairro. Revelando a pluralidade dos muitos Brasis dentro de um mesmo Brasil, em que convivem a fome, a violência, o trabalho e o desemprego, ricos e pobres, a cidade e a periferia. Além disso, é mostrar os problemas do cotidiano, os erros, os acertos, as dificuldades, os sonhos e a esperança de cada cidadão. Esta é a tese que defendo neste trabalho. Se a vida cotidiana é uma obra arte, como escreveu Maffesoli, o telejornal é o espaço onde essa obra será mostrada.

Ao finalizar esta pesquisa, acreditamos ter contribuído para os estudos de Comunicação em nosso país. Para nós, ficou claro o quanto é preciso aperfeiçoar o modelo de Televisão que vem sendo praticado no Brasil e em Santa Catarina, em que há uma forte concentração das redes nacionais no sudeste do país. Esse modelo, com honrosas exceções, não permite que ocorra uma consistente produção regional. A legislação das Telecomunicações, além de antiga, não é respeitada por grande parte das empresas e nem por deputados e senadores que estão no Congresso Nacional.

Em relação ao Telejornalismo, mostramos que existe um acomodamento na forma de ancorar as notícias, tanto no Jornal Nacional como no RBS Notícias. Em ambos, poderia haver uma reflexão acerca dos acontecimentos que são apresentados diariamente. No **JN**, a opinião está restrita a charges e a um comentarista, já no **RBS N** não existe um espaço para refletir sobre as notícias divulgadas. Outra constatação é que o formato telejornal representa um importante espaço na Mídia para que as pessoas possam expressar a sua posição sobre as grandes questões nacionais ou até simples fatos cotidianos.



Estamos conscientes que o tema estudado não se esgota no final deste trabalho. Por isso, numa futura pesquisa de Pós-Doutorado, poderíamos estudar a recepção desses telejornais numa grande capital brasileira.

## REFERÊNCIAS

AGUIAR, Itamar. **Violência e golpe eleitoral**: Jaison e Amin na disputa pelo governo catarinense. Blumenau: Furb, 1995.

BARTHES, Roland. A Mensagem Fotográfica. In: **Teoria da Cultura de Massa**. Luiz Costa Lima (Org.). Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

BAYMA, Israel. **Apagão Analógico**. Entrevista concedida à Revista Carta Capital. Disponível em: <[www.abert.org.br](http://www.abert.org.br)>. Acesso em: 30 ago. 2006.

BERGER, Christa. **Campos em confronto**: a terra e o texto. Porto Alegre: UFRGS, 1998.

BONNER, William. **Palestra no Intercom**. Rio de Janeiro, set. 2005.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e das mensagens**. Introdução à Comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. Petrópolis: Vozes, 2002.

BORDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. A influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BUCCI, Eugênio. **O Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 1997.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. 2º reimpressão. São Paulo: Boitempo, 2000.

CANELLAS, Marcelo. **Palestra feita pelo repórter da TV Globo no aniversário de 15 anos do Curso de Jornalismo da Univali**. Itajaí, maio 2006.

CAPPARELLI, Sérgio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: LPM, 1982.

CAPPARELLI, S.; LIMA, V. **Televisão. Desafios da pós-globalização**. São Paulo: Hacker, 2004.

CARDOSO, Miriam L. **Ideologia do desenvolvimento Brasil: JK-JQ**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1991.

CORREIO da TV: **Bate Papo/William Bonner**. Correio Web. Correio Brasiliense. Brasília, 22 de setembro de 2002. Disponível em: <<http://www2.correioweb.com.br/cw/edição>>.

\_\_\_\_\_: **Bate Papo/Fátima Bernardes**. Correio Web. Correio Brasiliense. Brasília, 07 de abril de 2002. Disponível em: <<http://www2.correioweb.com.br/cw/edição>>. Acesso em: 10 maio 2005.

CRUZ, Dulce Márcia. **Televisão e negócio: a RBS em Santa Catarina**. Florianópolis-Blumenau: USFC e FURB, 1996.

CURADO, Olga. **A Notícia na TV. O dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1998.

DIMBLEBY, Richard; BURTON, Graeme. **Mais do que palavras: uma introdução à Teoria da Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1985.

DIMENSTEIN, Gilberto. **Folha de São Paulo**. Caderno C. São Paulo, 07 mar. 2004.

**EPCOM**. Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação. Disponível em: <[www.fndc.org.br/arquivos/donosdamidia.pdf](http://www.fndc.org.br/arquivos/donosdamidia.pdf)>. Acesso em: 14 out. 2006.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em Jornalismo**. Redação, Captação e Edição no jornal diário. 5. ed. São Paulo: Ática, 1991.

FERNANDES, Mario Luiz. **A força do Jornal do Interior**. Itajaí: Univali, 2003.

**FNDC**. Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação: <[www.fndc.org.br/arquivos/donosdamidia.pdf](http://www.fndc.org.br/arquivos/donosdamidia.pdf)>. Acesso em: 14 out. 2006.

GOLEMBIEWSKI, Carlos. **O impeachment na mídia: o caso Paulo Afonso em Santa Catarina**. Dissertação (Mestrado) – FAMECOS, PUCRS, Porto Alegre, 2000.

GUARESCHI, Pedrinho; BIZ, Osvaldo. **Mídia e Democracia**. Porto Alegre: Evangraf, 2005.

GUARESCHI, Pedrinho; RAMOS, Roberto. **A máquina capitalista**. Porto Alegre: LPM, 1988.

GUIVELDER, Zevi. **Telejornal em rede**. Jornalismo Eletrônico ao Vivo. Petrópolis: Vozes, 1994.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 22, n. 2, 1976.

IANNI, Octavio. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Censo de 2002. Disponível em: <www.IBGE.gov.br>. Acesso em: 11 set. 2006.

JAMESON, Fredric. Pós-modernidade e sociedade de consumo. **Novos Estudos. CEBRAP**, São Paulo, n. 12, p. 16-26, jun. 1985.

**JORNAL NACIONAL**: a notícia faz história. Memória Globo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

KAMEL, Ali. **Palestra Intercom**. Rio de Janeiro, set. 2005.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da mídia**. Bauru: Edusc, 2001.

KURTH, Estela. **A contribuição das emissoras afiliadas para a consolidação do modelo de televisão baseado em redes nacionais**: o caso RBS/Rede Globo em Santa Catarina. CD Intercom Sul. 2006.

LIMA, João Gabriel de. A Guerra atrás das câmeras. **Revista Veja**, São Paulo, ed. 1689, Ano 37, n. 35, 01 set. 2004.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Muito além do Jardim Botânico**. Um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores. São Paulo: Summus, 1985.

LONDERO, Fabian. **Doutorado RBS Notícias**. Entrevista concedida por e-mail. 25 set. 2005.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

MACIEL, Pedro. **Jornalismo de televisão**. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1995.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum**. Compêndio de Sociologia Compreensiva. São Paulo: Brasiliense, 1985.

\_\_\_\_\_. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

\_\_\_\_\_. **Elogio da razão sensível**. Petrópolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. **No fundo das aparências**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

\_\_\_\_\_. O Imaginário é uma realidade. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 15, p. 74-81, ago. 2001.

\_\_\_\_\_. A Comunicação sem fim (teoria Pós-Moderna da comunicação). **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 20, p. 13-19, abr. 2003.

\_\_\_\_\_. **O mistério da conjunção**. Ensaios sobre Comunicação, Corpo, Socialidade. Porto Alegre: Sulina, 2005.

\_\_\_\_\_. **Sociologia Compreensiva**. Curso promovido pelo PPGCOM da PUC do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, maio 2006.

MALDONATO, Mauro. **O desafio da comunicação. Caminhos e perspectivas.** São Paulo: Palas Athena, 2004.

MARÇAL, Cláudia. Luz sobre irregularidades. In: **REVISTA DA TELEVISÃO**, Diário Catarinense, p. 7, 06 mar. 2005.

MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? In: **Teorias da comunicação: conceitos, escolas, tendências.** Petrópolis: Vozes, 2001.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão Brasileira.** Uma visão econômica, social e política. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

MIGUEL, Luis Felipe. A eleição visível: A Rede Globo descobre a Política em 2002. **Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 46, n. 2, 2003.

**MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO SOCIAL.** Disponível em: <[www.mds.gov.br/adesao/mib](http://www.mds.gov.br/adesao/mib)>. Acesso em: 08 mar. 2007.

**NOTÍCIAS DE UMA GUERRA PARTICULAR.** Produção de Kátia Lund e João Moreira Salles. 1998/1999. 56 min.

O Mesmo “boa noite” durante 27 anos. **O Sul.** Porto Alegre, 26 de abril de 2005. Caderno de Reportagem. p. 20.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira.** Cultura Brasileira e Indústria Cultural. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo.** São Paulo: Brasiliense, 1987.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PEREIRA, Moacir. **Imprensa e poder: a comunicação em Santa Catarina.** Florianópolis: Lunardelli, 1992.

PEREIRA JR, Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia.** Os bastidores do telejornalismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

PESQUISA IBOPE Media Quis. G. Florianópolis, 2003. **Diário Catarinense.** Florianópolis, 03 de abril de 2004. p. 2.

\_\_\_\_\_. G. Florianópolis, abril 2004. **Diário Catarinense.** Florianópolis, 09 de junho de 2004. p. 32.

PINTO, Ivonete. A dramatização no Telejornalismo. **Revista da Famecos**, Porto Alegre, n. 7, p. 28, 07 nov. 1997.

PORCELLO, Flávio. **Comunicação, TV e poder no Brasil. Fait divers, discurso e ideosfera – um olhar sobre as eleições de 2002.** Tese (Doutorado) – FAMECOS, PUCRS, Porto Alegre, 2004.

PRIOLLI, Gabriel; BORELLI, Silvia H. S. (Coord.). **A deusa ferida** – por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência. São Paulo: Summus, 2000.

RABELLO, João Bosco. Fora da lei, 1 em cada 10 deputados detém concessão de rádio ou TV. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, Ano 127, n. 41165, 2 jul. 2006.

RAMOS, Roberto José. Âncora: o xamã da ideologia. In: **Revista da Famecos** – Mídia, Cultura e Ideologia, Porto Alegre, ed. 8, jul. 1998.

RBS. **Página Institucional**. Disponível em: <www.rbs.com.br>. Acesso em: mar. 2004.

RBS comemora 25 anos em SC. **Diário Catarinense**. Florianópolis, 01 de maio de 2004. p. 21.

RIBEIRO, José Hamilton. **Palestra proferida na Univali**. Itajaí, maio 2003.

ROUANET, Sérgio Paulo. **A verdade e a ilusão do pós-moderno**. Revista do Brasil, Rio de Janeiro, n. 5, p. 28-53, 1986.

RUDIGER, Francisco Ricardo. **Tendências do jornalismo**. Porto Alegre: UFRGS, 1993.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano**. Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SCHIRMER, Lauro. **RBS: da Voz-do-Poste à Multimídia**. A história e as histórias nunca contadas da maior rede de comunicação do Sul do Brasil. Porto Alegre: LPM, 2002.

SILVA, Zileide. **Palestra no Intercom**. Rio de Janeiro, set. 2005.

SILVEIRA, Luis Henrique da. Entrevistão. Entrevista concedida ao jornal Diário do Litoral. **Caderno Entrevistão**, Ano 28, n. 7323, p. 1-4, 16 e 17 set. 2006.

SIROTSKY, Nelson. **Uma aposta no impresso**. Entrevista concedida ao jornal JÁ PORTO ALEGRE. Caderno Especial Imprensa, Ano 17, p. 4-5, maio 2006.

SODRE, Muniz. **O monopólio da fala**. Petrópolis: Vozes, 1977.

SOUZA, Carlos Alberto. **O fundo do espelho é outro**: quem liga a RBS liga a Globo. Itajaí: Univali, 1999.

SQUIRRA, Sebastião. **Aprender telejornalismo**: produção e técnica. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.

TELECO. **Informação em Telecomunicações**. Disponível em: <http://www.teleco.com.br/tvdigital.asp>. Acesso em: 15 fev. 2007.

TELEJORNALIS ajudaram a reeleger Fernando Henrique. **Revista Imprensa**, Encarte Especial – VI Seminário de Telejornalismo, São Paulo, n. 140, p. 2-3, maio/jun. 1999.

**TELEVISÃO DIGITAL.** Disponível em: <[www.televisiondigital.es/terrestre/ciudadanos/index.htm](http://www.televisiondigital.es/terrestre/ciudadanos/index.htm)>. Acesso em: 04 mar. 2007.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade. Uma teoria social da mídia.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. Por que as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 2004.

VALENTE, César. **De olho na capital.** Coluna publicada no jornal Diário do Litoral. Diário do Litoral, Ano 28, n. 7323, 16 e 17 set. 2006.

VEIGA, Zaclis. **Telejornalismo e violência social.** A construção de uma imagem. Curitiba: Pós-Escrito, 2002.

WEISS, Luiz. **William Bonner para presidente.** Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/mid17072002.htm>>. Acesso em: 17 fev. 2002.

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

## REFERÊNCIAS CONSULTADAS

MAFFESOLI, Michel. **A transfiguração do político.** Porto Alegre: Sulina, 1997.

MESQUITA, Fernão Lara de. Unidos para “nos fazer a cabeça”. **O Estado de São Paulo.** São Paulo, 01 out. 2004.

RECTOR, Mônica; NEIVA, Eduardo. **Comunicação na era pós-moderna.** Petrópolis: Vozes, 1998.

SOTERO, Paulo. Televisão americana vive o crepúsculo dos âncoras. **O Estado de São Paulo,** 12 abr. 2004.