

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

TAÍS PELLEZ

**A VIOLÊNCIA DO CONTEÚDO DO JORNAL NACIONAL:
UMA ANÁLISE DO DISCURSO IMPLÍCITO**

**CAXIAS DO SUL
2015**

TAÍS PELLEZ

**A VIOLÊNCIA DO CONTEÚDO DO JORNAL NACIONAL:
UMA ANÁLISE DO DISCURSO IMPLÍCITO**

Trabalho de conclusão de curso para obtenção
do grau de Bacharel em Comunicação Social –
Habilitação em Jornalismo, da Universidade
de Caxias do Sul.

Orientadora: Prof^ª. Ma. Marliva Vanti
Gonçalves

**CAXIAS DO SUL
2015**

TAÍS PELLEZ

**A VIOLÊNCIA DO CONTEÚDO DO JORNAL NACIONAL:
UMA ANÁLISE DO DISCURSO IMPLÍCITO**

Trabalho de conclusão de curso para obtenção
do grau de Bacharel em Comunicação Social –
Habilitação em Jornalismo, da Universidade
de Caxias do Sul.

Aprovado em ___/___/2015

Banca examinadora

Prof^a. Ma. Marliva Vanti Gonçalves
Universidade de Caxias do Sul

Prof^a. Ma. Adriana dos Santos Schleder
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Me. Marcell Bocchese
Universidade de Caxias do Sul

Dedico este trabalho à minha família.

AGRADECIMENTOS

Algo que sempre me chamou a atenção foram as frases rabiscadas pelas paredes e muros das cidades. Talvez pela sabedoria intrínseca aos verbetes. Mas, em especial, uma dessas frases me marcou. E, se eu ainda não sabia ao certo o porquê, ao longo deste ano, ela fez total sentido, pois percebi que “rimar o corpo é magia”.

Agradeço, assim, ao meu corpo, que precisou estar em constante sintonia com a minha mente. Os dois, em trabalho conjunto, possibilitaram a finalização desta monografia.

Agradeço aos professores do Curso de Jornalismo. Agradeço especialmente à minha mestre e orientadora, Marliva, por todos os encontros ao longo deste trabalho monográfico. Mais do que o aprendizado teórico, foram trocas intensas de experiências de vida. Marliva é um ser iluminado e por onde passa deixa marcas, seja pelo suave perfume e/ou pelas sábias palavras.

A monografia foi o último passo para cruzar a linha de chegada de uma corrida que tem como prêmio o diploma de Jornalista. Durante os cinco anos, foram inúmeros passos. E estes não foram dados sozinhos. Tive o apoio imprescindível da minha família. Agradeço aos meus pais, Leonice e Volmir, e à minha irmã, Stéfani, que estiveram ao meu lado, sempre com muito amor.

Agradeço aos meus amigos, em especial, à Maíra, Natalia, Rhaysa, Pedro e minha prima Tainá. Estas cinco pessoas dividiram momentos de aprendizado, raiva, medo, angústia, alívio, amor e felicidade. Não importava (e não importa) a hora, elas estavam (e estão) presentes de alma e coração.

Só tenho a agradecer vocês. Obrigada!

“Melhor é viver cantando as coisas do coração”

João Nogueira

RESUMO

Esta pesquisa buscou encontrar elementos de violência simbólica no conteúdo e discurso do telejornal brasileiro mais antigo no ar até hoje, o Jornal Nacional. Para isso, questionou-se se a violência simbólica pode ser percebida no JN por meio da Análise de Conteúdo. O referencial teórico desta monografia envolve a estrutura da televisão brasileira e do noticiário em questão; a construção da notícia na lógica da Indústria Cultural, os critérios de noticiabilidade, os interesses e, também, os valores éticos envolvidos na produção midiática; os conceitos e classificações acerca da violência, e, principalmente, sua abordagem implícita no discurso midiático. A metodologia utilizada foi composta pelo método de Análise de Conteúdo, complementado pela Análise do Discurso, a partir de uma edição completa do JN veiculada no dia 17 de julho de 2015. Com o trabalho, foi possível concluir que a televisão ainda tem uma forte influência na sociedade e, dessa forma, os jornalistas assumem uma posição fundamental na construção da realidade social. Além disso, notou-se que existe uma carência de esclarecimento sobre o processo de construção da notícia e, por isso, um grande espaço para o exercício da violência simbólica no telejornalismo.

Palavras-chave: Telejornalismo. Jornal Nacional. Violência simbólica.

ABSTRACT

This research sought to find elements of symbolic violence in the content and speech of the oldest Brazilian television news program on air until today, the “Jornal Nacional”. For this, was questioned if the symbolic violence can be perceived in the “JN” through Content Analysis. The theoretical framework of this monograph encompasses the structure of the Brazilian television and of the news program in question; the construction of the news in the logic of the Cultural Industry, the criteria of news making, the interests and, also, the etic values involved in the media production; the concepts and classifications concerning violence, and, mainly, its implicit approach in the media speech. The methodology used was formed by the Content Analysis method, which was complemented with the Speech Analysis, from a full edition of the “JN” that went on air on July 17th, 2015. With this monograph, it was possible to conclude that the television still has a strong influence on society and, thus, the journalists assume a fundamental position in the construction of the social reality. Besides, it was observed that there is a lack of clarification about the construction of the news process and, therefore, a large space for the exercise of symbolic violence in the television journalism.

Keywords: Television journalism. Jornal Nacional. Symbolic Violence.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 TELEVISÃO E TELEJORNALISMO	27
2.1 HISTÓRIA	27
2.2 ESTRUTURA	36
2.3 JORNAL NACIONAL	38
3 NOTÍCIA	43
3.1 PRODUÇÃO DA NOTÍCIA	43
3.2 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE	47
3.3 VALORES ÉTICOS	48
4 VIOLÊNCIA	52
4.1 CLASSIFICAÇÃO DE VIOLÊNCIA	54
5 METODOLOGIA	57
5.1 MÉTODOS E TÉCNICAS APLICADAS	57
5.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO	57
5.2.1 Pré-análise: seleção de edição do JN	58
5.2.2 Exploração do material: decupagem	58
5.2.2.1 Jornal Nacional, dia 17 de julho de 2015, sexta-feira	59
5.2.2.2 Primeiro bloco	60
5.2.2.3 Segundo bloco	69
5.2.2.4 Terceiro bloco	73
5.2.2.5 Quarto bloco	78
5.2.3 Análise: Tratamentos, inferências e interpretação	82
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	89
REFERÊNCIAS	93
ANEXOS	99
ANEXO A – CD COM EDIÇÃO DO JORNAL NACIONAL	100
ANEXO B – CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS	101
ANEXO C – PROJETO DE MONOGRAFIA	106

1 INTRODUÇÃO

O tema desta monografia é *A violência do conteúdo do Jornal Nacional: uma análise do discurso implícito*. Para conduzir esta pesquisa desenvolveu-se a seguinte questão norteadora: “A violência simbólica contida no discurso do Jornal Nacional é percebida por meio do método de Análise de Conteúdo?”.

O objetivo geral é analisar a violência simbólica implícita praticada ao longo do telejornal. Têm-se como objetivos específicos observar as formas pelas quais os interesses mercadológicos se refletem no conteúdo do telejornal; refletir se os jornalistas do Jornal Nacional (JN) encontram brechas para cumprir seu papel de responsabilidade social; verificar se, no embate entre interesses da instituição midiática e jornalistas, estes conseguem, sobretudo, honrar os princípios éticos da profissão; identificar as características e definir os elementos da violência simbólica do discurso do JN.

A partir da formulação do tema, questão norteadora e objetivos, formularam-se as hipóteses que serão verificadas no decorrer da análise. São elas: os interesses mercadológicos do Jornal Nacional se tornam explícitos após a Análise de Conteúdo; mesmo considerando a existência de interesses mercadológicos no contexto do JN, estes não se fazem perceptíveis após uma análise do conteúdo veiculado; o conteúdo veiculado no telejornal não leva em consideração todos os ideais éticos do Jornalismo; o Jornal Nacional cumpre totalmente com o princípio de responsabilidade social do Jornalismo; o discurso do JN faz-se tendencioso, em prol de interesses privados e mercadológicos e interfere na notícia, desde a sua construção até a exibição.

Ao longo do trabalho serão conceituados e caracterizados a televisão, o telejornalismo, a notícia e seus valores éticos relacionados à profissão jornalística e a violência simbólica. Tendo em vista a comprovação ou refutação das hipóteses, será analisado o conteúdo do Jornal Nacional, com base nos métodos de Análise de Conteúdo e de Discurso. A edição do telejornal a ser analisada foi veiculada no dia 17 de julho de 2015. Nesse dia, o JN durou 40 minutos e 37 segundos e transmitiu 19 notícias, divididas em quatro blocos.

A pesquisa utilizada para esta monografia será a qualitativa. Segundo Goldenberg (2004), este tipo de pesquisa tem a preocupação com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de uma trajetória etc.

Na pesquisa qualitativa procura-se entender o objeto de estudo com um trabalho de descrição mediante contato direto. “Na análise qualitativa é a *presença* ou a *ausência* de uma dada característica de conteúdo ou de um conjunto de características num determinado fragmento de mensagem que é tomado em consideração” (GEORGE, 1959 apud BARDIN, 2000, p. 21, grifos do autor).

O método (do grego *méthodos*, caminho para chegar a um fim)¹ utilizado para investigar a questão norteadora desta pesquisa será a Análise de Conteúdo, baseada nos estudos da autora Laurence Bardin, compreendidos na obra *Análise de Conteúdo* (2000).

Como o tema desta monografia questiona a violência simbólica implícita no conteúdo do Jornal Nacional, a Análise de Conteúdo é ideal pois “absolve e cauciona o investigador por esta atracção [sic] pelo escondido, o latente, o não-aparente, o potencial inédito (do não-dito), retido por qualquer mensagem” (BARDIN, 2000, p. 9). Ademais, ao lidar com comunicação, a Análise de Conteúdo é útil no que diz respeito à tentativa de compreensão para além dos seus significados imediatos.

O conjunto de técnicas da Análise de Conteúdo objetiva dizer não “à ilusão da transparência” dos fatos sociais, recusando ou tentando afastar os perigos da compreensão instantânea. É ainda dizer não “à leitura simples do real”, sempre sedutora, forjar conceitos operatórios, aceitar o caráter provisório de hipóteses, definir planos experimentais ou de investigação (ibidem, p. 28).

Para desenvolver a Análise de Conteúdo, Bardin propõe um método dividido em cinco fases: organização da análise; codificação; categorização; inferência e tratamento informático.

A organização da análise subdivide-se em pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, inferência e interpretação. A pré-análise corresponde a um período de intuições, mas, tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar ideias iniciais, de maneira a conduzir um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise. Esta primeira etapa possui três missões: escolha de documentos a serem submetidos à análise (seleção das possíveis edições do JN a serem analisadas), formulação de hipóteses e objetivos e elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação final.

Já a exploração do material consiste em operações de codificação, em função de regras da identificação dos significados linguísticos dos personagens, da edição e da

¹ Disponível em: <http://www.dicionarioetimologico.com.br/metodo/> (Acesso em 10 de setembro de 2015).

transmissão das notícias do JN. A última parte da organização da análise é o tratamento dos resultados obtidos, que pode propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos ou descobertas inesperadas. Aqui a técnica da análise poderá prever a interpretação final sobre o conteúdo do JN.

A segunda fase da Análise de Conteúdo é a codificação, que corresponde a uma transformação dos dados brutos do texto, permitindo atingir uma representação de conteúdo. Neste projeto a codificação se dá pelo processo de decupagem da edição completa do JN selecionada para análise. A organização da codificação, no caso de uma pesquisa qualitativa, recorre a indicadores não frequenciais suscetíveis de permitir inferências; por exemplo, a presença (ou a ausência) pode constituir um índice (tema, palavra, personagem, etc.), tanto ou mais relevante que a frequência de aparição do mesmo. Corresponde a um procedimento mais intuitivo, mas também mais maleável e mais adaptável. Ou seja, pode-se dizer que caracteriza a análise qualitativa o fato de a inferência ser fundada na presença do índice, e não sobre a frequência da sua aparição em cada comunicação individual.

A categorização, dada como não obrigatória, é a terceira fase da análise de conteúdo. Tem como principal objetivo fornecer uma representação simplificada dos dados brutos para a passagem de dados organizados. Acredita-se que nessa transformação, a categorização não introduza desvios no material.

A quarta fase é a inferência. Neste caso, por um lado, a mensagem (significação e código) – conteúdo do JN – e o seu suporte ou canal (emissora de televisão – Rede Globo); por outro, o emissor (produtor das mensagens do telejornal, mais especificamente, o jornalista), enquanto polo de inferência propriamente dito. Dessa maneira, o estudo da inferência será realizado sobre as mensagens do JN e seus processos de construção a partir das questões éticas que envolvem a profissão do jornalista. A inferência é um bom instrumento de indução, do qual a Análise de Conteúdo faz uso, para se investigarem as causas a partir dos efeitos.

A quinta e última fase é o tratamento informático. Faz-se uso deste em dois momentos: para tratar o texto, quanto à análise de materiais linguísticos, e para tratar os resultados, quanto à análise dos dados numéricos, se houver.

Ainda segundo estudos de Bardin (2000), por detrás do discurso aparente, geralmente simbólico e polissêmico, esconde-se um sentido que convém desvendar. Por isso, a Análise do Discurso será trabalhada como método auxiliar à Análise de Conteúdo, com unidades linguísticas superiores à frase (enunciados). Neste tipo de análise, o

discurso deve ser determinado pelas condições de produção e pelo sistema linguístico. A partir do conhecimento desses elementos, pode-se descobrir a estrutura organizadora, ou seja, o discurso “por baixo” do discurso.

Já o procedimento metodológico será a pesquisa bibliográfica. Ela é o primeiro passo para a pesquisa científica. É desenvolvida a partir da leitura e pesquisa em livros, artigos, dissertações e teses. “A pesquisa bibliográfica é meio de formação por excelência e constitui o procedimento básico para os estudos monográficos, pelos quais se busca o domínio do estado da arte sobre determinado tema” (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p. 61).

O referencial teórico utilizado nesta monografia faz alusão aos meios de comunicação de massa, isso porque a análise será feita sobre um programa veiculado em TV aberta. Quando necessário serão feitas relações ou observações a respeito do contexto atual, que abrange, muito além da TV aberta, a TV segmentada, a internet, as redes sociais, a TV digital, entre outros.

O objeto de estudo é o Jornal Nacional, o primeiro telejornal transmitido em rede nacional no Brasil. O JN estreou às 19h45min. do dia 1º de setembro de 1969, na Rede Globo, com a apresentação de Hilton Gomes e Cid Moreira.

O JN possui uma trajetória de 46 anos em meio ao contexto da Indústria Cultural. Assim como outros telejornais, transmite notícias, que são consideradas subprodutos dessa Indústria. O termo Indústria Cultural é usado para designar a lógica da produção em larga escala. Começou a ser difundido no fim do século XIX. A expressão, concebida pelos filósofos e sociólogos alemães Theodor Adorno e Max Horkheimer, foi desenvolvida na obra *A dialética do esclarecimento* (1947). Duarte (2004) sintetiza o pensamento dos idealizadores:

O conhecimento, oriundo do medo ancestral do homem diante das ameaçadoras forças naturais, se corporificou no conceito moderno da técnica, que não tem como objetivo a felicidade do gênero humano, mas apenas uma precisão metodológica que potencialize o domínio sobre a natureza (DUARTE, 2004, p. 27).

O autor acrescenta que, segundo a dupla de filósofos, para consolidar o poder sobre a natureza, o mundo torna-se um campo de exploração sistemática, buscando sempre a redução da multiplicidade das coisas à unidade do pensamento. Adorno e Horkheimer apontaram que o surgimento dos veículos de comunicação de massa provocou a chegada da Indústria Cultural, definida por eles como “falsa identidade do

universal e do particular”, ou seja, a aparência de que o indivíduo e o todo se encontram reconciliados quando, na verdade, tal sistema é um poderoso instrumento que gera lucros e, ao mesmo tempo, exerce um tipo de controle social.

Nesse panorama, a própria cultura passa a ser uma atividade econômica que possibilita a produção de uma enorme demanda da Indústria. Para os filósofos, a Indústria Cultural atua como uma forma de padronização dos gostos e desejos humanos, voltando-os para o consumo. Para isso, a Indústria atende imediatamente a necessidade do grande público, mas de um modo que seus legítimos anseios são apropriados por ela no sentido de cumprir seus objetivos de lucratividade e controle social. Este grande público é conhecido como *massa*, que se traduz nas diferentes camadas sociais, de idades e sexos variados. Sendo assim, sob o argumento de levar cultura a todos, a Indústria Cultural padroniza os produtos e rebaixa sua qualidade. Mesmo assim, gera uma satisfação momentânea para que o consumidor crie novas necessidades e volte a consumir.

Como parte do sistema, a padronização do pensamento e da forma de agir é “arquitetada” a fim de formar uma estética comum voltada ao consumismo. Para ilustrar essa questão, pode-se utilizar a metáfora do “peixe versus isca”. As ideias da Indústria Cultural se “vendem” por meio dos veículos de comunicação, que atiram a “isca” para o “peixe”. Este, sem precisar dispendir esforço, “a come”. Nesta situação, o “peixe” representa todos os indivíduos que, diante da tela da televisão, apenas consomem. E, como consequência, têm o direito de refletir banido a partir das iscas, que no caso, são as informações veiculadas nesses meios.

A metáfora utilizada simboliza a ação leviana por trás da notícia veiculada. Do latim, a palavra *notícia*² significa notoriedade, conhecimento de alguém; notícia. Logo, as notícias revelam acontecimentos novos ou divulgam novidades sobre um caso já existente a partir do “real”. A notícia é um canal essencial do cidadão para com o mundo, já que o completa no que diz respeito à atualidade. “Elas permitem às pessoas ficarem sabendo o que acontece em volta delas para tomarem atitudes e, através de suas ações, construir uma identidade comum” (PARK, 1972 apud PEREIRA JÚNIOR, 2003, p. 67).

Para Pereira Júnior (2003), a notícia é uma forma de ver, perceber e conceber a realidade e, dessa forma, orientar a sociedade num mundo real. É importante ainda ressaltar que:

² Disponível em: <http://www.significados.com.br/noticia/> (Acesso em 10 de setembro de 2015).

As notícias não podem ser vistas como emergindo naturalmente dos acontecimentos do mundo real; as notícias *acontecem* na conjunção de acontecimentos e de textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia também cria o acontecimento (TRAQUINA, 1999, p. 168).

As notícias – como já afirmado, subprodutos da Indústria Cultural – são veiculadas nos meios de comunicação. Estes, portanto, são os produtos da Indústria. Como parte do sistema, possuem interesses econômicos e políticos. São interesses, compromissos e visões de mundo mercantis de proprietários privados que modelam as atividades nos meios de comunicação. Assim, as notícias associam-se ao espetáculo, ao entretenimento, à lógica mercantil da audiência e das vendas.

Segundo Fonseca (2011), esses aspectos pertencem à dinâmica da intermediação das relações sociais, feitas por meio das empresas de comunicação, que usam da influência, da força e do poder simbólico para veicular as informações. Estas, por vezes, carregam uma violência implícita no discurso, a fim de cumprir os tais interesses. Desse modo, as empresas de comunicação seguem os princípios da Indústria Cultural, desativando qualquer revolta contra o sistema – assim descreviam Adorno e Horkheimer.

Para os dois idealizadores da Indústria Cultural, dentre os meios de comunicação, a televisão é especial. Eles acreditavam que ela pudesse criar a ilusão de um mundo que não é o que a nossa consciência espontaneamente percebe, mas o que interessa ao sistema econômico e político no qual se insere a Indústria Cultural. Bourdieu (1997) temia que, nesse caso, a televisão, como instrumento com potencial extraordinário de democracia direta, se convertesse em instrumento de opressão simbólica.

Em contraponto à lógica linear da Indústria Cultural surgem autores que acreditam nas brechas do sistema. Eles trabalham com a ideia de que a sociedade não é um “peixe” neutro. E, diante disso, a Indústria lidaria com um público ativo, que reflete, que opina. Morin (1997) pensa que o sistema industrial se choca com uma exigência radicalmente contrária aos seus propósitos; uma exigência nascida da natureza própria do consumo cultural, que sempre reclama um produto individualizado, e sempre novo. No caso da comunicação informacional, a imprensa precisa estar sempre atenta para sanar as necessidades de informação e entretenimento com originalidade. Dessa forma, os veículos de comunicação lidam com a grande tarefa de equilibrar a padronização, imposta pelo sistema, e a novidade, exigida pelo consumidor.

É a existência dessa contradição que permite, compreender, por um lado, esse universo imenso estereotipado no filme, na canção, no

jornalismo, no rádio, e, por outro lado, essa invenção perpétua no cinema, na canção, no jornalismo, no rádio, essa *zona de criação e de talento no seio do conformismo padronizado* (MORIN, 1997, p. 28, grifo do autor).

Em defesa do público, Lage (2006) afirma que apesar da televisão realizar um projeto teórico como sistema transmissor que dirige-se à multidão dispersa de cidadãos inertes e passivos, tal público não é inativo. O autor explica que o público pode até ignorar métodos e fatos da estrutura da notícia na televisão, mas não é tolo. No entanto, para dar conta das exigências do sistema e do público, a imprensa tende ao universal, adotando a “política do denominador comum”. No decorrer dessa prática, oferece a variedade da informação e de entretenimento, satisfazendo parte dos interesses e gostos de modo a obter o máximo de consumo. “Essa variedade é, ao mesmo tempo, uma variedade sistematizada, homogeneizada. A homogeneização visa tornar euforicamente assimiláveis a um homem médio ideal os mais diferentes conteúdos” (MORIN, 1997, p. 35-36).

Envolvidas pelo sistema capitalista, não se pode julgar as empresas de comunicação que visam obter lucro. O problema está no momento em que o lucro é visto como superior a tudo. Na verdade, é um grande impasse, pois empresas de comunicação lidam em especial com o Jornalismo, uma profissão que tem responsabilidade social e compromisso com a ética. Isto é, uma profissão que não pode “se vender” a interesses.

E bem como Rossi (1994) pontua, o Jornalismo não é um ofício técnico, mas uma função social. “O dever fundamental do jornalista não é para com seu empregador, mas para com a sociedade” (ROSSI, 1994, p. 77). Isso tudo é pertinente, mas quando os jornalistas encaram o mercado de trabalho e se veem dentro das corporações, muitas vezes os profissionais acabam agindo contra os ideais da profissão. Por consequência, e levando-se em conta o contexto da Indústria Cultural, o jornalista, de acordo com Pereira Júnior (2003), acaba assumindo um papel de autor/produtor, pois se submete a uma rotina de trabalho que contribui para definir seu próprio processo de produção.

Em paralelo aos compromissos éticos da profissão, o jornalista precisa compreender a linguagem do meio teórico e tecnológico em que está envolvido, e cumprir o papel da comunicabilidade de forma simples e inteligível, para transformar um fato em notícia. “A missão do repórter é captar essa realidade com a maior amplitude e precisão possíveis e narrá-la com fidelidade, de tal forma que o leitor receba a mais cabal informação sobre o fato” (COSTALLES, 1966 apud MEDINA, 1988, p. 69). Para

cumprir a missão, o jornalista precisa fazer o uso dos critérios de noticiabilidade, da maneira mais fiel possível.

Os critérios que dão a um fato valor-notícia foram apontados, em 1965, no artigo *The Structure of Foreign News* de Joahan Galtung e Mari Holmboe Ruge. De acordo com a obra *Crítérios de noticiabilidade: o factor proximidade*³, os critérios estudados pelos pesquisadores vão ao encontro de valores como o impacto, a empatia com a audiência e o pragmatismo da cobertura midiática. Galtung e Ruge apontam que quanto mais valores um acontecimento tiver, mais noticiável será, mesmo não sendo uma regra absoluta.

Na visão de Ponte (2005, p. 192), o esquema clássico desenvolvido por Galtung e Ruge, por mais que apresente a escolha de eventos a noticiar como culturalmente determinada, traça um quadro linear entre as várias instâncias do processo comunicativo, que secundariza o auditório nessa determinação cultural.

Dessa forma, para a autora, existem aspectos externos à listagem e combinatória dos atributos de Galtung e Ruge. “Há também convenções jornalísticas sobre formatos, as diferentes naturezas das fontes ou factores organizativos como a periodicidade ou o suporte informativo” (PONTE, 2005, p. 194).

Wolf (1987 apud ALSINA, 2009, p. 161) também vai além dos critérios clássicos dos pesquisadores e acredita que os valores-notícia são critérios que se ativam em conjunto e segundo as hierarquias que estão sempre mudando. De qualquer forma, a discussão dos critérios de noticiabilidade não questiona “o que é uma notícia”, que, como dito anteriormente, na sua essência, deve revelar algo novo.

Ao obedecer os critérios de noticiabilidade, o Jornalismo, em específico o do Jornal Nacional, atinge, então, a credibilidade de informar ao público, que procura saber *o que está acontecendo* nas áreas de economia, política, esporte, cultura, vida pública, etc. O Jornalismo tem o poder de situar o público, influenciar nas decisões e criar novas perspectivas para o mesmo.

Ademais, a notícia – “Um produto dinâmico pelo ângulo da oferta e da demanda. Um produto típico das sociedades urbanas e industrializadas, reproduzido em grande escala, fabricado para atingir a massa” (MEDINA, 1988, p. 40) – é “vendida” se tiver credibilidade e, para isso, precisa cumprir os valores-notícia.

A criação da televisão, no decorrer das décadas de 40 e 50, revolucionou a comunicação e afetou diretamente as outras grandes mídias. Entre os meios de

³ Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/55827271/Criterios-de-Noticiabilidade-Teorias-da-Noticia#scribd> (Acesso em 9 de julho de 2015).

comunicação de massa, a televisão ocupa um lugar de destaque. Como pontua Paternostro (1999), a televisão surgiu com a informação na sua forma mais dinâmica e universal: a imagem. Para ela, a dinâmica televisiva tem um grande poder.

Influencia atitudes, determina valores, muda comportamentos, redireciona caminhos, questiona posturas, revela avanços, denuncia atrocidades, discute, analisa, comenta, explica, informa, ensina, entretém e deseduca. E também emociona, choca, revolta, entristece e alegra... Por tudo isso, o poder de quem está trabalhando nesse veículo é assustador, e é preciso que valores muito sólidos estejam presentes em quem exerce, qualquer que seja a função (PATERNOSTRO, 1999, p. 9).

Mais uma vez, o compromisso do jornalista se coloca relevante. Beltrão (1992) assegura que, a partir da natureza do ser humano de informar-se e informar, o Jornalismo corresponde a um status de necessidade do espírito e da vida social.

A divulgação de informações e a exposição, ainda mesmo superficial, de pontos de vista sobre assuntos relatados contribuem decisivamente para formar a opinião pública e, conseqüentemente, impulsionar os agrupamentos humanos às decisões e realizações da vida social (BELTRÃO, 1992, p. 33).

O poder de influenciar e determinar pensamentos e atitudes está relacionado a alguns dos elementos básicos para o exercício da profissão: a liberdade e a responsabilidade. Para Beltrão (1992, p. 157), a liberdade “parte de fora para dentro e cuja garantia é competência das sociedades e, particularmente, do Estado”; e a responsabilidade “que é própria do agente, que dele parte e dele é exigida pelo indivíduo, pela comunidade e pelo Estado”.

A presença dessas duas condições dá ao jornalista o “aval” para informar fatos atuais que possam despertar o interesse público. Para a prática de seu compromisso, o telejornalista dispõe de instrumentos essenciais – texto, áudio e imagem – que lhe permitem “dar a notícia”. Rossi (1994) define Jornalismo como uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra, acrescida, no caso da televisão, de imagens.

A mensagem, mesmo cumprindo as condições de liberdade e responsabilidade e os critérios de noticiabilidade, ainda vai sofrer a mediação do jornalista, que carrega consigo uma bagagem cultural, todo um *background* pessoal e, eventualmente, opiniões a respeito do próprio fato que está testemunhando. Dessa forma, a notícia transmitida é

um “recorte” da realidade. “Os jornalistas veem os acontecimentos como ‘estórias’ e as notícias são construídas como ‘estórias’, como narrativas, que não estão isoladas de ‘estórias’ e narrativas passadas” (TRAQUINA, 2004, p. 21).

Ainda para Traquina (1999, p. 62), os jornalistas não são observadores passivos, mas participantes ativos na construção da realidade e, nesse processo, conseqüentemente, constroem uma narrativa para os acontecimentos. Na contramão dessa ideia, Lage (2006) entende que a ação dos jornalistas não se trata exatamente de narrar tais acontecimentos, mas apenas de expô-los.

A televisão, para Ferrés (1998), tem força, impacto e influência sobre os telespectadores. Ele afirma que, se por um lado a palavra tende a se impor por seu peso, a imagem se impõe por sua capacidade de choque. O poder da TV, segundo o autor, é dado por meio das emoções transmitidas pelas imagens sonoras, que se conectam de maneira direta com a emotividade.

As imagens, como os sonhos, como os mitos, contêm idéias-força, e estas idéias-força acabam por se traduzir em estilos de vida. Quando se consegue imprimir na mente dos membros de uma sociedade a associação de uma realidade com a felicidade e de outra realidade com o asco, podem-se controlar suas crenças, atitudes e comportamentos sem necessidade de normas nem de leis (FERRÉS, 1998, p. 42).

Assim, a televisão funciona como uma “máquina de sonhos”. Ela dissemina imagens mentais, que têm como objetivo gerar certos desejos e emoções, e que pretendem orientar a futura conduta dos “sonhadores”. Caso estas finalidades efetivem-se, engana-se quem acreditava que o público tem o poder de determinar suas próprias necessidades via meio de comunicação, pois então quem o tem é a televisão – o próprio meio.

Debord (1997) acredita que vive-se na sociedade do espetáculo. “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de *espetáculos*. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 1997, p. 13, grifo do autor). Para o autor, o espetáculo não significa um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada pelas imagens.

No mesmo raciocínio, Santaella (2003) afirma que tudo é mediado, “entre o homem e o mundo, entre eu e o outro, entre o eu e o próprio eu, interpõe-se telas e as redes do signo” (SANTAELLA, 2003, p. 65). Dessa maneira, o “real” é representado de acordo com a mediação de uma determinada codificação da visualidade.

Por mais física e quimicamente perfeito que possa ser o registro de um objeto, situação ou aquilo que chamamos de realidade, este registro não é “a realidade”. Um simples passeio pelos interiores da representação nas imagens técnicas é, por si só, capaz de tornar evidente essa questão. As imagens produzidas por aparelhos que, por sua própria natureza, têm potencialidades e limites e, como tal, só podem registrar o “real” numa certa medida e dentro de uma certa capacidade (SANTAELLA, 2003, p. 62).

Os aparelhos de telecomunicações são considerados sistemas de realidade virtual, que permitem uma integração dinâmica de diferentes modalidades perceptivas, segundo Lévy (1996). Mesmo que as imagens transmitam o “atual”, este corresponde a uma ordem de ilusão, porque na verdade é virtual. “A palavra virtual é empregada com frequência para significar a pura e simples ausência de existência, “a realidade” supondo uma efetuação material, uma presença tangível” (LÉVY, 1996, p. 15).

Pode-se constatar que então, se tudo é mediado, cria-se um imaginário social. Baudrillard (2002) segue o mesmo pensamento sobre a impotência de transmitir a “realidade”. “A potência do “virtual” nada mais é do que virtual. Por isso, aliás, pode intensificar-se de maneira alucinante e, sempre mais longe do mundo dito “real”, perder ela mesma todo o princípio de realidade” (BAUDRILLARD, 2002, p. 20).

De toda forma, mesmo que a “realidade” transmitida não seja o “real”, se faz necessária a ressalva de que, para alguns estudiosos, a imagem só irá atingir o receptor que a ela der significação. Isso também porque o público pode optar por este ou aquele canal. A televisão, assim como Wolton (1996) afirma, também pode ser instrumento de libertação, pois cada um serve-se dela como quiser, sem ter de prestar contas a ninguém.

A televisão é um espetáculo de um gênero particular, destinado a um público imenso, anônimo e heterogêneo, inseparável de uma programação que garante uma oferta quase contínua de imagens de gêneros e status diferentes. Esta é a razão fundamental do sucesso da televisão e da sua unidade, ou seja, a continuidade e a mistura diversificada de imagens, cuja recepção e interpretação ninguém domina (WOLTON, 1996, p. 67).

Machado (2000) também defende o conceito de telespectador ativo. Para ele, mesmo na televisão aberta, o telespectador tem potencial para opinar sobre a programação e decidir ao que vai assistir. E ainda mais: Machado aponta que é ingênua a insistência em querer provar que os telejornais não são neutros. Isso porque mesmo que não o fossem, não se pode deduzir que o telespectador baseia-se nas opiniões majoritárias. Para ele, o

telespectador é independente, tanto em relação ao que quer assistir, quanto às próprias opiniões.

Não se pode concluir, entretanto, que o espectador vai fazer uma “leitura” previsível das imagens e dos sons difundidos. Não existem, nos telejornais, desinências, sinalizadores, dispositivos de emolduramento que orientem a leitura no sentido de *como* se “ler” esses depoimentos e essas inserções de fontes, ou capazes de designar a voz “doadora”, sob a batuta da qual deveríamos reenquadrar todas as outras (MACHADO, 2000, p. 112, grifo do autor).

Entretanto, Sodré (1999) assegura que mesmo que a programação televisiva seja a síntese hegemônica dos discursos e das diferentes possibilidades de linguagem, ela carece e busca por um público passivo. “Sua mais profunda natureza requer o silêncio do ouvinte, do telespectador, condenado pelo estatuto da moderna produção monopolística a uma relação social que o define como mero usuário” (SODRÉ, 1999, p. 9).

Desse modo, existem os autores que confiam na liberdade do telespectador de tomar decisões frente à tela, sem necessariamente ser corrompido, manipulado ou induzido. Por outro lado, existem os autores que negam que a televisão possibilite novas opiniões.

As empresas de comunicação atuam tanto como canais de poder como geradoras de resultados para seus acionistas. A finalidade última de uma empresa é gerar lucro e por isso a notícia corre o risco de se tornar uma mercadoria como qualquer outra (BARBEIRO; LIMA, 2002, p. 52).

Tanto para Barbeiro e Lima, quanto para Bourdieu (1997), o telespectador é bastante vulnerável ao que se passa na TV. Bourdieu encara a televisão como uma ameaça à vida democrática. Para ele, o ideal seria problematizar, porém, a TV trabalha com ideias prontas, com o senso comum, e nivela o telespectador “por baixo”.

E, insensivelmente, a televisão que se pretende um instrumento de registro torna-se um instrumento de criação de realidade. Caminha-se cada vez mais rumo a universos em que o mundo social é descrito-prescrito pela televisão. A televisão se torna árbitro do acesso à existência social e política (BOURDIEU, 1997, p. 29).

E é a partir do poder simbólico, em especial, do telejornalismo de construir representações simbólicas e produzir objetos na realidade, que pretende-se verificar, ao longo desta monografia, sob qual forma a violência simbólica, fruto do discurso, é

praticada e se é perceptível. Ainda porque, de acordo com Sólío (2010), a violência dissimulada na mídia não está somente expressa no assassinato a sangue frio. “É, sobretudo, a violência do discurso; a violência que nega a própria violência, a violência que pretende apagar ou negar os sinais da violência” (SÓLIO, 2010, p. 12). Conforme as formações discursivas e o sentido a elas atribuído é possível induzir-se à construção de diferentes interpretações.

A engrenagem midiática desenvolve um esforço redobrado e normalmente competente no sentido de minimizar a capacidade reativa do sujeito, que, via de regra, acaba, em um processo recursivo, por realimentar o discurso que recebeu. Temos na mídia a ausência da crítica, da reflexão, da diversidade de pontos de vista; temos um discurso tautológico da violência por ela própria (SÓLIO, 2010, p. 27).

O objeto de estudo aqui se concentra na produção televisiva, em constante evolução. Desde que as novidades tecnológicas se incorporaram à comunicação, o ser humano não parou de criar e aprimorar meios para comunicar com mais eficácia e velocidade. Isso se deve à ideia de que “o meio é a mensagem”, expressão criada pelo sociólogo Marshall McLuhan, que aplica-se à comunicação.

Isto apenas significa que as consequências sociais e pessoais de qualquer meio – ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos – constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos (MCLUHAN, 1998, p. 21).

Acompanhando a lógica do autor, Dias (2003) considera evidente que, muitas vezes, a linguagem das manchetes e noticiários traduz posições críticas, operando uma seleção de significados que pode coincidir ou não com as posições do público. “O veículo é o meio, mas pode tornar-se a própria mensagem, uma verdade já antiga na ciência da comunicação. E isso acontece, no momento em que se elege um, entre os muitos significados para os fatos, passando-o pronto, decodificado, ao receptor” (DIAS, 2003, p. 14).

Mas, por trás desta grande máquina que é o *fazer Jornalismo* existem interesses, controlados pelos “donos da comunicação”. A mídia brasileira está “na mão” de poucos e isso se percebe claramente com dados do estudo⁴ feito pelo site *donosdamidia*. Uma das

⁴ Disponível em: <http://donosdamidia.com.br/inicial> (Acesso em 9 de julho de 2015).

pesquisas feitas pelo grupo aponta que apenas cinco redes de TV (Globo, SBT, Band, Record e EBC) possuem, juntas, 266 veículos de TV afiliados.

Para obter o controle do veículo de comunicação, os interesses privados manifestam-se no conteúdo transmitido. “Ao recortar a realidade, e oferecê-la ao público como verdade, as mudanças efetuadas durante a captação, no processo de produção e na difusão do fato, terão forte poder sobre a forma de percepção do público” (SÓLIO, 2010, p. 22). É de suma importância perceber as formas pelas quais tais interesses são transmitidos. Isso porque, se constatados, há a possibilidade de fazer a própria interpretação do conteúdo, sem ser induzido à visão pretendida pelo veículo. Fazer a própria leitura da informação recebida significa não ser influenciado pelos interesses mercadológicos.

Submetidos ao sistema industrial, os veículos de comunicação necessitam gerar lucros e para garanti-los defendem interesses econômicos e políticos. Os interesses são normais e legítimos em meio à Indústria Cultural e ao sistema capitalista⁵. Porém, na comunicação, muitas vezes, a notícia carrega opinião e essa opinião será propagandeada ao público. Além disso, a grande massa não tem a consciência de que o fato, ao se tornar notícia, é “manipulado” para se tornar uma representação. A manipulação aqui se coloca não no sentido de domínio e/ou influência social/ideológica, não se trata da manipulação do acontecimento ou da angulação dada à notícia, mas sim uma manipulação técnica, que faz parte do fazer noticioso em TV, mais especificamente.

O que faz mais exatamente o telejornal é produzir uma certa *desmontagem* dos discursos a respeito dos acontecimentos. Num certo sentido, podemos dizer que o telejornal é uma colagem de depoimentos e fontes numa sequência sintagmática, mas essa colagem jamais chega a constituir um discurso suficientemente unitário, lógico ou organizado a ponto de poder ser considerado “legível” como alguma coisa “verdadeira” ou “falsa” (MACHADO, 2000, p. 110, grifo do autor).

⁵ “O capitalismo corresponde à acumulação de recursos financeiros (dinheiro) e materiais (prédios, máquinas, ferramentas) que têm sua origem e destinação na produção econômica. Este constitui-se em um sistema de organização da economia que pressupõe a existência de trabalhadores emancipados de obstáculos feudais, tradicionais, como a servidão, a escravidão etc. O curso histórico do capitalismo, ultrapassadas suas origens manufatureiras e sua era heroica de luta contra o feudalismo, apresenta no nível econômico e social dois fenômenos fundamentais: o surgimento de um capital concentrado e com vocação monopolística que, uma vez exauridos os mercados internos, tende a expandir-se pelo mundo todo, constituindo uma vasta rede imperialista; o surgimento de uma classe operária organizada, que se apresenta com clara vocação universalista.”

Disponível em: <http://www.mundovestibular.com.br/articles/3193/1/CAPITALISMO/Paacutegina1.html> (Acesso em 9 de outubro de 2015).

Para fazer uma reflexão individualizada das notícias que se consome frente a um telejornal e compreender a amplitude e o impacto dos interesses que cercam a televisão, o público precisa compreender que o que assiste na TV é um “recorte” da realidade. Ao mesmo tempo em que essa compreensão se faz relevante, “a responsabilidade dos meios de comunicação perante a construção permanente da democracia é por demais grandiosa para que interesses empresariais, privatistas e sem qualquer responsabilização e controles democráticos possa levá-la a cabo” (VELOSO, 2008 apud FONSECA 2011)⁶.

O processo de compreensão da construção da notícia como fragmento da realidade não é explicado para o grande público, e, por isso, este não o assimila. Em nenhum momento relacionado ao processo de consumo da notícia é esclarecido ao telespectador que esta é construída sob influência de fatores ideológicos⁷ ao longo de sua produção e edição. Estes fatores dizem respeito não só aos interesses privados da empresa de comunicação, como à ética jornalística. A neutralidade do profissional defronte aos acontecimentos diários e ao processo de produção noticioso é praticamente impossível.

O *background* pessoal e a visão de mundo da equipe de jornalistas encarregada de determinada matéria determinam as escolhas que cada um deles vai fazer para a “montagem” da notícia. Esse processo deveria ser claro aos olhos do telespectador, visto que:

Os telejornais têm um espaço significativo na vida das pessoas. Os noticiários televisivos ocupam um papel relevante na imagem que elas constroem da realidade. Acreditamos que buscar entender como eles são construídos contribui para o aperfeiçoamento democrático da sociedade (PEREIRA JÚNIOR, 2003, p. 12).

Aos profissionais ou até mesmo aos estudantes de Comunicação, o entendimento desse processo deverá ser ainda mais claro, pois precisam executar a transformação do fato em notícia com qualidade. Para os profissionais do Jornalismo, “saber o modo como as notícias são produzidas é a chave para compreender o que significam” (SIGAL, 1986 apud PEREIRA JÚNIOR, 2003, p. 54). E, como na televisão a chance de impacto é maior, devido às imagens que possuem grande capacidade de chocar e influenciar opiniões e

⁶ Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-33522011000200003 (Acesso em 11 de junho de 2015).

⁷ “Toda informação presta um serviço, isto é, serve a alguém ou a uma idéia; não existe notícia “neutra”. Isto significa que o jornalismo tem Ideologia – isto é, revela uma forma de pensar, ou pontos de vista a respeito de uma determinada questão” (CURADO, 2002, p. 170).

atitudes, por estarem atreladas primordialmente à emoção, o profissional deve ter cuidado a cada pormenor.

Se as emoções (amor, temor, raiva, dor, gozo...) influem nas decisões e nos comportamentos, qualquer imagem que gere emoções será socializadora, no sentido de que terá incidência sobre as crenças e os comportamentos. Isto pretendem conseguir – ou conseguem sem pretendê-lo explicitamente – as mensagens televisivas (FERRÉS, 1998, p. 41).

O jornalista, além de colocar, subjetivamente, seu conhecimento não apenas técnico, mas, entre outros, cultural, social, político, econômico e ideológico no processo de construção da notícia, também tem interesses. São interesses de cumprimento dos valores éticos que carrega em sua profissão. O jornalista deve defender esses interesses para cumprir com seu trabalho. Assim agindo, algumas vezes pode entrar em um embate em relação aos interesses das empresas de comunicação. Mesmo estando ciente de que, ao prestar serviços para uma empresa privada, terá que assumir a “posição” editorial do veículo, o profissional do Jornalismo tem como ideal desempenhar conteúdo de comunicação com responsabilidade social sob os princípios apontados no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros⁸.

A visão centrada que um jornalista deve assumir em sua profissão deveria ser compreendida desde cedo. As escolas e universidades têm o papel de proporcionar, aos jovens, conhecimento sobre as mídias e o processo de construção da notícia. Entretanto, essa missão pode não ser fácil, visto que tanto um jovem telespectador comum quanto um jovem acadêmico de Jornalismo precisam ter interesse para compreender esse processo de comunicação. Além disso, os professores, desde o Ensino Fundamental, deveriam, igualmente, ser melhor preparados para cumprir este papel de “leitura” da construção noticiosa, mais especialmente em telejornais.

Portanto, essa monografia é de interesse tanto para o público acadêmico quanto para profissionais da Comunicação e a sociedade em geral, pois todos estão em contato direto com a construção da notícia e precisam saber como esse processo se dá. Para identificar a manipulação, seja ela com fins técnicos, ou por interesses privados das empresas, optou-se por analisar o conteúdo do Jornal Nacional.

Não há dúvidas de que a vasta trajetória do JN é consequência de excelência. Mas apesar da qualidade de *fazer Jornalismo* alegada pelo telejornal, a forma como a

⁸ Anexo B.

produção de conteúdo é articulada pode ser questionável. Como parte do sistema capitalista, sempre em disputa pela audiência, é evidente que existem interesses mercadológicos.

Tais interesses, se sobrepostos às notícias veiculadas, podem ferir o caráter jornalístico e exercer violência simbólica. Como eles aparecem nas notícias veiculadas pelo Jornal Nacional? É possível identificar esses interesses?

Esta introdução visa abrir a problemática referente à questão norteadora e ao tema desta monografia. Todos os assuntos e conceitos abordados na introdução serão melhor explicitados e aprofundados nos próximos cinco capítulos, os quais abordam a história da televisão e do telejornalismo no Brasil; o processo de construção da notícia e os critérios éticos envolvidos em sua veiculação; a questão da violência simbólica proferida no discurso noticioso; a metodologia e a análise; e as considerações finais.

2 TELEVISÃO E TELEJORNALISMO

Neste capítulo a história da televisão será revivida, destacando a evolução do telejornalismo brasileiro. Serão apontados os principais gêneros televisuais. Dentre eles, o formato do telejornal será apresentado com mais detalhes. Além disso, vai se rever a história do Jornal Nacional, o noticiário mais antigo no ar até hoje.

2.1 HISTÓRIA

A invenção da televisão foi colaborativa. Vários cientistas e pesquisadores, ao longo de anos, fizeram diversas e importantes descobertas que colaboraram para a conquista da transmissão de imagens a distância. Para lembrar a história da televisão recorrem-se às obras *Televisão: a vida pelo vídeo* (1988) e *Televisão* (1994), ambas de Ciro Marcondes Filho; *O texto na TV: manual de telejornalismo* (1999), de Vera Íris Paternostro e *História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política*, de Sérgio Mattos (2010).

Em 1936, na Inglaterra, a BBC – British Broadcasting Corporation – fez a transmissão da coroação do rei Jorge VI. Com mais alguns ajustes, quatro anos mais tarde, a televisão já era um sistema totalmente eletrônico. A partir disso, a TV se tornou uma realidade, que foi superando barreiras de tempo e espaço para suprir a necessidade vital da troca de conhecimento com um adendo: a imagem. Entre o final dos anos 1940 e o início dos 1950, a televisão se firmou como meio de informação e comunicação de massa, entrando na vida de praticamente todos os países. A TV também passou a ocupar lugar importante no lazer das pessoas. Entre os países, o Brasil.

Foi em 1950 que o proprietário do primeiro império de comunicação do país, Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo (1892-1968), trouxe a televisão para o solo brasileiro, por meio de equipamentos importados e técnicos norte-americanos contratados. A data que marcou essa chegada é 18 de setembro de 1950, com a inauguração oficial da primeira emissora de TV: a Tupi-Difusora, de São Paulo. Um dia após sua inauguração, entrou no ar o primeiro telejornal brasileiro, o *Imagens do Dia*.

A inauguração da TV no Brasil contou apenas com 200 televisores, que pertenciam a membros da elite econômica. Nos dois primeiros anos, a televisão não passou de um “brinquedo de luxo” das elites. Mas em 1952 um fenomenal crescimento

do número de televisores foi estabelecido: 11 mil aparelhos já haviam sido adquiridos no país.

Até o final da década de 1950, funcionavam as TVs Tupi SP (1950), Paulista (1952) e Record (1953), em São Paulo; Tupi RJ (1951), Rio (1955) e Excelsior (1959), no Rio de Janeiro e Itacolomi (1956), em Belo Horizonte. Nos primeiros dez anos de TV brasileira, o aparelho televisor era um artigo caro e, assim, a programação das emissoras seguia uma linha de “elite”, na busca pela conquista do telespectador.

No processo de difusão da TV, o rádio, que até então era o meio de comunicação mais popular, foi atingido. Artistas e equipes técnicas foram levados para a televisão. Os programas radiofônicos também ganharam sua versão televisiva. A TV foi se popularizando, o preço dos televisores foi se tornando acessível e as emissoras foram se instalando em outros estados. O rádio “perdeu forças”. A TV ampliava a sua área de penetração e começava a atrair as agências de propaganda e os anunciantes. Na briga pela audiência, as emissoras de televisão buscavam fidelizar o telespectador, que já dispunha de uma variedade de programas jornalísticos e, principalmente, de entretenimento.

Um dos programas marcantes dessa época foi o *Repórter Esso*, adaptado pela Tupi Rio de um radiojornal de grande sucesso. A primeira edição foi transmitida no dia 1º de abril de 1952 e seguiu até 31 de dezembro de 1970. Tido como um marco do telejornalismo brasileiro, o *Repórter Esso* ia ao ar com informações produzidas e controladas por uma agência de publicidade, a quem competia fazer todo o tipo de observação em relação ao programa.

Em 1953 foi descoberto nos Estados Unidos, e difundido mundialmente, o sistema de transmissão em cores, que chegou no Brasil apenas em 1972 com a transmissão do desfile de carros alegóricos da Festa da Uva, em Caxias do Sul (RS), pela TV Difusora de Porto Alegre. Nos anos 1960, outra evolução: a implantação das transmissões via satélite. Em decorrência dos satélites de comunicação chamados geoestacionários, girando acima da superfície da Terra, era possível a comunicação instantânea entre vários pontos do solo. Eles recebiam sinais de áudio, vídeo e telefônico de uma estação terrestre e os transmitiam para qualquer outra estação. A recepção era feita pelas antenas parabólicas.

Junto às evoluções técnicas, o mercado também se propagava. No início da década de 1960, de acordo com Mattos (2010), já eram 20 emissoras de televisão espalhadas pelo território brasileiro e cerca de 1,8 milhões de televisores nas residências do país.

A primeira transmissão via satélite, ao vivo, para o Brasil, foi o lançamento da Apollo IX, em 1969. “O desenvolvimento de altas tecnologias na área de telecomunicações é ininterrupto: é um avanço permanente que, associado ao jornalismo, o transforma a todo instante” (PATERNOSTRO, 1999, p. 26). Foi com essa lapidação constante que nos anos 1960 a TV se consolidou no Brasil e assumiu, definitivamente, o seu caráter comercial. A fim de receber uma maior quantidade de anúncios, a televisão começou a direcionar seus programas para grandes audiências, aumentando seus lucros.

O ano de 1960 marcou o início do uso dos equipamentos de videotape (VT). A revolução do VT, como destaca Paternostro (1999), ofereceu operações atualizadas, racionalização da produção, economia de custo e tempo, e melhor qualidade nos programas. E foi também o videotape que proporcionou as primeiras sequências de cortes e montagens, além de dar um grande impulso às telenovelas. Essa época cunhou os programas de auditório de grande repercussão e audiência. O uso do VT possibilitou a veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana e, assim, criou o hábito de assistir-se televisão rotineiramente.

Em 1965, começou a ser construído o “reinado” das Organizações Globo. A emissora, criada pelo jornalista Roberto Marinho, entrou no ar no dia 26 de abril daquele ano, com sede no Rio de Janeiro. O primeiro ano tinha uma programação voltada a uma linha popular e em 1966, associada ao grupo norte-americano Time-Life, partiu para a implantação do esquema de *network*, comprando ou contratando emissoras pelo país (as afiliadas) para expandir o seu sinal.

Nessa mesma época foi criada a Embratel – Empresa Brasileira de Telecomunicações. A Embratel aderiu ao consórcio internacional para a utilização de satélites de telecomunicações – o *Intelsat*. Estava constituída, então, a estrutura para as redes nacionais de televisão.

Em 1969 foram inauguradas a Estação de Tanguá e a Estação Rastreadora de Itaboraí, para transmissões internacionais via satélite. Com isso, o país se integrou ao sistema mundial de comunicação por satélite.

No dia 1º de setembro de 1969, a TV Globo lançou o primeiro programa em rede nacional: o Jornal Nacional, produzido no Rio de Janeiro e retransmitido ao vivo para as emissoras da rede. O telejornal, o mais antigo no ar até hoje, foi o primeiro a apresentar reportagens em cores e o primeiro a mostrar imagens, via satélite, de acontecimentos internacionais no mesmo instante em que ocorriam. Enquanto a Globo vivia um momento de progresso, as outras emissoras estavam enfrentando problemas e optavam por

produções em outros gêneros, como a Record, com uma programação baseada em filmes americanos; a Bandeirantes, com produções de música brasileira ou a Tupi, com telenovelas de grande sucesso.

A televisão brasileira adentrou os anos 1970 sob regras impostas pelo governo militar: foi a fase da censura prévia ao conteúdo de programas de todos os gêneros. No primeiro ano desta década a Rede Globo já era líder de audiência e, ao longo dos anos 1970, ampliou sua produção de telejornalismo. Em 21 de abril de 1971 teve início a veiculação do *Jornal Hoje*, um dos mais antigos telejornais da emissora. Inserido na programação noturna, no dia 2 de abril de 1979, estreou o *Jornal da Globo*.

Em 1977, o governo suspendeu a censura e as emissoras utilizavam da criatividade para fazer “ressurgir” a televisão. A Globo criou as *Séries Brasileiras*, misturando realidade com ficção, e também as Minisséries, nos anos 80, que confirmaram o “padrão de qualidade” técnico-estético da emissora. A Globo, em especial, contava com um telespectador fiel. A credibilidade do Jornal Nacional fazia com que famílias de todo o país acertassem o relógio para o horário de início do telejornal. O momento de assistir ao JN era respeitável, de concentração e reunião familiar. O telejornal era considerado uma das fontes de informação mais seguras.

As demais emissoras também passaram a investir no telejornalismo. Em 1972, a Record lançou o *Templo de Notícias*. Era um telejornal que, além de informar, debatia os temas em pauta com a participação de especialistas. Depois, passou a se chamar *Record em Notícias*, apresentado até 1996. Em 1980, a emissora SBT, vice-líder de audiência no Brasil naquela época, criou o *Telejornal Brasil*, no qual introduziu a figura do âncora no telejornalismo brasileiro.

Além de apresentar as notícias, como fazem os apresentadores de telejornais, o âncora⁹ pode opinar a respeito delas, seja de forma crítica ou tecendo um elogio. Ao mostrar seu ponto de vista – inerente à opinião da emissora – o âncora pode dar direcionamento às notícias. De acordo com Curado (2002), o âncora tem autoridade na equipe e contribui para a identidade do jornal.

É o apresentador do programa que acumula essa atividade com a de editor-chefe ou editor-executivo. O âncora funciona como o nome que tem: nele se apóia a identidade editorial do programa e também a identidade visual. Ele dá a “cara” ao telejornal e também as diretrizes que serão seguidas pela produção (CURADO, 2002, p. 54).

⁹ Disponível em: <http://www.casadosfocas.com.br/ancora-ou-apresentador/> (Acesso em 8 de outubro de 2015).

Em 1980, ano que marca a operação de 113 emissoras no país, a Rede Globo recebeu o Prêmio “Salute”, concedido pela “International Council of the National Academy of Television, Arts and Sciences”, dos Estados Unidos, devido à qualidade dos programas por ela produzidos.

Em 1981, a Globo criou mais horários para o telejornalismo nacional, lançando o *TV Mulher* e o *Bom Dia São Paulo*, teste para o *Bom Dia Brasil*, lançado oficialmente em 1983, nos moldes do programa norte-americano *Good Morning America*.

Em 1987, conforme Mattos (2010), existiam 31 milhões de aparelhos de TV no Brasil, dos quais 12,5 milhões, em cores. Esse ano também marca uma audiência potencial de 90 milhões de telespectadores, equivalente a 63% da população brasileira.

Em setembro de 1989, a Rede Manchete lançou o que viria a ser um dos melhores programas jornalísticos da TV brasileira: *Documento especial*. Era um programa jornalístico, que abordava temas polêmicos e sensacionalistas como nenhuma outra emissora tinha conseguido produzir até então. A autodescrição¹⁰ do site do programa aponta que a proposta era ir muito além do que normalmente os programas jornalísticos mostravam na TV, dando prioridade para assuntos polêmicos, guetos, submundos e abusando de cenas fortes, mostrando a realidade “nua e crua”.

A partir dos anos 1990, as transmissões de eventos e acontecimentos ao vivo se tornaram rotina. O telespectador já tinha se acostumado com a televisão, criado o hábito de assisti-la e sabia que ali encontrava informação e entretenimento. Além disso, o telespectador, chamado, na época, de zapeador (palavra derivada do inglês “zap”¹¹), tinha uma poderosa “arma” em suas mãos: o controle remoto. De acordo com Marcondes Filho (1994), com o “zapping”, o telespectador assumiu uma posição mais ativa diante a televisão já que podia, à mínima insatisfação, trocar de canal.

Dessa forma, as programações das emissoras começaram a se tornar mais suscetíveis e mais sensíveis à queda de qualidade. Por isso, a televisão, em seu ritmo alucinante, não podia dar-se “ao luxo” de ser monótona.

No dia 20 de maio de 1991, estreou no SBT um telejornal popular: *Aqui agora*, “copiando o modelo de jornalismo popular usado nas emissoras de rádios: sensacionalista, com notícias policiais e muito apelo sexual” (MATTOS, 2010, p. 231).

¹⁰ Disponível em: <http://redemanchete.net/artigos/artigo.asp?id=89&t=Documento-Especial-Televisao-Verdade> (Acesso em 24 de setembro de 2015).

¹¹ “A mania de mudar de canal a qualquer pretexto, na menor queda de ritmo ou de interesse do programa e, sobretudo, quando entram os comerciais” (MACHADO, 1995, p. 113).

Ainda na década de 1990 foi implantada a TV por assinatura no Brasil, criada em 1970 nos Estados Unidos. Como a TV por assinatura já era um sistema consolidado em outros países, o Grupo Abril e as Organizações Globo se interessaram em implantar a TV por assinatura no país. Ainda em 1989 estreou o Canal + (Canal Plus). Em 1991, surgiu a GloboSat. No início, era programadora e operadora das Organizações Globo, em São Paulo e no Rio de Janeiro. Em 1993, passou a concentrar suas atividades somente na programação (conteúdo) dos canais.

Em 1991, mais de cinco mil brasileiros já estavam assistindo televisão com imagens distribuídas via cabo. “As grandes redes de TV aberta começam a perceber que têm novos desafios pela frente para manter a audiência. As ofertas de canais variados e o apelo da globalização mudam o panorama do mercado” (PATERNOSTRO, 1999, p. 34).

Algumas emissoras de TV aberta precisaram investir nos programas de auditório, de entrevista, sensacionalistas, *talk-shows* e debates, tudo para resgatar o telespectador disperso em um leque de opções. Um exemplo foi a estreia do programa *Você decide*, da Globo, em 1992, que introduziu os programas “interativos” na TV brasileira, com a participação direta do público.

No ano de 1992 a televisão brasileira possuía 257 transmissoras agrupadas em grandes redes de comunicação. A Rede Globo, de acordo com Mattos (2010), com cerca de 20 mil funcionários, já totalizava a posse de 83 emissoras afiliadas e fazia a cobertura de 99,4% do território nacional.

Em 1994 havia 350 mil assinantes de TV por assinatura no Brasil. Esse número contribuiu para dobrar o faturamento em relação a 1993, que foi em torno de 6 milhões de dólares. Foi uma época marcada pelo “vale-tudo” nas emissoras de TV aberta, nas quais

a solução passa pelo aparecimento de vários programas de auditório de estilos semelhantes, sensacionalistas e apelativos, que discutem em público a privacidade das pessoas; *talk-shows*, os debates e programas de entrevistas, também surgem ao lado de grandes reportagens, sempre prevendo menos recursos e mais popularidade (PATERNOSTRO, 1999, p. 34).

Já os canais por assinatura davam grandes vantagens ao telespectador, atendendo a interesses específicos, conteúdo dirigido e melhor qualidade de imagem e som devido à distribuição dos sinais.

Na Pay-TV o telespectador é um consumidor, pois paga pela programação que quer ver e é valorizado por isso, ao contrário da TV aberta, em que o telespectador é passivo e faz parte de uma audiência como um todo. Na TV paga, o negócio é a segmentação para agradar o assinante (PATERNOSTRO, 1999, p. 40).

A televisão por assinatura provocou uma grande mudança no comportamento de parte dos telespectadores. As opções haviam se ampliado e ofereciam a liberdade de escolher o que realmente se queria ver na TV. O telespectador não tinha mais um “menu” único e passou a zapear com o controle remoto pela multiplicidade de canais. Assim, o consumo televisivo deixou de ser linear.

Em 1995, 81% dos 39 milhões de domicílios brasileiros estavam equipados com televisores, conforme Mattos (2010). O autor ainda aponta que, no ano seguinte, em 1996, o Brasil possuía 3,5 milhões de antenas parabólicas instaladas e mais de 2 milhões de assinantes de TV paga.

Em 1996 estreou a Globo News, primeiro canal brasileiro de Jornalismo 24h, que coroou a entrada da TV brasileira na segmentação jornalística. No mesmo ano, o SBT contratou Boris Casoy para ocupar a função de âncora no telejornalismo da emissora. Na época, o estilo do telejornal, com os comentários do jornalista, causou inúmeras mudanças no modo de apresentar as notícias na televisão.

Conforme os anos se passavam, o aprimoramento dos meios de comunicação aumentou. Quando a televisão entrou na era da tecnologia digital com as imagens em alta definição, a forma de fazer TV mudou. A produção de conteúdo e o formato da programação foram alterados, tendo que ser readaptados ao sistema *high definition*. Em 1998, a Globo e a Record fizeram as primeiras demonstrações de transmissão em alta resolução no país.

Em 1999, o SBT, segunda maior rede nacional, era composta por 97 emissoras, abrangendo 90% do total da população. Enquanto que, no mesmo ano, conforme Mattos (2010), a Rede Globo cobria praticamente todo o território nacional, sendo vista por 99,84% dos 5.403 municípios brasileiros. Composta por 113 emissoras entre geradoras e afiliadas, a Globo atingia um total de 74% de audiência no horário nobre¹², 56% no matutino, 59% no vespertino e 69% de audiência no horário noturno.

¹² O horário considerado nobre, tinha início às 19h e se estendia até às 22h. Disponível em: <http://vejario.abril.com.br/blog/manoel-carlos/cronica-da-semana/horario-nobre> (Acesso em 24 de setembro de 2015).

A Netsat, operadora de TV paga com transmissão via satélite, proprietária da marca Sky, terminou o ano de 1999 com 445 mil assinantes pagantes, o que representava um crescimento de 56% sobre a sua base do ano anterior. Em fevereiro de 2000 já existiam três milhões de assinantes de TV paga no Brasil.

Na comemoração dos 50 anos de sua instalação no Brasil, a televisão registrava, em 2000, 286 emissoras geradoras e 8.484 retransmissoras funcionando, de acordo com Mattos (2010). A Rede Globo adentrou o milênio como a maior produtora mundial de programas próprios e com elevado grau de digitalização das infraestruturas de produção.

Em maio de 2001, a Globo Cabo dá início, em São Paulo, aos testes de TV Digital Interativa via cabo, usando a proposta da Microsoft, que permite ao telespectador escolher serviços e conteúdos disponibilizados de modo interativo.

De acordo com divulgação de pesquisa feita pelo Ibope Mídia¹³, “a média total de televisores ligados no Brasil, em 2006, foi de 34, 4% da população. A mesma pesquisa constatou também que o brasileiro passou a dedicar três horas e 43 minutos por dia a assistir programas televisivos” (MATTOS, 2010, p. 260).

No dia 2 de dezembro de 2007 o padrão de TV digital terrestre brasileiro foi implantado na cidade de São Paulo, quando foi anunciado que o desligamento do sistema analógico ocorreria no dia 29 de junho de 2016.

Em outubro de 2009 a TV digital, conforme Mattos (2010), já havia sido implantada em 23 cidades brasileiras, onde vivem 95 milhões de pessoas, ou seja, 50% da população cujos domicílios estão equipados com televisores.

Até então, a televisão era o meio de transmissão de imagens absoluto em toda a cultura. Entretanto, na década de 1990, quando expandida ao mundo, uma das maiores revoluções da tecnologia, a internet, afetou a supremacia da televisão. O sistema global de rede de computadores, com o tempo, consolidou uma “sociedade conectada”. O ano de 1995 marcou a entrada definitiva da internet no Brasil.

A partir da criação da internet, uma nova prática de acesso a conteúdos audiovisuais se fez presente, sobretudo entre as gerações jovens. A televisão, que no início de sua história no século XX, era um “artigo de luxo”, hoje, com o uso deliberado da internet, serve como uma “segunda tela” aos computadores, *tablets* e *smartphones*. Hoje, o uso das mídias é feito ao mesmo tempo.

¹³ <http://www.ibope.com.br/pt-br/Paginas/home.aspx>

A TV não deixa de ter seu espaço, principalmente pelo impacto que causa a partir das imagens. Por outro lado, a internet também tem esse potencial. “A televisão está deixando de ser progressivamente uma ferramenta de massas para se transformar em um meio de comunicação consumido individualmente através de diversas plataformas, de forma posterior e personalizada” (RAMONET, 2015).¹⁴

As tecnologias, em grande parte, ainda não são dadas como finalizadas ou perfeitas. Exemplo disso é o ingresso da TV digital no Brasil. O *link* com a Internet faz do telespectador o criador de sua própria programação.

Mais do que disputar a atenção do telespectador, os novos meios irão interagir com a televisão em processos da transmidialidade. O receptor será mais do que um zapeador nos canais de televisão, será um zapeador intermídias, que lê o jornal, confirma na televisão, busca detalhes na Internet, ou vê no seu celular, revê na tela grande, procura novos detalhes no rádio, tudo de forma muito rápida e aleatória (TEMER, 2010, p. 123).

A convergência dos meios de comunicação é a rede que se faz entre as mídias. A convergência valoriza o que cada mídia tem de melhor e as conecta. É importante ressaltar que essa rede pode ser benéfica ao público, se bem utilizada.

O trânsito de mídia a mídia não se interrompe dentro da esfera exclusiva da cultura das mídias, mas pode fazer avançar o flanco para dentro das formas eruditas de cultura. É a cultura em geral que a cultura das mídias tende a colocar em movimento, ou seja, tende a acelerar o trânsito entre as diversas formas de cultura, fazendo-as saltarem de um setor a outro (SANTAELLA, 2003, p. 38-39).

Na era digital, com a convergência das mídias, as regras mudaram. O telespectador é atraído por centenas de informações por dia, vindas de diversos meios. Ele, que antes tinha olhos para apenas uma tela, hoje, é disputado por várias. Por isso, a necessidade de juntar a rede *web* com a televisão. E neste turbilhão de novidades tecnológicas, o formato dos programas televisivos é repensado e a forma de apresentar Jornalismo também passa por mudanças. Mesmo que a TV digital ainda não esteja “sacramentada” no território brasileiro, os canais de televisão já investem em novos programas e novos conteúdos.

¹⁴ Disponível em: <http://cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/O-fim-da-televisao-como-a-conhecemos/12/32560> (Acesso em 17 de junho de 2015).

2.2 ESTRUTURA

Diariamente, centenas de programas são exibidos na televisão brasileira. Eles são para todos os gostos. Essa diversidade dos programas se encaixa em gêneros televisivos¹⁵. “O gênero é mais do que um conjunto de componentes textuais. É o produto de uma relação social, pois envolve a criação, a circulação e o consumo dos textos dentro dos contextos sociais” (TEMER, 2010, p. 107).

Para compreender a lógica da divisão dos gêneros da televisão, Souza (2004) faz uma comparação com a biologia.

Pode-se fazer uma analogia, com as devidas diferenças, entre as espécies da biologia e os formatos da televisão. Na biologia, várias espécies constituem um gênero, e os gêneros agrupados formam uma classe. Em televisão, vários formatos constituem um gênero de programa, e os gêneros agrupados formam uma categoria (SOUZA, 2004, p. 45).

Para o autor, os múltiplos gêneros classificam-se em cinco categorias: entretenimento (auditório, colunismo social, culinário, desenho animado, docudrama, esportivo, filme, *game show*, humorístico, infantil, interativo, musical, novela, *quiz show*, *reality show*, revista, série, *sitcom*, *talk show*, teledramaturgia, variedades e *western*); informação (debate, documentário, entrevista e telejornal); educação (educativo e instrutivo); publicidade (chamada, filme comercial, político, sorteio e telecompra) e outros (especial, eventos e religioso).

Machado (2000, p. 71) explica que os gêneros são mutáveis e heterogêneos “não apenas no sentido de que são diferentes entre si, mas também no sentido de que cada enunciado pode estar ‘replicando’ muitos gêneros ao mesmo tempo”.

Segundo Duarte (2007), a multiplicidade, a mistura dos gêneros e a busca de novos formatos são causa da demanda exigente de renovação dos programas televisivos a fim de garantir a audiência.

Acima de tudo, qualquer que seja o gênero, “ele *deve sempre entreter e pode também informar*. Pode ser informativo, mas deve também ser de entretenimento” (SOUZA, 2004, p. 39, grifo do autor). Conforme Melo (1985, p. 79, grifo do autor), “a televisão brasileira é quase exclusivamente um veículo de *entretenimento*”.

¹⁵ Para Machado (2000), são os modos de trabalhar a matéria televisual.

A preferência pelo entretenimento, para Temer (2010, p. 108), é causada pela vocação da televisão que impõe-se “por meio da sedução da imagem, do imediatismo, das múltiplas possibilidades de uso, em preencher os sentidos de forma quase narcotizante”.

Um estudo realizado por Souza (2004) comprova a escolha evidente pelo entretenimento. A pesquisa se deu durante o ano de 1996 sobre a grade horária das redes de televisão brasileira e revelou que, como um exemplo do que também é recorrente nas outras emissoras, “a programação da Rede Globo dedica 74% à categoria entretenimento, 23% à categoria informação, 3% à categoria educação” (SOUZA, 2004, p. 84).

Mesmo propensa ao entretenimento, a televisão dá espaço ao telejornalismo¹⁶, pois é um gênero que “ao mesmo tempo em que serve como âncora para garantir uma audiência seletiva, é um espaço de visibilidade da própria emissora” (TEMER, 2010, p. 109), que, no ponto de vista da autora, utiliza o telejornal para informar e expor a opinião dos seus controladores.

Esse papel é reforçado quando se reflete que o telejornalismo, com grande responsabilidade social e política na vida dos brasileiros, é uma importante via de acesso às notícias para grande parte da população. Por outro lado, na perspectiva do mundo digital, a televisão, e conseqüentemente o telejornalismo, não se insere de forma plena no contexto das novas mídias interativas.

O formato pioneiro no gênero telejornal foi o noticiário, com o apresentador lendo textos para a câmera, sem outras imagens nem ilustrações. O primeiro formato a aparecer no vídeo mantém, até hoje, sua fórmula básica: um ou mais apresentadores lêem os textos e apresentam as reportagens externas realizadas pelos jornalistas, ao vivo ou gravadas (SOUZA, 2004, p. 152).

O telejornalismo tem dificuldades em buscar novas formas de apresentar o noticiário, visto que os formatos são muito “engessados”. “O desafio então, frente a essa sequência de noticiários previstos na programação, seria fugir da chatice das notícias requentadas e da prisão das bancadas; em outros termos, propor novos formatos, mudar de tom” (DUARTE, 2007, p.36). Contudo, essa solução não pareceu sensibilizar as emissoras que cultivaram tais formatos, por muitas décadas.

Na perspectiva da era digital, as emissoras se viram obrigadas a fazer mudanças. A internet revolucionou o mundo e suas inúmeras possibilidades de interação fizeram o

¹⁶ Para Temer (2010), telejornalismo é o jornalismo para a televisão, ou na televisão.

ambiente televisual ainda mais competitivo. Como dito anteriormente neste capítulo, a forma de apresentar Jornalismo teve de ser repensada e alterada.

Apesar de algumas diferenças significativas, os telejornais seguem um esquema rígido, no qual o noticiário/apresentador introduz o repórter, que por sua vez “abre espaço” para os entrevistados, evidenciando o nível hierárquico de cada um deles dentro do telejornal. Neste modelo ou padrão cada participante tem um papel ou uma representação determinada (TEMER, 2010, p. 114).

Apesar disso, Temer (2010) considera o telejornal “um gênero consolidado que tem sido apontado como detentor de uma linguagem audiovisual que o torna facilmente reconhecido” (p. 102). Já Curado (2002) refere-se ao telejornalismo como um programa de notícias que existe para oferecer ao público informações sobre fatos da semana, do dia, da hora, do momento. Segundo ela, os editores de um telejornal têm o desafio de manter o telespectador no canal e, para isso, utilizam recursos ao longo da transmissão. Um exemplo é a “injeção de suspense” (CURADO, 2002, p. 135) feita por meio das chamadas em sequência, que antecedem o início do telejornal.

Temer (2010, p. 122) prevê que o telejornalismo “ficará cada vez mais ligado a um modelo de pós-televisão, que alterna material gravado com a transmissão ao vivo em tempo real, sempre destacando as pessoas comuns como autores discursivos”.

O telejornal do futuro será o telejornal onde tudo é real, pois é transmitido e comentado ao vivo; mas onde nada é real, pois a aceleração e a multiplicidade na captação das imagens acarretarão em distorções, no fato incompleto, na ação sem a totalidade das consequências (TEMER, 2010, p. 124).

Percebe-se, frente à classificação das categorias televisivas e aos conceitos de gêneros na televisão, a importância, a seguir, do debate sobre o telejornalismo, tendo em vista o telejornal referência do Brasil, o Jornal Nacional.

A partir da era digital, o JN também alterou sua maneira de apresentar o conteúdo. Medidas para se manter atrativo ao público foram tomadas. Uma delas, a mais visível ao telespectador, foi a movimentação dinâmica dos apresentadores durante a exibição do telejornal.

2.3 JORNAL NACIONAL

O Jornal Nacional, como visto anteriormente, foi o primeiro telejornal transmitido em rede nacional no Brasil. Com apresentação dos jornalistas Hilton Gomes e Cid Moreira, o JN estreou às 19h45min. do dia 1º de setembro de 1969. Conforme o site *Memória Globo*¹⁷ – que será utilizado como referência neste subcapítulo, o Jornal Nacional foi criado por Armando Nogueira, então diretor de Jornalismo da TV Globo.

Era a estreia, mas o espírito do programa já estava sintetizado na expressão “É o Brasil ao vivo aí na sua casa”. A equipe que produzia e apresentava o Jornal Nacional pensava numa família brasileira reunida na sala. A televisão era próxima, coloquial, diferente do rádio, onde o narrador se exaltava, falava mais alto, como se procurasse o ouvinte por todos os cantos da casa (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p.25).

O livro, lançado em comemoração ao 35 anos de Jornal Nacional, ainda diz que o JN fazia parte de um projeto da Rede Globo para transformá-la na primeira rede de televisão do país e havia sido criado para competir com o *Repórter Esso*, da TV Tupi. Até então, a emissora tinha estações transmissoras em várias capitais.

O telejornal era transmitido de segunda-feira a sábado, com 15 minutos de duração diários, divididos em três partes: local, nacional e internacional. No início, o JN contava com apresentadores nas principais sucursais. Ao contrário do *Repórter Esso*, que acabava suas edições com a notícia mais importante do dia, o JN terminava com notícias mais leves – opção utilizada até hoje.

“Em 1971, houve a primeira mudança de apresentadores: no lugar de Hilton Gomes, entrou Ronaldo Rosas, que saiu no ano seguinte. Assumi então Sergio Chapelin, que ficou ao lado de Cid Moreira até 1983” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p.34), ano no qual “o Jornal Nacional já era o programa de maior audiência da televisão brasileira” (MATTOS, 2010, p. 223).

Ainda de acordo com o site *Memória Globo*, a partir de 1973, as reportagens do Jornal Nacional passaram a ser regularmente feitas em filme colorido. Naquele ano, a sucursal de Brasília passou a ter mais espaço no telejornal, com o objetivo de incrementar o noticiário político. Além disso, na época, foi inaugurado o primeiro escritório de Jornalismo Internacional da Globo, em Nova York.

¹⁷ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional.htm> (Acesso em 22 de setembro de 2015).

Em 1977 foi feita a primeira entrada ao vivo no telejornal, a partir da tecnologia “Eletronic News Gathering” (ENG)¹⁸. O repórter, dessa forma, tornava-se a peça-chave do telejornalismo da Globo. O Jornal Nacional, segundo o site, estava consolidado.

O enquadramento dos locutores no Jornal Nacional, em 1979, passou do *close*¹⁹ para o *plano americano*²⁰. O cenário do telejornal ganhou mais uma parede, o que possibilitou o jogo de câmeras e uma maior movimentação dos apresentadores.

A partir de 1983, o Jornal Nacional começa a ser apresentado por Cid Moreira e Celso Freitas. Na época, cerca de mil profissionais, conforme o site, produziam três horas e meia de programação jornalística, diariamente. Desse total, o que havia de melhor e mais importante ia para o Jornal Nacional.

No ano de 1985, o cenário do telejornal ganhou telas ao fundo, que permitiam a exibição de imagens relacionadas à reportagem chamada pelo apresentador.

Em 1989, o JN inaugurou um cenário móvel, composto de desenhos feitos num computador gráfico, que davam um tratamento visual particular a cada reportagem. Ainda nesse ano, Sérgio Chapelin voltou à bancada do JN, ao lado de Cid Moreira. Comentaristas foram integrados às edições do telejornal e tornavam, de acordo com o site *Memória Globo*, as informações de política e economia mais claras e críticas para o telespectador. Além disso, com a entrada dos comentaristas mais descontraídos, o JN tornou-se cada vez mais “próximo” ao telespectador.

Em 1996, a dupla de apresentadores, Cid Moreira e Sérgio Chapelin, que havia se tornado uma marca registrada do JN, foram substituídos por William Bonner e Lillian Witte Fibe. A ideia era mudar o conceito de apresentação do telejornal, promovendo para a bancada jornalistas envolvidos com a produção de conteúdo. Dessa maneira, a Globo alega que buscava dar maior credibilidade às notícias e dinamizar as coberturas.

Além da troca de apresentadores, naquele ano o cenário ganhou características mais dinâmicas e mais possibilidades para a câmera passear no estúdio e explorar diferentes efeitos de luz.

¹⁸ Pequenas unidades portáteis que permitiam o envio de imagem e som direto do local do acontecimento para a emissora. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/o-jornalismo-eletronico-e-os-reporteres-de-video.htm> (Acesso em 11 de setembro de 2015).

¹⁹ É um plano fechado, no qual a câmera está bem próxima do objeto, de modo que ele ocupa quase todo o cenário, sem deixar grandes espaços à sua volta. É um plano de intimidade e expressão. Disponível em: <http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/> (Acesso em 11 de outubro de 2015).

²⁰ Plano no qual a figura humana é enquadrada do joelho para cima. Disponível em: <http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/> (Acesso em 11 de outubro de 2015).

Em fevereiro de 1998, outra alteração na bancada do Jornal Nacional. Sai Lillian Witte Fibe e entra Sandra Annenberg, em caráter provisório. No mês seguinte, o JN passou a ser apresentado por William Bonner e Fátima Bernardes.

Em 2000, mais um reformulação no cenário do telejornal, que deixou o estúdio tradicional para ser apresentado de dentro da redação. O formato, segundo a *Memória Globo*, é único no mundo e une dois tipos de cenário: apresenta a redação ao fundo e, simultaneamente, ilustra os assuntos com imagens gráficas atrás dos apresentadores.

Em 2011, depois de 14 anos apresentando o JN, Fátima Bernardes deu lugar à Patrícia Poeta.

Desde dezembro de 2013, o Jornal Nacional passou a ser inteiramente produzido, editado e exibido em alta definição. Com a nova tecnologia HD (*high definition*), a nitidez da imagem aumentou quatro vezes em relação ao sistema anterior, o SD (*standard definition*).

Em 2014, Patrícia Poeta foi substituída por Renata Vasconcellos, que permanece até hoje, ao lado de William Bonner, na bancada do telejornal.

No dia 27 de abril de 2015 o Jornal Nacional entrou no ar com novo cenário. A partir de então, os apresentadores podem circular pelo estúdio, transmitindo notícias na bancada e também de pé, quando entram em contato, em tempo real, com correspondentes e equipes de reportagem. A mudança coloca os apresentadores frente a uma evidente tentativa do telejornal de se aproximar do telespectador, hoje acostumado às interações “mais leves” das redes sociais.

Além disso, junto à performance exigida dos apresentadores ao longo de cada edição, “foram incorporados novos elementos ao cenário e recursos tecnológicos em que os apresentadores passam a *sensação de interação*” (PRATES, 2015, p. 54, grifo do autor), necessária na perspectiva do advento das mídias digitais.

Atualmente, o JN tem cerca de meia hora de duração. A partir das 20h30min., de segunda-feira a sábado, o Jornal Nacional faz a cobertura completa das principais notícias do Brasil e do mundo.

Percebe-se que as mudanças mais significativas, ao longo dos 46 anos do Jornal Nacional, foram alterações de cenários ou apresentadores. Isso porque o JN não foge dos formatos “engessados” ou “já consagrados” do gênero telejornalismo. Foi desenvolvida uma fórmula, praticamente “perfeita” para a TV aberta, em especial, e que consegue sobreviver e/ou se adequar às inovações tecnológicas.

A descrição do Jornal Nacional, no site *Memória Globo*, afirma que o telejornal conquistou a preferência do público e se firmou como um dos mais respeitáveis do país. É claro que para alcançar tamanha trajetória é necessário qualidade ao fazer Jornalismo. Entretanto, a forma como a produção de conteúdo é articulada pode ser questionável.

O Jornal Nacional está inserido no sistema capitalista, no qual é evidente o imbricamento de interesses mercadológicos aos ideais jornalísticos. Tais interesses, se sobrepostos às notícias veiculadas, podem ferir o caráter jornalístico e exercer violência simbólica, atingindo o telespectador sem que, muitas vezes, ele o perceba.

Mais do que “ver” o mundo e ter informações sobre ele por meio da mídia, o receptor constrói parte da vida “emocional” por meio do que apreende na mídia. Não raro, o receptor/telespectador se emociona tanto com os dramas do telejornal, que apreende informações (nem sempre positivas) e vivências emocionais diversas. No entanto, este conhecimento emocional é quase imperceptível, pois chega de forma rotineira: ver televisão é uma atividade do dia a dia, para a qual o receptor reserva pouca (ou nenhuma) análise crítica (TEMER, 2010, p. 112).

Como os interesses aparecem nas notícias veiculadas pelo Jornal Nacional? É possível identificar esses interesses? Além das palavras e expressões utilizadas nas matérias, a entonação, o tempo, a edição, o enfoque, entre outros aspectos, serão analisados detalhadamente. Após o método de análise, pretende-se descobrir se os interesses do Jornal Nacional aparecem explicitamente no material veiculado por meio da violência do discurso jornalístico, das chamadas ao fechamento do próprio telejornal.

3 NOTÍCIA

Neste capítulo a notícia será abordada como mercadoria, papel que de fato assume como subproduto da Indústria Cultural. Será dada ênfase à produção da notícia em televisão e aos critérios de noticiabilidade utilizados para sua circulação. A importância dos valores éticos dos jornalistas também será discutida, pois esses profissionais assumem uma posição fundamental na construção da realidade social.

3.1 PRODUÇÃO DA NOTÍCIA

Para informar é preciso saber primeiro o que é considerado notícia, para dar então início à transformação do fato em notícia. “A notícia é a informação que tem relevância para o público. A importância de um acontecimento é avaliada pelo jornalista, que julga se o fato é notícia e deve ser divulgado” (CURADO, 2002, p. 15).

Poderíamos diferenciar acontecimento da notícia dizendo que o acontecimento é uma mensagem recebida enquanto que a notícia é uma mensagem emitida. Ou seja, o acontecimento é um fenômeno de percepção do sistema, enquanto que a notícia é um fenômeno de geração do sistema (ALSINA, 2009, p. 133).

Entretanto, a ideia de notícia está banalizada porque, de acordo com Alsina (2009), esse fenômeno de geração do sistema é formado por um ponto de vista mecânico dos profissionais. O que, para o autor, é um erro, pois a notícia é a construção da realidade, que deve estar de acordo com a prática produtiva e a rotina do jornalista, e, portanto, “vai variar segundo o caráter que lhe for dado à própria realidade social” (ALSINA, 2009, p. 45).

Dessa forma, os profissionais que produzem as notícias tem a responsabilidade acentuada, já que, além de expor os fatos, constroem a realidade. Na televisão, a realidade construída está muito atrelada à ideia de espetáculo. Para compreender essa relação, Arbex Jr. (2002) estabelece o conceito “showrnalismo”. O autor entende que as corporações midiáticas, para ampliar ao máximo o seu controle, sofisticam o poder de sedução das imagens e do discurso. Por isso, ele acredita que os fatos são construídos e narrados em um formato próprio das telenovelas.

A mídia cria diariamente a sua própria narrativa e a apresenta aos telespectadores – ou aos leitores – como se essa narrativa fosse a própria história do mundo. Os fatos, transformados em notícia, são descritos como eventos autônomos, completos em si mesmos. Os telespectadores, embalados pelo “estado hipnótico” diante da tela de televisão, acreditam que aquilo que vêem é o mundo em estado “natural”, é “o” próprio mundo” (ARBEX JR., 2002, p. 103).

Além de autores como Marcondes Filho (1988), que afirma categoricamente que os noticiários de televisão são produzidos como espetáculo, Curado (2002) pondera que o telejornal precisa informar, mas, ao mesmo tempo, é um programa de TV, o que o faz passível de tratar a notícia a partir do “mesmo esquema com que se monta um espetáculo visualmente atrativo” (CURADO, 2002, p. 136).

A importância da notícia é geralmente julgada de acordo com a sua abrangência, isto é, segundo o universo de pessoas às quais pode interessar. Esse é o critério mais utilizado em jornalismo de televisão que, dando ênfase ao aspecto da amplitude, pode tender a transformar a notícia em entretenimento ou em espetáculo apenas de questões amenas ou desprovidas de polêmica” (CURADO, 2002, p. 16).

Temer (2010) explica que a espetacularização das notícias é consequência da busca pela audiência. “Ao mesmo tempo em que define a sua atividade a partir da objetividade, tem necessidade de transformar a informação em espetáculo como condição para alcançar/conquistar o seu público” (TEMER, 2010, p. 120). Isso porque, como afirmado anteriormente por Medina (1988), a notícia é um produto à venda, típico das sociedades urbanas e industrializadas, ou seja, uma mercadoria de posse dos meios de comunicação da Indústria Cultural. Estes, por sua vez, a manejam de acordo com seus interesses, compromissos e visões de mundo mercantis.

A política das emissoras de TV, que podem modelar a realidade externa segundo seus interesses, fazendo de pequenos incidentes grandes fatos nacionais e menosprezando fatos importantes, se eles não interessarem a elas. Por isso, o trabalho do telejornal acaba sendo o de recolher as notícias na realidade e criar uma nova realidade com as notícias recolhidas (MARCONDES FILHO, 1988, p.55-56, grifo do autor).

Temer (2010, p. 111-112) ainda destaca que o espetáculo na televisão é mais provável pelo “emaranhado de imagens sedutoras e pelo ritmo dinâmico da notícia”, o que acaba por envolver o telespectador.

Para conquistar a atenção do telespectador, o telejornalismo dá a preferência aos assuntos emocionais e faz uso intencional de uma linguagem dramática. Ocorre que ao trabalhar os conteúdos emocionais e dramatizar a informação o telejornalismo compromete a própria informação. A soma destes elementos torna o telejornalismo em si mesmo uma contradição: suas informações são reais, pois se referem a algo que realmente aconteceu ou está acontecendo, mas é irreal, porque esse real é “romanceado”, “dramatizado”, colorido com suspense (TEMER, 2010, p. 110-111).

Diante dessa criação da realidade, o público pode ficar com a impressão de estar bem informado. “Diariamente, durante meia hora do horário nobre da TV, quase toda a população assiste ao telejornal: ele dá a impressão de transmitir os fatos mais importantes do dia de forma condensada” (MARCONDES FILHO, 1988, p.52).

A esse bombardeio de informações é que Alsina (2009) se referiu anteriormente, ao abordar o ponto de vista mecânico dos profissionais que trabalham na construção da notícia. Para Marques (2006, p. 33) isso se deve à “significativa transformação da imprensa escrita e da notícia em uma mercadoria específica que deve ser vendida em dois mercados diferentes: dos anunciantes e dos leitores”. O autor acredita que a imprensa, como parte da sociedade do espetáculo – lógica citada anteriormente –, faz da notícia e do Jornalismo, mercadorias. Consequentemente, a organização interna de trabalho obedece a esse formato.

O jornalista deve cumprir uma pauta preestabelecida, cuja elaboração, muitas vezes, não foi discutida por ele, como também deve dar uma perspectiva, já determinada, para a cobertura de um fato. Na etapa posterior, da edição do texto, além de obedecer ao padrão dos manuais de redação, pode ter seu texto cortado e reescrito pelo seu editor-chefe de acordo com os interesses do jornal em determinado assunto (MARQUES, 2006, p. 56).

Essas etapas mecânicas que o jornalista cumpre ao construir uma notícia visam a garantia da audiência e a satisfação da necessidade de informação do consumidor. Assim, durante esse processo, surgem dois problemas: a dificuldade do jornalista de ter autonomia para exercer sua atividade com consciência crítica, e os noticiários transformados em espetáculos repletos de informações. Este último é ditado pelo ritmo dinâmico da notícia na televisão.

Para atingir tal dinâmica, um elemento é fundamental: o gancho. E a televisão age por meio de ganchos, que ligam os assuntos. O gancho, de acordo com Costa (2000), é um elemento que mobiliza aspectos emocionais profundos do ouvinte em todo processo

comunicativo. Além disso, causa um efeito que estimula a atenção do ouvinte ao interromper a história em seu ponto culminante, prometendo continuidade.

A lógica do gancho é conhecida pelo público, especialmente, na literatura e nas telenovelas. Mas, a partir da ideia da curiosidade e do desejo de acompanhar a narrativa, o telejornalismo também faz uso desse recurso. O gancho é um exemplo expressivo “do que é uma narrativa humana e das múltiplas relações que estabelece com a temporalidade cultural do homem. Tem-se, como características predominantes, uma trama central, em torno da qual outras histórias se produzem” (COSTA, 2000, p. 59).

Os ganchos nos noticiários podem ser percebidos dentro de uma notícia, entre as notícias e entre os blocos, “dando vida” ao espetáculo. Marcondes Filho (1988) reitera a ideia de que os telejornais são produzidos como espetáculos.

É uma miscelânea de diversos assuntos, apresentados um após o outro, sem que o telespectador tenha tempo de pensar e refletir sobre cada um deles. Mal são transmitidos já vem outra notícia, completamente diferente, que distrai outra vez o receptor, e assim até o final. Ninguém se informa seriamente de nada; só tem a *impressão* de ficar informado (MARCONDES FILHO, 1988, p.54, grifo do autor).

A citada “impressão de ficar informado” indica desinformação. Para Serva (2001, p. 127), “os meios de massa impõem aos fatos ritmo e roteiro evolutivo que não são necessariamente os que parecem naturais às testemunhas dos acontecimentos”. O autor entende que a função primordial da imprensa não é a de informar sobre os temas que noticia, mas de sincronizar a sociedade de acordo com a visão midiática. Além disso, no modo como opera o sistema de informação, a mídia tem a necessidade de ser consumida.

O jornalismo, tal como está disposto nos meios de comunicação atuais, pratica ao mesmo tempo técnicas de informação e de desinformação. Satisfaz a demanda por informação, mas mantém elevada essa demanda. Satisfaz ao mesmo tempo em que nega. Informa, mas necessariamente desinforma também (SERVA, 2001, p. 125).

Por outro lado, já que a mídia tem o poder de construir a realidade social é preciso levar em consideração

que não estamos diante de um processo unilateral, mas que é gerado um reconhecimento dessa função por parte do receptor do discurso. As notícias ajudam a construir a sociedade como se fosse um fenômeno

social compartilhado, já que no processo de descrição de um fato relevante, a notícia o define como tal e lhe dá a forma necessária (ALSINA, 2009, p. 95).

Dessa forma, como formadora da realidade social, a mídia precisaria tomar mais cuidados ao comunicar, ao invés de sobrecarregar a sociedade com informações – muitas vezes, não assimiladas ou com base insuficiente para gerar reflexão. Mas, independentemente de alcançar o êxito na comunicação da notícia é preciso produzi-la. Para encontrar a notícia, Kotscho (2001) afirma que o jornalista deve ir até ela. "Com pauta ou sem pauta, lugar de repórter é na rua. É lá que as coisas acontecem, a vida se transforma em notícia" (KOTSCHO, 2001, p. 12).

Com o tempo, a gente vai descobrindo que a essência do trabalho do repórter é a mesma, tanto para cobrir um acidente de trânsito na esquina do jornal, quanto a morte de um papa ou uma grande tragédia, seja lá onde for: contar tudo o que acontecer, não parando de garimpar a informação enquanto ele próprio não estiver absolutamente seguro sobre todos os fatos que colocará no papel (KOTSCHO, 2001, p. 25).

Por outro lado, com uma visão mais objetiva, Yorke (1998) acredita que encontrar a notícia é um processo mais cauteloso, no qual os repórteres não saem percorrendo as ruas. "Tal procedimento consumiria muito tempo e seria quase totalmente improdutivo. A notícia tem de ser colhida de uma forma organizada e sistemática" (YORKE, 1998, p. 32).

No decorrer da busca pelas informações, seja na rua ou por meio de outra fonte, alguns fatores são fundamentais para transformar fatos em notícias. A seguir, os critérios de noticiabilidade que determinam essa seleção.

3.2 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

Como já afirmado na introdução dessa monografia, uma notícia deve cumprir critérios que dão a ela tal título. Os critérios que dão a um fato valor-notícia foram definidos pelos pesquisadores Joahan Galtung e Mari Holmboe Ruge, em 1964, e baseiam-se, de acordo com Alsina (2009, p. 157), na psicologia da percepção.

Os fatores estudados estão de acordo com:

1. Impacto: amplitude (alcance a um grande público), frequência (duração do acontecimento em relação à periodicidade do veículo), negatividade (fatos de valor

negativo/ruim), caráter inesperado (acontecimentos raros) e clareza (acontecimentos com interpretação clara);

2. Empatia com a audiência: personalização (identificação com o fato), significado (tradução cultural e impacto sobre o público), referência a países de elite e referência a pessoas que integram a elite (proeminência);

3. Pragmatismo da cobertura midiática: consonância (inserção do novo em um acontecimento antigo), continuidade (atualização dos fatos) e composição (equilíbrio na diversidade de assuntos).

Conforme Alsina (2009, p. 160), os critérios não devem ser aplicados necessariamente de forma mecânica. Ele explica que Galtung e Ruge estabelecem três hipóteses sobre a ação conjunta dos fatores de noticiabilidade. São elas: a *agregação* (quanto mais os fatores da notícia estiverem associados a um determinado acontecimento, mais chances eles têm de se tornarem notícia); a *complementaridade* (acontecimento em que um dos fatores seja pouco relevante, contanto que seja compensado pela maior relevância do outro) e a *exclusão* (acontecimento que não tiver nenhum desses fatores não se tornará notícia).

Como afirmado anteriormente, a mídia constrói a realidade, mas, conforme Alsina (2009), ela só terá o aval para essa construção a partir da credibilidade. E ao obedecer os fatores supracitados a notícia torna-se então credível.

3.3 VALORES ÉTICOS

Antes de analisar a importância dos valores éticos na profissão do Jornalismo é necessário conceituar o termo ética. A palavra ética²¹, do grego *ethos*, quer dizer o modo de ser, o caráter. Os romanos traduziram o *ethos* grego para o latim *mos*, que significa costume.

A ética, de acordo com Valls (1994), é entendida como um estudo ou uma reflexão, científica ou filosófica, e eventualmente até teológica, sobre os costumes ou sobre as ações humanas. O autor percebe a ética como a própria vida, quando está de acordo com os costumes considerados corretos. “A ética pode ser o estudo das ações ou dos costumes, e pode ser a própria realização de um tipo de comportamento” (VALLS, 1994, p. 7).

²¹ Disponível em: http://www.dhnet.org.br/direitos/codetica/textos/oque_e_etica.html (Acesso em 19 de outubro de 2015).

Para Barbeiro e Lima (2002), a ética pode ser definida como:

uma reflexão crítica sobre a moralidade: um conjunto de princípios e disposições voltados para a ação, produzido por meios históricos, cujo objetivo é balizar as ações humanas. Ela existe como uma referência para os homens em sociedade e está associada à idéia de conduta virtuosa (BARBEIRO; LIMA, 2002, p. 23).

Dada essa definição, a ética diz respeito à realidade humana e às relações dos seres humanos. Na esfera da Comunicação a ética está presente no modo da construção e transmissão da notícia. Ao cumprir os critérios de noticiabilidade, relatados anteriormente, o acontecimento já está apto para se tornar notícia e ser veiculado, entretanto ainda vai sofrer a mediação do jornalista. É nessa mediação que os valores éticos se evidenciam.

Uma boa notícia, dizem, deve ficar o mais próximo possível do acontecimento, mantendo em relação a ele fidelidade, neutralidade, objetividade. É aí que entra em questão a verdade, ainda mais que, a partir de um mesmo fato ou acontecimento, podem ser produzidos relatos bastante diferentes, todos verdadeiros, porque respeitam as fontes, mas todos diversos porque operaram seleções, focalizações e montagens diferentes (DUARTE, 2007, p. 36).

Ressalta-se que um discurso jornalístico não é produzido somente a partir da lógica. Ele é pautado na objetividade, mas fatores como a bagagem cultural e a visão de mundo de cada jornalista influenciam na montagem das notícias. Para uma narrativa aproximar-se da forma mais objetiva possível da realidade dois elementos são essenciais: “um agudo senso de observação do repórter e a presença de referenciais universais, a fim de evitar que o alto ou o baixo digam que o entrevistado é baixo ou alto” (ABRAMO, 1988, p. 113).

É preciso ponderar que a “realidade” mostrada pelos meios de comunicação, como já tratado em capítulo anterior, não é o “real” em si, mas sim uma representação. Arbex Jr. (2002, p. 104-107) condena a ideia de que a notícia seja o “retrato do fato tal como ele realmente acontecer”, e por isso certifica que o jornal não é um “espelho da realidade”.

“Fatos” e “notícias” não existem por si só, como entidades “naturais”. Ao contrário, são assim designados por alguém (por exemplo, por um editor), por motivos (culturais, sociais, econômicos, políticos) que nem sempre são óbvios. Mas essa operação fica oculta sob o manto

mistificador da suposta “objetividade jornalística” (ARBEX JR., 2002, p. 103).

De acordo com o Novo Manual da Redação da Folha de S. Paulo (1992)²², não existe objetividade no Jornalismo e que, ao escolher um assunto, redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma decisões em larga medida subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções. Mas, o Manual ainda destaca que isso não exige o jornalista de ser o mais objetivo possível.

Curado (2002, p. 20-22) acredita em três aspectos fundamentais para comunicar. Em primeiro lugar, a *clareza*: “a maneira como a notícia é apresentada não pode despertar dúvidas quanto ao seu significado”; a *precisão*, que “é mais do que ter os fatos corretos. A reportagem será, no conjunto, o espelho da verdade” e a *imparcialidade*, na qual “cabe ao jornalista confrontar todos os lados de uma questão para esclarecer os pontos obscuros e não para favorecer uma das partes”.

A questão da imparcialidade jornalística é muito discutida, pois, ao mesmo tempo que o jornalista deve ser objetivo, ele defende interesses pessoais e privados. Ao mesmo tempo em que não pode se eximir de relatar as versões do fato, ele tem um *background* pessoal.

Nas brechas, encontradas em meio a um sistema repleto de interesses e dificuldades, é que os jornalistas buscam cumprir os princípios jornalísticos para veicular notícias de credibilidade e criar, então, a realidade social com a maior responsabilidade possível. É da missão jornalística que surge a necessidade do Código de Ética, que serve como um acordo para o exercício da profissão, compatível com os princípios universais da ética.

Os jornalistas elegem um norte que possa guiá-los através da sua frágil independência em suas relações com os diversos poderes, das negligências na verificação das informações sob a influência conjugada das leis de mercado, da velocidade da informação, da eficiência dos comunicadores (BARBEIRO; LIMA, 2002, p. 26).

É preciso dar ênfase ao fato de que a notícia é subproduto da Indústria Cultural e, conseqüente e necessariamente, será veiculada a partir de interesses. Por isso também a relevância da abordagem da conquista dos valores de *clareza*, *precisão* e *credibilidade*,

²² Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/foha/circulo/manual_redacao.htm (Acesso em 5 de novembro de 2015).

citados anteriormente por Curado (2002), que dependem dos princípios do próprio jornalista que está “por trás” da notícia apresentada.

A Ética profissional não pode ser fiscalizada profundamente porque é originária nas intenções de cada um quando apura, escreve ou divulga uma informação; é de foro íntimo e resulta da soma dos valores que cada um de nós preza. Essa é a medida que não define apenas o bom jornalista, mas a pessoa, mesmo quanto esta, sorrateiramente, tenta se esconder (CURADO, 2002, p. 22).

É nesse sentido que Abramo (1988) afirmou que o jornalista não tem ética própria. “A ética do jornalista é a ética do cidadão. O que é ruim para o cidadão é ruim para o jornalista” (ABRAMO, 1988, p. 109). A partir disso, entende-se que as decisões que o jornalista toma, durante o processo de produção da notícia, são estabelecidas por seu caráter e o que considera como dever de cidadão – o que também, segundo essa reflexão, deve fazer parte da Ética Profissional dos Jornalistas.

O exemplo clássico da ética no Jornalismo é do mesmo autor. “Sou jornalista, mas gosto mesmo é de marcenaria. Gosto de fazer móveis, cadeiras, e minha ética como marceneiro é igual à minha ética como jornalista – não tenho duas. Não existe uma ética específica do jornalista: sua ética é a mesma do cidadão” (ABRAMO, *ibidem*).

4 VIOLÊNCIA

Estudos sobre violência a apontam como um fenômeno amplo, que perpassa por todas as gerações do ser humano e por todas as esferas da sociedade. Por isso, neste capítulo, serão abordados conceitos e classificações acerca do tema, e também a sua abordagem nos meios de comunicação.

Quando fala-se em violência, fala-se de instinto. Todos os mamíferos têm instinto; os seres humanos são mamíferos e, por isso, dotados de instintos. Instinto é definido, segundo o artigo *Os instintos: contrapondo Nietzsche a Freud*²³, como todo comportamento inato (não apenas aprendido), essencial à preservação da espécie, selecionado no curso da evolução.

Winston (2006) explica que da mesma forma que aconteceu com os instintos de reprodução sexual, competição e sobrevivência, foi construído, no lar ancestral, um instinto humano para a violência. “Intuitivamente, parece que a violência não é uma tática consciente. É geralmente uma reação imediata e inconsciente, a ser usada em último caso depois de uma tentativa de conversar com o adversário” (WINSTON, 2006, p. 288-289).

Contudo, ainda segundo o autor, ao mesmo tempo que a violência é instintiva, o cérebro humano dispõe de uma região conhecida como córtex pré-frontal, que tem um papel importante na mediação de uma reação agressiva. O córtex pré-frontal é ligado diretamente à tonsila cerebral²⁴ e parece ser o “freio” do comportamento agressivo, dominando e mediando os sinais emitidos pelas regiões mais baixas do cérebro (ibidem, p. 277).

De acordo com Bonavides (2005), a violência, nos primórdios praticada como uma necessidade no processo de luta pela sobrevivência, hoje, em sua forma secundária, é exercida como resultado dos desequilíbrios existentes nas relações sociais desiguais.

O simples fato de vivermos em uma sociedade globalizada, caracterizada pela desigualdade social, implica, de alguma forma, um viver violento, no qual as pessoas experimentam a violência da desigualdade, da exclusão, da discriminação. Este fato contribui para pensarmos que a violência em nossa sociedade está inserida no espaço público e privado, no cotidiano das pessoas, na linguagem, pensamentos e ações (BONAVIDES, 2005, p. 13).

²³ Disponível em: <http://www.ipub.ufrj.br/portal/ensino-e-pesquisa/ensino/residencia-medica/blog/item/171-os-instintos-contrapondo-nietzsche-a-freud-i> (Acesso em 20 de outubro de 2015).

²⁴ Tonsila é o centro de comunicações do sistema límbico e pode desencadear sentimentos de medo e agressão (WINSTON, 2006).

O termo violência²⁵ deriva do latim *violentia*, que quer dizer força ou vigor contra qualquer coisa ou ente. No *Relatório Mundial sobre violência e saúde*, publicado em 2002, a Organização Mundial da Saúde definiu violência como:

O uso intencional da força física ou do poder, real ou em ameaça, contra si próprio, contra outra pessoa, ou contra um grupo ou uma comunidade, que resulte ou tenha grande possibilidade de resultar em lesão, morte, dano psicológico, deficiência ou provação (KRUG et al., 2002, p. 5).

A partir disso, o significado de violência vai além da origem da palavra, relacionada ao ato violento físico e moral ou ao uso da força, pois suscita outros desmembramentos a partir das relações sociais. Piva, Severo e Dariano (2006) afirmam que a violência está relacionada com força e destrutividade.

Tem a ver com o impulso de dominar e eliminar o outro e está relacionada, em Freud, com a pulsão do domínio. *Poderíamos dizer que a violência é gerada pela existência de outro diferente – surge, portanto, no marco da intersubjetividade*. Trata-se de eliminar o outro por ser fonte de sofrimento (pela intolerável ferida narcísica que sua presença representa), mas, ao mesmo tempo, paradoxalmente, necessita-se do outro como suporte e para poder exercer nele a violência (PIVA; SEVERO; DARIANO, 2006, p. 3, grifo do autor).

Ao abordar as relações sociais envoltas sob o tema da violência produz-se outra discussão: a relação entre violência e poder. Isso porque o poder é o conceito fundamental da ciência social. Para Foucault (1976 apud PIVA; SEVERO; DARIANO, 2006, p. 4), “o poder tem uma existência própria e formas específicas em nível mais elementar, não é uma dominação global e centralizada que se pluraliza”.

As autoras explicam que Foucault acredita na ideia de que não existe uma teoria geral do poder, uma vez que não o considera como uma realidade que possua uma natureza, ou uma essência definida por características universais. A análise do filósofo entende que o poder, em si, não existe. O que existe são práticas ou relações de poder. “A idéia básica de Foucault é mostrar que as relações de poder não se passam, fundamentalmente, nem ao nível do direito nem da violência; não são basicamente contratuais, nem unicamente repressivas” (ibidem; p. 5).

²⁵ Disponível em: <http://www.portaleducacao.com.br/direito/artigos/24924/conceito-de-violencia> (Acesso em 20 de outubro de 2015).

Para Szpacenkopf (2003, p. 27-28), a diferença entre violência e poder é que a violência visa “a alteração danosa do estado físico de indivíduos ou grupos”. Já o poder se caracteriza por interferir na ‘vontade do outro, modificando a conduta de um indivíduo ou de vários dotados de um mínimo de vontade própria’”.

Arendt (1970 apud SOUZA, 2010, p.17) acredita que “o que define e separa violência de poder é a dimensão política, que é ausente em violência e presente em poder”. Além disso, segundo Souza (2010), é importante salientar que o poder não pode ser confundido com a potência. “A potência é, digamos, a força de um homem e de uma coletividade e que pode se voltar contra o poder e pode, inclusive, ser útil para a ampliação do poder. A potência, no entanto, é facilmente suplantada pelo poder” (SOUZA, 2010, p. 17).

A característica básica do poder é a persuasão, o uso da linguagem como meio de convencimento e esclarecimento mútuos. O poder é a essência do governo, há uma relação intrínseca entre poder e governo, entre autoridade e poder. A violência é ameaça, ela não constitui a política, ao contrário, ela é o fim da política. [...] A violência, como antípoda do poder, pode até ser utilizada com o fim de aumentar o poder, mas ela invariavelmente corrompe o poder e o assimila à força pura e simples (ibidem).

É por isso que se condiciona o *status* de poder também aos meios de comunicação. Recordando Sólido (2010), a violência está na mídia, de forma dissimulada, por meio do discurso. A autora entende que o poder, assim como a violência, pode ser associado ao instinto de sobrevivência.

É importante destacar o atrelamento entre os conceitos de poder e violência, na medida em que o poder está baseado na disputa permanente. O nível/grau de violência intrínseco a cada disputa será proporcional à capacidade/competência de investimento do sujeito (SÓLIO, 2010, p. 36).

É preciso esclarecer que, além da violência exercida pela mídia, existem outros tipos de violência, que serão abordados a seguir.

4.1 CLASSIFICAÇÃO DE VIOLÊNCIA

Assim como há uma pluralidade de interpretações sobre o conceito de violência, há inúmeras formas de classificação a respeito do tema.

De acordo com o Relatório Mundial sobre Violência e Saúde, a OMS divide a violência em três grandes categorias:

1. Violência dirigida a si mesmo (autoinfligida): caracteriza comportamento suicida e autoabuso.
2. Violência interpessoal: ocorre em casos de violência por parte da família e de parceiro(a) íntimo(a), tais como abuso infantil, violência praticada por parceiro íntimo e abuso contra idosos; ou violência comunitária (entre pessoas sem laços de parentesco), que inclui violência juvenil, atos aleatórios de violência, estupro ou ataque sexual por estranhos e violência em grupos institucionais.
3. Violência coletiva: é subdividida em violência social (crimes de ódio cometidos por grupos organizados, atos terroristas e violência de multidões), política (guerras, violência do Estado e atos semelhantes realizados por grupos maiores) e econômica (ataques de grupos maiores motivados pelo ganho econômico).

A OMS considera que a natureza de tais atos violentos pode ser física, sexual, psicológica ou envolvendo privação ou negligência.

Souza (2010) classifica a violência como: *violência criminal* (ações, intencionais ou não, individuais ou coletivas, que são traduzidas em termos de direito penal); *violência política* (ações, intencionais ou não, individuais ou coletivas, que podem ser definidas pela lei penal, mas que, em geral, ultrapassam o próprio direito, pois colocam o Estado como principal perpetrador e, em algumas circunstâncias, podem ser aceitas ou rejeitadas); *violência social e econômica* (atos ou processos coletivos pelos quais grupos de pessoas podem ser colocados à margem dos benefícios e dos frutos do trabalho e das atividades sociais. A violência econômica decorre da divisão desigual das oportunidades de ganho ou da divisão desigual do trabalho socialmente necessário); *violência das instituições públicas* (ações ou processos pelos quais as instituições, que são consideradas numa democracia garantidoras de direitos, passam a ser, na verdade, obstáculos para o acesso aos direitos ou mesmo tornam-se perpetradoras de violências contra cidadãos); *violência internacional* (estratégias relacionadas às guerras por territórios ou por benefícios econômicos. A violência internacional ainda passa por uma nova divisão internacional do capitalismo em que nem sempre quem produz mais ou detém mais riquezas pode usufruir delas); *violência simbólica* (está em todos os lugares e se reveste em seu caráter não-físico, mas não é menos danosa, pois pela violência simbólica as pessoas tendem a aceitar condições injustas ou inadequadas e a naturalizar relações desiguais); *violência tecnológica* (decorre da ampliação da dependência moderna em

relação à tecnologia); *violência das guerras e do terrorismo* e, por fim, *microviolências cotidianas* (decorrem de conflitos intersubjetivos, ou seja, dos conflitos que acontecem em qualquer momento em que duas ou mais pessoas compartilham espaços, ações ou processos).

Visto que a violência pode ser classificada em vários tipos, a seguir, esta monografia irá se deter na questão da violência relacionada aos meios de comunicação, que pode ser tanto explícita, quanto implícita.

Wainberg (2005) alerta para o uso da violência na mídia como um ingrediente para o espetáculo – já citado em capítulo anterior – da indústria do entretenimento e do Jornalismo. Isso porque a violência ativa o aparato cognitivo, despertando os sentidos das pessoas. “A atenção dos públicos é um produto escasso, e a violência, ao capturá-la, presta um serviço que vai além do mero despertar da percepção dos leitores, ouvintes e telespectadores” (WAINBERG, 2005, p. 11). A insistente programação da violência na mídia, segundo o autor, se justifica pelo aumento da audiência.

Ele explica que para o caso de 11 de setembro em Nova York, por exemplo, foram criadas chamadas de alerta, remetendo à sensação de alarme. “Tais transmissões são capazes de provocar nos telespectadores de todo o mundo a sensação que todo e qualquer produtor de cenas de horror desejaria produzir no seu público – a exclamação de que ‘jamais esquecerei’” (ibidem, p. 80).

Mas a ideia de violência relacionada aos meios de comunicação vai muito além da transmissão de notícias sobre crimes ou cenas de terrorismo e guerra. Como referido por Souza (2010) anteriormente, existe uma violência que não possui caráter físico, a violência simbólica e que é tão danosa quanto. E esta é exercida também pela mídia, em suas relações de poder e autoridade sobre os telespectadores.

A seguir, na análise do conteúdo do Jornal Nacional, a violência simbólica será exemplificada.

5 METODOLOGIA

A partir das temáticas abordadas nos capítulos anteriores, será descrita a metodologia utilizada nesta monografia, que tem caráter de Pesquisa Qualitativa. Para a realização do trabalho, dividido em duas etapas, foram selecionados métodos e técnicas a fim de investigar o tema proposto. A primeira etapa foi representada pelo procedimento metodológico de pesquisa bibliográfica, enquanto que a segunda etapa consistiu na aplicação dos métodos de Análise de Conteúdo e de Análise do Discurso.

5.1 MÉTODOS E TÉCNICAS APLICADAS

Primeiro passo para um trabalho científico, a pesquisa bibliográfica foi o procedimento metodológico que sustentou esta monografia. O levantamento bibliográfico, desenvolvido a partir da leitura e pesquisa em livros, artigos, dissertações e teses, fundamentou os conceitos abordados ao longo dos capítulos. Além disso, como subsídio teórico, a pesquisa bibliográfica é fundamental para dar início à etapa de análise que, neste caso, foi feita com a abordagem qualitativa.

A pesquisa qualitativa nas Ciências Sociais, segundo Neves (1996), preocupa-se com o contexto e utiliza-se de uma mistura de procedimentos de cunho racional e intuitivo para a melhor compreensão do estudo. Ainda de acordo com o autor, os métodos qualitativos assemelham-se a procedimentos de interpretação dos fenômenos empregados no dia a dia.

A pesquisa qualitativa se desenvolveu pelo método de Análise de Conteúdo, baseado nos estudos de Laurence Bardin, compreendidos na obra *Análise de Conteúdo* (2000), complementado pela Análise do Discurso.

5.2 ANÁLISE DE CONTEÚDO

Após a realização da pesquisa bibliográfica, empregou-se o método de Análise de Conteúdo sobre uma edição específica do Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, previamente selecionada. De acordo com Bardin (2000), a Análise de Conteúdo envolve três grandes fases de desenvolvimento: pré-análise, exploração do material e a etapa final de análise definida como tratamento, inferências e interpretação.

5.2.1 Pré-análise: seleção de edição do JN

O primeiro momento da Análise de Conteúdo corresponde à fase de pré-análise. Segundo Bardin (2000), a pré-análise, como referido no capítulo introdutório, é um período de intuições, mas que tem por objetivo tornar operacionais e sistematizar ideias iniciais, de maneira a conduzir um esquema preciso do desenvolvimento das operações sucessivas, num plano de análise.

Dessa forma, elementos básicos para a construção desta monografia foram definidos a partir de reflexão. A edição do Jornal Nacional foi selecionada, considerando os conceitos principais abordados nesta monografia e relacionando-os com as notícias veiculadas no telejornal. Essa primeira fase é denominada por Bardin (2000) de leitura flutuante.

Após, realizou-se uma nova seleção, na qual o conteúdo e o discurso das mensagens foram analisados. Conforme a autora, esta fase é chamada de escolha dos documentos. Optou-se pela análise de uma edição completa pelo fato de, na unidade do produto, conter o discurso como um todo.

Qualquer edição escolhida para a análise poderia conter a temática desta monografia ou servir para refletir sobre as questões pertinentes a este trabalho. Todas as edições, de modo geral, exercem, intrinsecamente ao discurso, a violência simbólica.

Portanto, a edição analisada²⁶ foi veiculada pelo Jornal Nacional no dia 17 de julho de 2015 (sexta-feira). Essa edição foi apresentada por William Bonner e Renata Vasconcellos, com duração²⁷ de 40 minutos e 37 segundos. Nesse dia, o JN transmitiu 19 notícias, divididas em quatro blocos.

5.2.2 Exploração do material: decupagem

O segundo grande momento da Análise de Conteúdo é a exploração do material, que corresponde à decupagem²⁸ do material. De acordo com Bardin (2000), esta fase é denominada de codificação da mensagem, em função de regras de identificação dos

²⁶ Anexo A: A edição do JN analisada foi gravada e anexada ao fim deste trabalho.

²⁷ A duração contabilizada da edição não inclui os comerciais.

²⁸ Decupagem é uma palavra de origem francesa *découpage*, derivada do verbo *découper*, que significa o ato de recortar. No audiovisual, no cinema e na comunicação é a divisão do planejamento de uma filmagem em planos e cortes. Disponível em: <http://www.infoescola.com/cinema/decupagem/> (Acesso em 06 de novembro de 2015).

significados linguísticos dos “personagens” envolvidos na produção e montagem do telejornal, da edição e da transmissão das notícias do JN.

Para a compreensão da exploração do material selecionado, a seguir um glossário²⁹ de termos jornalísticos utilizados na decupagem:

' – minuto.

'' – segundo.

GC – gerador de caracteres.

Nota coberta – quando o apresentador faz uma nota sobre o acontecimento, enquanto as imagens são mostradas.

Nota simples – quando o apresentador faz uma nota sobre o acontecimento, mas não aparecem imagens.

Off – texto feito pelo repórter que serve de base para cobrir as imagens da reportagem.

Passagem – momento em que o repórter aparece na matéria.

Passeio – plano no qual a câmera vai de um ponto ao outro.

Plano americano – pessoa é enquadrada do joelho para cima.

Plano conjunto – plano de ambientação que mostra uma parte do todo.

Plano médio – pessoa é enquadrada da cintura para cima.

Primeiríssimo plano – enquadramento fechado nos ombros e rosto.

Primeiro plano – pessoa é enquadrada dos ombros para cima.

Sonora – é o trecho que se retira da entrevista. Quando o entrevistado aparece.

Time-lapse – fotografias capturadas de formas independente, transformadas em vídeo.

Vinheta – filme, som ou texto curtos que identificam uma emissora de rádio ou tv.

5.2.2.1 Jornal Nacional, dia 17 de julho de 2015, sexta-feira

O primeiro bloco apresentou as notícias: Caminhão fica entalado em ponte de São Paulo; Motoristas de transporte escolar fazem protesto em vários pontos do Brasil; Cinco mil habilitações são canceladas por suspeita de fraude em São Paulo; Feira em São Paulo mostra as novidades de produtos que usam energia solar; Fim de semana será de chuva em todo o litoral nordestino; Adolescente acusado de participar de estupro no Piauí é assassinado por comparsas.

O segundo bloco teve como destaques: Polícia investiga 60 mortes de pessoas atendidas por falsos médicos em São Paulo; Governo do Distrito Federal prorroga estado de emergência da saúde pública por mais seis meses; Polícia prende a mulher do prefeito de Jaraguari, no Mato Grosso do Sul; Governo japonês manda redesenhar completamente projeto do Estádio Olímpico de Tóquio.

²⁹ Este glossário foi constituído a partir de definições disponíveis em: <http://telejornalismouniube.blogspot.com.br/2010/03/termos-tecnicos.html> e <http://www.dicionarioinformal.com.br/> (Acesso em 06 de novembro de 2015).

O terceiro bloco abordou as seguintes notícias: Eduardo Cunha rompe com Governo e adere à oposição; Executivos da Odebrecht prestam depoimento na Polícia Federal; Mercosul oficializa a entrada da Bolívia no bloco; Brasil fecha 111 mil vagas de emprego no mês de junho; Economia brasileira fica praticamente estagnada em maio; Parlamento da Alemanha aprova ajuda financeira para Grécia.

O quarto e último bloco veiculou as notícias: Brasil ganha ouro inédito na luta olímpica no Pan de Toronto; Apresentação do quadro de medalhas do Pan-Americano; Público nos estádios vem crescendo a cada rodada do Brasileirão. Além disso, uma chamada para o Globo Repórter.

5.2.2.2 Primeiro bloco

Notícia1: Caminhão fica entalado em ponte de São Paulo³⁰. Tempo 3'15''.

Na bancada do JN, a câmera vai do plano conjunto ao plano médio de Renata Vasconcellos, que noticia: “Os moradores de São Paulo tiveram hoje aquela sensação de estar tendo um pesadelo repetido: um caminhão entalado numa ponte, o trânsito mergulhado no caos. Um acidente que podia ter tido consequências trágicas, como o que o Rio de Janeiro testemunhou no ano passado”.

Enquanto imagens aéreas mostram o local do acidente e o congestionamento provocado por ele, em off, o repórter narra: “Só um veículo entre milhões. E uma ponte entre tantas. Um único acidente e o pesadelo se espalha: dezenas de quilômetros de congestionamento, ao longo de todo o dia, se estendendo até rodovias que dão acesso a São Paulo. Como fugir desta confusão?”

Em plano médio, sonora com um motorista, que está dentro do carro e diz: “Tá ruim. Tá tudo parado. Desde lá debaixo, quase duas horas no trânsito”.

O repórter volta a narrar em off, enquanto imagens mais próximas mostram detalhes do estrago: “E tudo porque a caçamba de um caminhão basculante se chocou contra uma ponte sobre a Marginal Tietê. A caçamba estava erguida, mesmo com o veículo em movimento”.

Em plano médio, sonora com o encarregado da transportadora. O repórter questiona: “É normal isso? Levantar?”. E ele (GC: Adriano José Ciro) responde: “Não, nunca aconteceu com a gente. Primeira vez”. “Mas o que poderia ter provocado?”,

³⁰ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330033/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

pergunta o repórter. “Não sei te falar. Porque o sistema de acionamento é bem seguro”, afirma Adriano.

Em off, o repórter diz: “Um engenheiro especializado em trânsito levanta três hipóteses: a primeira, um truque do motorista”. Em primeiro plano, o engenheiro (GC: Sérgio Ejzenberg) explica: “Foi levantada a caçamba para esconder placa? Parece que isso é uma técnica para escapar de velocidade, de fiscalização de velocidade”.

Em off: “Outra possibilidade seria a vibração por excesso de velocidade ter destravado a caçamba. E por último, uma falha mecânica”. Volta sonora com engenheiro: “A solução definitiva é dotar todos os veículos de caçamba de um dispositivo de controle eletromecânico que impeça que a caçamba levante quando o veículo estivesse com velocidade de 5 km/h ou mais. Ou seja, só pode usar caçamba levantada pra pequenas manobras. Se tiver andando, caminhão não anda, ele para, desliga e encosta”.

Enquanto aparecem imagens de acidente semelhante, em off, o repórter exemplifica: “No ano passado, no Rio, a caçamba de um caminhão derrubou uma passarela de pedestres na Linha Amarela, que caiu sobre dois carros. Cinco pessoas morreram. Em São Paulo, em 2014, 22 caminhões acabaram entalados sob pontes e viadutos. Este ano já foram 12. O prejuízo, não só com os consertos necessários, é calculado e cobrado, informa a prefeitura”.

Sonora, em primeiro plano, com o coordenador da Defesa Civil de São Paulo (GC: Milton Persoli): “Existe uma fórmula que você calcula por prejuízo do trânsito e também tem os prejuízos materiais. Tudo isso vão ser somados e vão ser cobrados devidamente do motorista ou da empresa responsável por isso”.

No local do acidente, o repórter (GC: Alberto Gaspar) faz uma passagem: “A pista onde aconteceu o acidente vai ficar fechada pelo menos até amanhã à noite, com todo o transtorno e prejuízo que isso traz. Mas é o tempo necessário para a retirada da parte da viga que foi danificada. Esse pedaço entre as duas colunas vai ser serrado e removido. A caçamba foi mantida para sustentar os pedaços que ficaram soltos, que poderiam cair sobre a pista. Feito esse trabalho, a pista será liberada. E a prefeitura garante que, com 13 das 14 vigas que sustentam a ponte, ela estará segura (o repórter continua a narração, mas agora aparecem imagens da ponte interditada). Mesmo assim, ela vai ficar parcialmente interditada em cima”.

Com imagens aéreas do congestionamento, em off, o repórter continua: “Agora à noite, pelo menos duas rodovias que dão acesso à Marginal Tietê têm longos congestionamentos”.

Notícia 2: Motoristas de transporte escolar fazem protesto em vários pontos do Brasil³¹. Tempo: 2'25''.

Em plano conjunto, na bancada do JN, William Bonner anuncia que: “Os motoristas de transporte escolar fizeram hoje manifestações em vários cantos do Brasil. Uma das reclamações é contra a exigência de cadeirinhas para as crianças”.

Enquanto aparecem imagens dos protestos, a repórter narra, em off: “Os motoristas de vans escolares de Belo Horizonte seguiram em carreata até a sede do governo de Minas. A manifestação também aconteceu em várias cidades: Aracaju, Florianópolis. Em São Paulo, o protesto provocou uma tremenda dor de cabeça para quem ficou parado nos congestionamentos. Sonora com um motorista, que comenta: “Atrapalha muito o trânsito. Em São Paulo, ainda, complicado do jeito que é”.

Em off: “Eles protestam contra um projeto que quer padronizar todos os veículos de transporte escolar e que está em discussão na Câmara dos Deputados. Os donos de vans também reclamam da resolução do Contran, o Conselho Nacional de Trânsito. Ela foi publicada hoje no Diário Oficial e diz que, a partir de fevereiro de 2016, ‘todo veículo que faz transporte escolar vai ser obrigado a usar a cadeirinha ou assentos adequados para o transporte de crianças com até sete anos e meio de idade’”.

Dentro de uma van estacionada, a repórter faz a passagem da reportagem (GC: Michelle Barros): “Esta van já é adaptada para o transporte de crianças de até 12 anos de idade. Nesse banco, por exemplo, cabem cinco crianças. Se fosse para adulto, caberiam três pessoas. Em cada lugar desse, tem um cinto de segurança de duas pontas. Agora, a gente vai tentar colocar uma cadeirinha num lugar desse. Pra isso, eu peço ajuda pro Hélio, que é o dono da van. Hélio, por favor, a gente vai tentar colocar a cadeirinha nesse banco aqui (fazem o teste). Essa nem cabe, gente”.

Em off, a repórter diz: “Agora, a gente vai testar um assento pra criança com mais de quatro anos”.

Enquanto mostram o teste feito com o assento, sonora com o dono da van: “A cadeira é maior que o banco”. A repórter questiona: “E aqui é um espaço para cinto de segurança também?”. E ele responde: “Isso. Cinto de três pontas. Não tem segurança duas pontas”. Em plano conjunto, a imagem mostra o motorista e a repórter, que pergunta: “O custo para o dono da van seria de mudar o banco?”. O motorista (GC: Hélio Menezes) afirma que: “Para poder colocar o dispositivo de três pontos. Mesmo assim, esse

³¹ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330036/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

dispositivo não cabe nesse espaço. A repórter, novamente, questiona: “Então teria que mudar a van inteira?”. E Hélio diz: “Tem que mudar toda a van, na realidade”.

Os motoristas de vans não querem ficar com essa conta e sugerem isenção de impostos. Em primeiro plano, sonora do membro da Associação Regional dos Transportes Escolares de São Paulo (GC: Jorge Formiga): “Todos os impostos que venham a permitir que a gente melhore o equipamento nós temos interesse. A nossa frota hoje é muito boa e aprovada. Porém, se ela fosse mais nova, nós prestaríamos um serviço de melhor qualidade”.

Notícia 3: Cinco mil habilitações são canceladas por suspeita de fraude em SP³². Tempo 2’28”.

Em plano médio, na bancada do JN, Renata Vasconcellos noticia: “O Detran começou a vistoriar as autoescolas da grande São Paulo para evitar os golpes no processo de avaliação. Ontem, quase cinco mil habilitações foram canceladas no estado de São Paulo por suspeita de fraude”.

Enquanto imagens de autoescolas são sobrepostas ao off, o repórter narra: “Os fiscais do Detran foram em oito autoescolas para verificar se os alunos cadastrados estavam mesmo em aulas. Também conferiram as instalações dos prédios. Eles encontraram irregularidades estruturais e administrativas. O Bom Dia São Paulo mostrou, hoje, outras irregularidades gravadas pela nossa equipe. O repórter Marcelo Poli foi em 11 autoescolas na região do ABC, no fim de junho. Nesta, em Santo André, o instrutor disse que era possível ter presença sem fazer às aulas. O que ele chamou de ‘bater a digital’”.

Com imagens de uma câmera escondida, em plano médio, o instrutor da autoescola diz: “Dez aulas pra mim tá bom, tá de bom tamanho. Essas outras cinco vou bater só digital. Entendeu?”.

Em off, o repórter narra: “Hoje, o diretor da autoescola gravada disse que tudo não passou de uma confusão, mas falou que os alunos não fazem aulas à noite por falta de segurança na cidade. Para tirar carteira de moto, precisa de 20 aulas práticas, sendo quatro noturnas”.

Em primeiro plano, sonora com o diretor da autoescola (GC: Alex Silva Nascimento), que justifica: “Na verdade, ele é um instrutor, ele apenas quis ajudar a

³² Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330050/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

menina da recepção, dando uma informação incorreta. Então, ele deve ter se confundido com isso, porque realmente é coletada a digital na aula noturna e as aulas são feitas durante o dia”.

Em mais um off, o repórter diz: “Em Mauá, o atendente dessa outra autoescola disse que por R\$ 1.600 garantia a aprovação para tirar carteira de moto”.

Com outras imagens de câmera escondida, o repórter questiona: “Esse valor aqui eu não... Considera o fato de eu reprovar e tudo mais?”. O atendente confirma: “É, você não reprova, entendeu?”.

Em off: “Ontem, o Detran afastou 12 funcionários investigados por emitir a carta em troca de dinheiro. E também bloqueou quase cinco mil carteiras de motoristas suspeitos de comprar a habilitação, incluindo a do jogador Malcom, do Corinthians. No sistema do Detran, consta que ele fez o exame médico e os cursos em menos de 20 dias. O tempo normal para tirar a carteira de motorista são 90 dias”.

Em plano médio, o repórter faz a passagem da reportagem (GC: Wallace Lara): O Detran disse que vai continuar fiscalizando as autoescolas. Se alguma delas tiver irregularidades, pode ser fechada. Quem for pego cometendo fraudes pode ter que responder pelo crime de corrupção passiva ou ativa. A pena varia de dois a 12 anos de prisão.

Notícia 4: Feira em São Paulo mostra as novidades de produtos que usam energia solar³³. Tempo: 3’03”.

Em plano médio, na bancada do JN, Renata Vasconcellos destaca: “Esta semana, fabricantes de produtos que usam energia solar estão participando de uma feira, em São Paulo (imagem passa para o primeiro plano da apresentadora). O Jornal Nacional foi conhecer as novidades e aproveitou para testar algumas, nas ruas”.

A repórter, usando uma mochila, caminha pela Avenida Paulista e faz a passagem da reportagem: “Você já parou para pensar no potencial desses raios de sol? Pois eu estou, nesse exato momento, aproveitando a radiação solar. Reparou que estou de mochila? Então, enquanto eu caminho aqui pela Avenida Paulista (GC: Natália Ariede), a mochila está carregando o meu celular, acredita? (Tira uma alça da mochila e mostra). É que ela tem aqui, nessa parte de trás, algumas placas, que captam a energia do sol e

³³ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330055/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

mandam essa energia direto para o aparelho (mostra o celular sendo carregado). Vou tirar aqui o cabinho e plugar só pra você ver que realmente está carregando.

Em off, a repórter conta: “A gente saiu mostrando a novidade e a surpresa foi geral”.

Em plano médio, a repórter faz uma enquete. As reações dos entrevistados são: “Nossa! (risos)”;

“Olha só. É solar? (aponta para o céu)”;

“De graça, muito de graça”;

“Caramba!”.

Ela propõe a um dos entrevistados, na rua: “Faz o seguinte: carrega um pouquinho aqui” e ele responde: “Aí sim”. Ela o questiona: “Sua mochila faz o quê?”.

“Só carrega os carregadores. Não dá pra carregar”, responde.

A repórter continua a reportagem em outro ponto da Avenida Paulista. Em plano médio, na passagem, ela diz: “Está calor e uma água geladinha cairia muito bem agora. Só que o carrinho de bebidas está bem aqui, debaixo do sol quente – a repórter se aproxima do dono do carrinho de bebida e questiona: Será que tem bebida fresca aqui?”

O entrevistado afirma: “Tem bebida gelada aqui, sim”. Ela continua: “Vamos ver como está a temperatura aqui dentro (o homem abre o carrinho). Abriu... bem geladinho e não tem nenhuma pedra de gelo por aqui (ela tira uma garrafa de água de dentro do carrinho). E a garrafa está até molhada porque essa água está gelada mesmo”.

Em off, a repórter narra: “Parece contraditório, mas em vez de esquentar, o sol refresca o que estiver aqui dentro. A mochila e o carrinho estão entre as novidades de uma feira, em São Paulo, com soluções para aproveitar a energia solar (imagens da Feira). Tem equipamentos como esses, que já existem faz tempo. Ele usa o calor do sol para esquentar a água do chuveiro. E as tais placas fotovoltaicas, que transformam a luz do sol direto em eletricidade. Energia limpa, renovável, mas ainda não é barata. Pra abastecer uma casa de cinco pessoas, sem ar condicionado, o investimento pode passar de R\$ 70 mil”.

Em primeiro plano, sonora com o gerente da feira (GC: Artur Ribeiro), que explica: “Um painel desses tem, em média, duração de 25 anos. Quando em seis anos, ele vai começar a ter o retorno”.

Em off: “Uma das ideias é cobrir a fachada de casas, prédios e fábricas com as placas coloridas”.

Em primeiro plano, um empresário (GC: Rafik Hanbali) afirma: “O objetivo é de vestir o prédio, e não produzir a energia em lugares afastados e trazer ela onde está consumida. É melhor produzir ela onde está consumida”.

Em off: “Esses painéis são da USP e fornecem 1% da energia consumida no campus da cidade universitária”.

Em primeiro plano, sonora com o professor do Instituto de Energia e Ambiente-USP (GC: Roberto Zilles): “Estamos pavimentando o futuro para o Brasil ser uma sociedade que utiliza mais o sol, não só para produzir alimentos, mas também para produzir eletricidade de forma distribuída”.

Em off, a repórter narra: “A Agência Nacional de Energia Elétrica regulamentou, há três anos, o sistema de compensação. Se você produzir mais do que precisa, coloca o excedente na rede e isso vira crédito. Já pensou, com a energia no preço que está, seu relógio de luz girando ao contrário?”

Notícia 5: Fim de semana será de chuva em todo o litoral nordestino³⁴. Tempo 2’29”.

Em plano conjunto, William Bonner está em pé, ao lado da bancada do JN. Enquanto se desloca da bancada até a frente do painel, onde entra em contato em “tempo real” com a jornalista Maria Júlia Coutinho, ele faz um gancho com a notícia anterior e dá início à previsão do tempo (a câmera acompanha o seu deslocamento): “A gente tá falando aqui de luz solar que vira energia. Vamos falar de sol, falar de nuvem, vamos ver previsão do tempo pro fim de semana, com a Maria Júlia Coutinho. Maju, boa-noite pra você. Que que teremos no sábado? Qual é o cardápio?”. Neste momento, a posição de câmeras e o cenário dão a sensação de que os dois estão frente a frente, mesmo que estejam em estúdios diferentes. Ainda no mesmo ângulo, a jornalista responde: “Oi Bonner. Boa noite pra você, pra Renata, pra todos”.

Em plano conjunto, Maria Júlia Coutinho aparece em frente ao painel da previsão do tempo. O GC com seu nome também é projetado, neste momento. “Eu começo falando de chuva, Bonner. O final de semana vai ser de chuva em todo o litoral nordestino. Já está chovendo em Natal e, como previsto, como a gente anunciou ontem aqui, teve ressaca. Lua Nova mexeu com a maré no Nordeste. Olha aqui no telão, na madrugada, a maré alta invadiu ruas da zona sul do Recife. Amanhã está mantido o aviso de ressaca entre Caravelas e Touros, no Rio Grande do Norte. E o tempo fica instável em todo o litoral nordestino, mas o céu fica carrancudo, fechado mesmo, no litoral sul da Bahia e entre Alagoas e o Rio Grande do Norte. Vamos pro Sul do país agora. Chove, no momento, num pedaço do litoral do Rio Grande do Sul e amanhã, apesar do sol voltar a

³⁴ Disponível em: globoplay.globo.com/v/4330056/ (Acesso em 02 de novembro de 2015).

dar “as caras” na região, ainda chove, bem menos do que choveu nos últimos dias. Tem chuva aqui também, olha, no extremo norte do país e o tempo firme vai continuar firme e forte na maior parte do território.”

Neste momento, volta-se à posição inicial em que Bonner e Maju ficam frente a frente. Bonner questiona: “E as temperaturas, então, como ficam para o fim de semana?”.

Novamente em plano conjunto, Maju transmite as temperaturas do país: “Olha só as temperaturas. A menor máxima, entre as capitais, vai ser Curitiba, 21 graus. Uma das mais altas em Palmas. Em São Paulo faz 24 e pode chover à tarde. Agora, em algumas áreas do Nordeste, vai fazer mais frio do que em São Paulo. Olha quem tá aqui de novo, Vitória da Conquista, no sudoeste da Bahia. Amanhã, a mínima deve ser de 12 e a máxima de 21 graus por lá. No agreste pernambucano também tem friozinho. Olha só, Garanhuns, onde está rolando a 25ª edição do Festival de Inverno do município, a máxima lá vai ser de 22, ou seja, vai fazer mais frio por lá do que em Petrópolis e em Santo André, aqui em São Paulo, onde também tem Festival de Inverno. E eu já deixo avisado que nos próximos seis dias pode voltar a chover muito aqui, olha, no centro-sul do Rio Grande do Sul”.

Bonner diz: “E eu já deixo avisado que nos próximos 15 dias eu vou tá fora, viu Maju? Vou tirar férias.” Ela responde: “Você?! também?! Eu tiro na semana que vem também”.

Bonner ainda brinca: “Espetáculo! E eu vou poder voltar a usar as bermudas, porque nesse cenário espetacular do Jornal Nacional não me permite mais usar as minhas bermudas. Estou sempre de terno. Vou usar agora bermuda. Vou ter essa chance agora. Tchau. Boas férias pra você”. E Maju finaliza: “Bom proveito. Posta na rede a foto. Tchau. Obrigada. Pra você também”.

Durante toda a apresentação da previsão do tempo, Maria Júlia Coutinho interage com o painel ilustrado.

Notícia 6: Adolescente acusado de participar de estupro no Piauí é assassinado por comparsas³⁵. Tempo: 2’28”.

A câmera vai de plano médio ao primeiro plano de Renta Vasconcellos, na bancada do JN, enquanto a apresentadora noticia: “O caso do estupro coletivo na cidade de Castelo do Piauí produziu mais um desdobramento brutal. Um dos adolescentes condenados foi espancado até a morte”.

³⁵ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330073/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

Em off, a repórter narra: “O enterro do adolescente foi no fim da tarde, em Teresina. Gleison Vieira da Silva, de 17 anos, foi encontrado desmaiado dentro de um dos alojamentos do Centro Educacional Masculino (CEM). Ele foi espancado e chegou a ser socorrido, mas não resistiu. Os três menores que dividiam o mesmo alojamento com Gleison confessaram o crime”.

Em primeiro plano, sonora do gerente de internação do CEM (GC: Herberth Neves), que conta: “Todos os três assumiram que cometeram, não um só que tenha maior participação. Todos participaram efetivamente do ato”.

Em off: “O estupro coletivo foi no dia 27 de maio, em Castelo do Piauí. Quatro adolescentes foram amarradas, estupradas e jogadas do alto de um morro. Uma delas morreu. Antes de receberem sentença pelo crime, os menores estavam em alojamentos separados em um centro de internação provisória. Gleidson foi o primeiro a ser preso e denunciou os outros três adolescentes. Na quarta-feira, todos foram transferidos para o Centro Educacional Masculino”.

Em plano médio, a repórter (GC: Neyara Pinheiro) faz a passagem da reportagem: “No centro de internação, os quatro adolescentes estavam reunidos no mesmo alojamento. A direção alegou que os menores foram hostilizados por outros internos assim que chegaram. E declarou também que a unidade está superlotada. O centro estava ontem com 84 menores, mas a lotação é 60”.

Em off: “Na tentativa de acomodar os adolescentes, a direção decidiu negociar com eles”. Volta sonora de Herberth Neves: “Chamamos, conversamos 40 minutos com eles. Que os quatro iam ficar juntos porque não tinha condição de ficar separados. Então eles se entenderam e aceitaram ficar os quatro juntos”.

Em off: “Para o juiz da Infância e da Juventude, a direção do Centro de Internação errou”.

Em primeiro plano, sonora com o juiz da Infância e da Juventude (GC: Antônio Lopes), que afirma: “Sabia-se previamente que três deles queriam matar esse que foi morto. Então, isso não se observou. E essa história de negociar... não existe isso”.

Em primeiro plano, sonora com o promotor de Justiça (GC: Maurício Verdejo): “O Ministério Público vai apurar se houve responsabilidade de algum servidor em colocá-los os quatro, já que eles já estavam separados desde o primeiro dia”.

Já na bancada do JN, Renata Vasconcellos finaliza: “Os três adolescentes infratores foram transferidos para o prédio da Segunda Vara da Infância e da Juventude de Teresina. O governo do Piauí declarou que abriu licitação para ampliar o Centro

Educacional Masculino. Adão Souza Silva, o único maior de idade entre os estupradores, foi isolado num centro de detenção provisória”.

Em plano conjunto, na bancada, Bonner anuncia um dos destaques do próximo bloco: “Daqui a pouco, a descoberta da atuação de falsos médicos leva a Polícia paulista a investigar 60 mortes”. Em seguida, enquanto roda a vinheta do JN, Renata destaca: “A capital do Brasil trata mal os pacientes de câncer”.

5.2.2.3 Segundo bloco

Notícia 7: Polícia investiga 60 mortes de pessoas atendidas por falsos médicos em SP³⁶. Tempo: 2’13”.

Em plano médio, na bancada do JN, William Bonner noticia: “A polícia de São Paulo está investigando a morte de 60 pessoas que podem ter sido atendidas por falsos médicos no interior de São Paulo”.

Em off, o repórter introduz a reportagem: “O marido de Dona Dirce morreu há quase um mês”.

Em primeiro plano, sonora com a artesã (GC: Dirce Correia Patrício), que relata: “Eu estou muito triste com toda essa situação, porque não só com ele, mas aconteceu com outros casos, que eu vi aí”.

Em off: “O homem que atendeu o marido de Dona Dirce na Santa Casa de São Roque é Pablo do Nascimento Mussolim. Ele foi preso ontem, em flagrante, com documentos no nome de um médico do Rio Grande do Norte, Pablo Galvão, que diz à Polícia que não sabia que o registro dele estava sendo usado. O falso médico afirma que é formado em Medicina na Bolívia, mas não apresentou o diploma”.

Em plano médio, o repórter (GC: Thiago Ariosi) faz a passagem: “Além deste caso, a polícia investiga outras quatro pessoas que também exerciam ilegalmente a profissão em hospitais do interior de São Paulo. Os nomes delas constam em centenas de prontuários de pacientes. E o mais preocupante: 60 pessoas que foram atendidas por esses falsos médicos morreram”.

Em off, o repórter narra: “Estas duas mulheres (mostra duas fotografias) também se apresentavam como médicas nos postos de saúde e hospitais. Natani Taísse de Oliveira está presa. Esta outra, que usava o nome de Cibele Lemos, está foragida. Por telefone, a

³⁶ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330080/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

verdadeira médica, Cibele, declarou que não sabia que o registro do Conselho Regional de Medicina era usado por outra pessoa”.

Em entrevista por telefone, a médica diz: “É claro que eu não conheço ela, né? É óbvio que não, né?”.

Em off: “Hoje a Polícia e o Ministério Público cumpriram mandados de busca e apreensão em postos de saúde e hospitais das cidades de Mairinque, Alumínio e São Roque”.

Em primeiro plano, sonora com o delegado do caso (GC: Marcelo Carriel), que declara: “A tipificação de todos os crimes ainda nós não temos todos que foram eventualmente cometidos, mas a associação criminosa, falsa identidade, exercício irregular da profissão”.

Em off: “A empresa Innova, responsável pelos contratos com as prefeituras das três cidades afirma que está colaborando com a investigação. Michaela voltou para o hospital, onde o filho de quatro anos foi atendido pelos falsos médicos”.

Em primeiro plano, sonora com a dona de casa Michaela Godoy (GC projetado na tela), que desabafa: “Aí, eu fiquei revoltada! Porque, nossa, e se acontece alguma coisa com o meu filho? Sei lá, eles dão remédio errado... Era a vida dele”.

Notícia 8: Governo do Distrito Federal prorroga estado de emergência da saúde pública por mais seis meses³⁷. Tempo: 1’55”.

A câmera vai do primeiro plano ao plano médio, enquanto, na bancada do JN, a apresentadora Renata Vasconcellos anuncia a notícia de que: “O governo do Distrito Federal prorrogou por mais seis meses o estado de emergência na saúde pública, decretado no início do ano. Um dos principais motivos é a falta de atendimento aos pacientes com câncer”.

Em off, o repórter narra: “É no maior hospital de Brasília que fica o único aparelho de radioterapia da rede pública do Distrito Federal (aparecem fotografias de arquivo do equipamento em questão). O equipamento é o acelerador linear, que nem é tão moderno assim. E é usado em alguns tipos de câncer, como o de pulmão e o de colo de útero. A Francisca não consegue fazer as sessões porque o aparelho não identifica o tumor em três dimensões”.

³⁷ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330071/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

Em primeiro plano, sonora com a paciente Francisca: “Eles só falam assim: ‘você tem que aguardar, ainda não foi marcado’”.

Em off: “A Selma foi saber se um outro equipamento para tratar o câncer da mãe tinha sido consertado. Mas, de tão velho que é, o aparelho não tem mais conserto.

Sonora, em primeiro plano, com Selma, que lamenta: “É uma vergonha. Porque é uma doença que não pode esperar. E, como a gente não tem o que fazer, infelizmente é esperar rezando”.

Em plano médio, o repórter faz a passagem (GC: Fred Ferreira): “Os pacientes da radioterapia correm contra o tempo, vivem uma angústia. Eles chegam a ficar seis meses à espera do tratamento. São quase 600 pessoas na fila”.

Em off: “Para piorar, dois hospitais particulares conveniados ao SUS não estão recebendo mais os pacientes, porque a secretaria de Saúde deve R\$ 1,089 milhão. A secretária tenta negociar com os hospitais privados a volta do atendimento. E aumentar a quantidade de sessões de radioterapia”.

Sonora, em primeiro plano, com o secretário de Saúde do Distrito Federal (GC: João Batista de Sousa), que diz: “Há possibilidade de criar um terceiro turno de radioterapia no hospital de base, já que ele está funcionando com apenas dois turnos”.

Em off: “O oncologista Gustavo Fernandes diz que o ideal seriam mais três aparelhos na rede pública. Cada um custa em torno R\$ 2 milhões. Mas, o problema não é só dinheiro”.

Em primeiro plano, o presidente eleito da Sociedade Brasileira de Oncologia (GC: Gustavo Fernandes) explica que: “Requer um planejamento, requer obras de infraestrutura para instalar o acelerador. Qualquer investimento que seja feito não vai surtir efeito em um prazo muito curto”.

Em off: “Um tempo que nem sempre os pacientes podem ter”.

Sonora de uma paciente, que aguarda no hospital: “O câncer é uma doença que não espera”.

Notícia 9: Polícia prende a mulher do prefeito de Jaraguari, no Mato Grosso do Sul³⁸. Tempo: 2’11”.

³⁸ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330069/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

Na bancada do JN, em plano médio, Bonner noticia: “Agora veja só, em Mato Grosso do Sul, a polícia prendeu a mulher do prefeito de Jaraguari. A repórter Cláudia Gaigher conta porquê”.

Enquanto aparecem imagens da cidade de Jaraguari, em off, a repórter narra: “A população da cidade tenta entender o que o cartão da conta de aposentadoria do velhinho de 88 anos fazia na bolsa da primeira dama.

Em primeiro plano, sonora com a dona de casa Mara Barbosa Diniz (GC projetado): “O que está sendo mais feio é o que está acontecendo. Nunca precisou tirar um centavo de um idoso, porque a prefeitura tem condições de arcar com os idosos”.

Em off: “A primeira dama foi presa em flagrante, depois de uma denúncia anônima. Ela prestou depoimento, pagou fiança de R\$ 6.300 e foi solta. Cláudia Batista de Oliveira Vilela é mulher do prefeito de Jaraguari, a 40 quilômetros de Campo Grande. É também secretária de Assistência e umas das responsáveis pela Casa Lar, onde o aposentado mora. Além do cartão do velhinho, ela estava com R\$ 10.800 reais”.

Em plano médio, a repórter (GC: Cláudia Gaigher) faz a passagem da reportagem: “A Polícia diz que a primeira dama ficou com o cartão do idoso por dois anos e, nesse tempo, sacou quase R\$ 24 mil da conta dele. A diretora do asilo também foi presa porque estava com o cartão de um outro velhinho e mais R\$ 5 mil.

Em off: “O prefeito defendeu a esposa. Disse que ela recebia o dinheiro para ajudar os idosos”.

Em primeiro plano, sonora com o prefeito de Jaraguari (GC: Vagner Gomes Vilela): “Ela foi até a Promotoria e pediu a orientação e ele falou: ‘olha, você pode ficar com o dinheiro e, ao mesmo tempo, você faz a prestação de conta’”.

Em off: “O delegado vai analisar as prestações de contas apresentadas no flagrante”.

Sonora, em primeiro plano, com o delegado do caso (GC: Antenor Batista), que conta que: “Ela nos alegou que pagava compra com aquisições de medicamentos, vestimentas, alimentos para o idoso. E também que, todos os meses, dava R\$ 100, R\$ 150, fato negado pelo idoso, com relação, principalmente, a não ter recebido durante esse tempo qualquer quantia da primeira dama”.

Na bancada do JN, em primeiro plano, Bonner diz: “O Ministério Público declarou que não orienta ninguém a sacar aposentadoria de terceiros. A mulher do prefeito e a servidora vão responder a processo por apropriação indébita. Uma condenação que pode dar até quatro anos de cadeia”.

Notícia 10: Governo japonês manda redesenhar completamente projeto do Estádio Olímpico de Tóquio³⁹. Tempo: 0’21’’.

Plano conjunto da bancada do JN. Enquanto a câmera se aproxima da bancada, Renata Vasconcellos apresenta uma nota coberta: “Enquanto isso, no Japão, o governo mandou redesenhar completamente o projeto do Estádio Olímpico de Tóquio (imagens se sobrepõem à narração da apresentadora). Do jeito que estava, a obra custaria R\$ 6 bilhões, o dobro do que se previa. O governo prometeu entregar o estádio a tempo dos Jogos Olímpicos de 2020 e por um preço menor.

Ainda na bancada, Bonner destaca: “A seguir, o mercado de trabalho tem o pior mês de junho em mais de 20 anos”. E Renata anuncia: “O presidente da Câmara diz que agora é oposição ao governo Dilma” (roda vinheta com o site do JN projetado: g1.com.br/jn).

5.2.2.4 Terceiro bloco

Notícia 11: Eduardo Cunha rompe com Governo e adere à oposição⁴⁰. Tempo: 5’05’’.

Em plano médio, Renata Vasconcellos apresenta a notícia: “O presidente da Câmara, deputado Eduardo Cunha, rompeu oficialmente com o Governo Dilma e foi para a oposição. (Em outro ângulo, a câmera vai a primeiro plano e volta para o plano médio de Renata). Ontem, um delator da Lava Jato acusou Cunha de ter recebido US\$ 5 milhões de propina por um contrato da Petrobras”.

Em off, a repórter narra: “O presidente da Câmara falou durante uma hora. E anunciou (entrevista coletiva com Eduardo Cunha, que tem GC projetado): ‘Me considero com um rompimento pessoal com o Governo. Essa lama eu não vou aceitar estar junto dela. E não vou ser constrangido com intimidações. Não há nenhum gesto da minha parte que possa dizer: acabou a governabilidade do Governo hoje. Mas, saiba que o presidente da Câmara, a partir de hoje, é oposição ao Governo’”.

Em off: “Eduardo Cunha disse que não estava acusando a Presidente Dilma Rousseff e que as relações institucionais permanecerão as mesmas”.

Sonora de Eduardo Cunha, em primeiro plano: “O fato de eu estar rompido com o Governo não altera a minha posição institucional. Eu não vou sair, praticar atos que sejam atos que não sejam aqueles da minha atribuição constitucional e dentro da

³⁹ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330068/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

⁴⁰ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330093/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

serenidade e dentro do mesmo princípio de independência que eu traduzi no comando da casa até hoje”.

Em off: “Cunha também afirmou que a Receita Federal está fazendo uma devassa fiscal na vida dele desde o mês passado. Foi a reação de Eduardo Cunha depois de o delator Júlio Camargo tê-lo acusado de cobrar propina em um contrato de navios-sonda com a Petrobras. Camargo depôs ontem à Justiça Federal, em Curitiba. Ele disse que Eduardo Cunha era sócio oculto de Fernando Baiano, apontado como operador do PMDB, e que o deputado o pressionou para receber parte da propina”.

Imagens de Júlio Camargo depondo à Justiça Federal. Camargo, em plano médio afirma: “Que havia um débito meu com o Fernando, no qual ele era merecedor de US\$ 5 milhões” (GC Júlio Camargo/ex-consultor Toyo Setal).

Em off: “Pela primeira vez, Júlio Camargo citou o nome de Eduardo Cunha na Justiça Federal. Eduardo Cunha disse que Júlio Camargo foi pressionado a mudar o depoimento e que ele, Cunha, está sendo vítima de uma orquestração. Também afirmou que o procurador-geral da República, Rodrigo Janot, tem a clara intenção de prejudicá-lo.

Volta sonora de Eduardo Cunha na entrevista coletiva: “O procurador, de uma certa forma, ele negociou a sua prerrogativa e sua consciência visando a sua recondução. Quem pode fazer a sua recondução é o Governo. Então, como ele está a serviço do Governo é óbvio que há uma interação”.

Em off: “Rodrigo Janot não se manifestou sobre as declarações. O deputado também criticou o juiz Sérgio Moro, encarregado da Lava Jato. Disse que Moro não poderia ter colhido o depoimento contra alguém que tem foro privilegiado. Sérgio Moro respondeu, em nota, que não cabe ao juiz silenciar testemunhas ou acusados”.

Em plano médio, a repórter Camila Bomfim (GC projetado) faz a passagem da reportagem: “A decisão de Eduardo Cunha foi comunicada na noite de ontem ao vice-Presidente, Michel Temer, e ao presidente do Senado, Renan Calheiros, ambos do PMDB. Segundo relatos, o deputado estava nervoso e foi intransigente ao ouvir que o rompimento não seria a melhor saída. Hoje, Cunha anunciou que vai defender que o PMDB também rompa com o Governo. Horas depois, ele autorizou a criação de quatro CPIs, duas delas contrariando o Governo: a que vai investigar empréstimos do BNDES e outra, sobre possíveis irregularidades em fundos de pensão”.

Em primeiro plano, na bancada do JN, Renata Vasconcellos diz: “Sobre a afirmação do deputado Eduardo Cunha de que teve a vida fiscal devassada, a Receita Federal declarou que não comenta casos de contribuintes específicos”.

Em plano médio, Bonner anuncia que: “Tanto o Palácio do Planalto como o PMDB afirmaram que o rompimento foi uma atitude pessoal do deputado Eduardo Cunha”.

A repórter, em off, continua a narração: “O PMDB de Eduardo Cunha fez questão de separar o que o parlamentar pensa do que o partido pensa. O partido disse que a posição de Cunha é pessoal e que toda decisão partidária só pode ser tomada após consultas às várias instâncias do PMDB. Já o deputado Jarbas Vasconcelos fez duras críticas ao colega de partido.

Em primeiro plano, sonora com o deputado do PMDB/PE Jarbas Vasconcellos (GC projetado): “É uma atitude inoportuna, é uma atitude sem nenhuma justificativa, ele teve todo esse tempo até agora, desde primeiro de fevereiro a hoje, início do recesso, para fazer isso e não fez e está fazendo de uma forma altamente oportunista”.

Em off: “O Palácio do Planalto afirmou que o PMDB vem integrando as forças políticas de sustentação aos Governos Lula e Dilma. E que tanto o vice, Michel Temer, como ministros e parlamentares do partido tiveram e continuam tendo papel importante no Governo. Segundo a nota, a posição de Cunha é estritamente pessoal e o governo espera que não se reflita nas decisões e nas ações da presidência da Câmara, que devem ser pautadas pela imparcialidade e pela impessoalidade. A nota afirma ainda que o governo sempre tem atuado com total isenção em relação às investigações. O Partido Solidariedade, que é de oposição, apoiou o rompimento com o Governo. A bancada do PSOL na Câmara divulgou um manifesto em que pede o afastamento de Cunha da presidência até o fim das investigações. Em Belo Horizonte, o presidente do Supremo Tribunal Federal, Ricardo Lewandowski, defendeu que o bom senso prevaleça”.

Em primeiríssimo plano, sonora com o presidente do STF (GC: Ricardo Lewandowski), que declara: “Nós temos problemas conjunturais de natureza política, mas a nossa Constituição estabelece, com muita clareza, que os poderes são independentes, mas são harmônicos. Eu tenho certeza que o bom senso vai prevalecer e o Judiciário é um fator de equilíbrio institucional”.

Notícia 12: Executivos da Odebrecht prestam depoimento na Polícia Federal⁴¹. Tempo: 1'14''.

Em primeiro plano, Renata Vasconcellos destaca que: “Executivos da Odebrecht prestaram depoimento hoje na Polícia Federal, em Curitiba. Entre eles, o presidente da empreiteira, Marcelo Odebrecht”.

Em plano médio, a repórter Malu Mazza (GC projetado) faz a passagem da reportagem: “Os policiais queriam ouvir Marcelo Odebrecht sobre um bilhete que ele enviou para os advogados depois de ser preso (imagens do bilhete sobrepostas à passagem). A expressão ‘destruir e-mail sondas’ levou a polícia a suspeitar que Marcelo tentava ocultar provas. (Imagens de Marcelo Odebrecht no aguardo de depoimento à Polícia Federal). Para os advogados dele, a palavra destruir significava desconstruir os argumentos da investigação”.

Em off, a repórter continua a narração: “O juiz Sérgio Moro determinou a suspensão desse inquérito para saber se os agentes conseguiram o bilhete de forma ilegal. Na época, a Polícia Federal disse que agiu dentro da lei. À tarde, Marcelo Odebrecht voltou a depor, junto com quatro executivos da construtora, desta vez sobre o esquema de desvio de dinheiro na Petrobras. A defesa orientou que todos ficassem calados durante o depoimento. Também à tarde, o juiz Sérgio Moro ouviu três réus acusados de corrupção em obras de refinarias da Petrobras. O ex-tesoureiro do PT, João Vaccari Neto, e o ex-diretor de Serviços da Petrobras, Renato Duque, ficaram em silêncio. Mário Góes, considerado um dos operadores do esquema, chorou muito e não conseguiu falar”.

Notícia 13: Mercosul oficializa a entrada da Bolívia no bloco⁴². Tempo: 0'37''.

Enquanto aparece a imagem da bandeira da Bolívia projetada, no cenário do telejornal, ao fundo, em plano médio, na bancada do JN, William Bonner dá o destaque para a notícia: “O Mercosul oficializou, hoje, a entrada da Bolívia no bloco. No encontro de países integrantes, a Presidente Dilma Rousseff falou sobre democracia”. Neste momento, aparece parte do discurso da Presidente. Em plano médio, Dilma diz: “Somos uma região onde a democracia floresce e amadurece”. Enquanto uma imagem geral do encontro aparece, Dilma continua: “Temos de persistir nesse caminho (a imagem volta a mostrar a Presidente), evitando atitudes que acirrem disputas e incitem a violência. Não há espaço para aventuras antidemocráticas na América do Sul, na nossa região”. Durante

⁴¹ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330077/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

⁴² Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330072/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

essa última frase do discurso, aparece, em plano médio, a imagem do presidente da Venezuela, Nicolás Maduro, escutando o discurso, com as palmas das mãos encostadas junto ao rosto.

Notícia 14: Brasil fecha 111 mil vagas de emprego no mês de junho⁴³. Tempo: 0'20''.

Enquanto aparece projetada, ao fundo do cenário, a informação de que em junho de 2015 foram 111.199 vagas de emprego formal, sendo o pior resultado em 23 anos, em plano médio, Renata Vasconcellos faz uma nota simples: “No mês passado, o Brasil fechou 111 mil vagas com carteira assinada. Foi o pior resultado do mês de junho, nos últimos 23 anos”. O quadro agora informa o número de vagas fechadas em alguns setores de trabalho e Renata continua: “Indústria, construção civil e serviços foram os que mais demitiram. Só a agricultura contratou. No ano, são quase 350 mil empregos a menos (quadro com o número total de empregos fechados é projetado)”.

Notícia 15: Economia brasileira fica praticamente estagnada em maio⁴⁴. Tempo: 0'10''.

Também em nota simples, enquanto aparece projetada, ao fundo do cenário, a informação da alta da economia em 0,03%, em plano médio, Bonner noticia que: “Em maio, a economia brasileira ficou praticamente estagnada. Alta de 0,03%. No ano, a queda beira os 3% (quadro projetado com a porcentagem da queda da economia brasileira no ano)”.

Notícia 16: Parlamento da Alemanha aprova ajuda financeira para Grécia⁴⁵. Tempo: 1'14''.

Em plano conjunto da bancada do JN, Renata Vasconcellos destaca a notícia de que: “O parlamento da Alemanha aprovou a ajuda financeira pra Grécia”.

Em off, o repórter narra: “Era o aniversário da primeira-ministra. Em vez de bolo, um protesto. Desde fevereiro, Angela Merkel vive um interminável inferno astral. As críticas são pela ‘mão de ferro’ nas negociações com os gregos. O clima era mais amistoso no Parlamento. Depois dos parabéns, a aniversariante se preparou para um dos discursos mais difíceis em dez anos de poder. Foi a terceira vez que ela se levantou daquela cadeira pela Grécia. Pediu que aceitassem emprestar bilhões aos gregos.

⁴³ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330074/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

⁴⁴ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330076/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

⁴⁵ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330083/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

Argumentou que era isso ou o caos (sobe som do discurso). A maioria dos parlamentares aceitou a promessa. E deu de presente à Merkel o aval às negociações”.

O repórter Pedro Vedova, correspondente em Berlim (GC projetado), faz a passagem: “A União Europeia tem um fundo com centenas de bilhões de euros prontos para empréstimos. A Alemanha é quem mais contribui, com quase 30% do total. E alguns se perguntam se, algum dia, voltariam a ver ‘a cor’ desse dinheiro”.

Em off: “Uma pesquisa da rede britânica BBC mostrou que 49% dos eleitores da Alemanha são contra o novo empréstimo. Alemães em dúvida, Merkel preocupada, um ano antes das eleições”.

Na bancada do JN, em plano conjunto, Bonner e Renata fazem as chamadas para o último bloco, respectivamente: “Daqui a pouco, o Brasil brilha em provas de tiro nos Jogos Pan-Americanos”; “Aumenta o público nas partidas do Campeonato Brasileiro”.

5.2.2.5 Quarto bloco

Notícia 17: Brasil ganha ouro inédito na luta olímpica no Pan de Toronto⁴⁶. Tempo: 2’05”.

Em plano conjunto na bancada do JN, Renata Vasconcellos anuncia que: “O Brasil se destacou, hoje, nas provas de tiro dos Jogos Pan-Americanos”.

Enquanto fotos das provas do Pan aparecem, o repórter, em off, narra: “Tiro: dourado. Júlio Almeida venceu a disputa da pistola, 50 metros. E Cássio Rippel foi o melhor na carabina deitada, 50 metros. O ‘gostinho’ do ouro Thiago Pereira sentiu por pouco tempo depois da prova de 400 metros, quatro estilos. Ele chegou na frente, mas foi desclassificado. Os juízes acharam que, numa das viradas, ele bateu com uma das mãos, quando deveria ter usado as duas. E o brasileiro Brandon Almeida herdou o ouro. Numa rede social, Thiago postou uma imagem (aparece a reprodução da publicação), mostrando que bateu com as duas e criticou a decisão. (Imagens da brasileira Joice Silva). Enquanto isso, na Vila do Pan, os canadenses perguntavam a Joice Silva que esporte ela pratica. Porque basta uma olhadinha pra saber que é muito boa nele. Joice faz luta olímpica estilo livre, mas o começo foi em outra luta”.

⁴⁶ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330095/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

Em primeiro plano, sonora com a campeã Joice Silva, ouro na luta olímpica (GC projetado): “Foi o jiu-jitsu. Então, eu fui treinar luta olímpica pra melhorar as quedas e me adaptei super bem. Gostei da modalidade”.

Em off: “Mudou pra fazer história. Em Toronto, ganhou um ouro inédito pra luta olímpica brasileira em Pan-Americano. E o caminho até ele, na final contra a cubana Yakelin Estonell, foi doloroso”.

Volta sonora com Joice: “Ela puxou meu cabelo, bateu no meu olho. Eu estava preparada pra isso. Você pode vir, que nada vai me abalar”.

Aparecem fotos da disputa, enquanto o repórter, em off, diz: “Yaquelin abriu cinco a zero, mas Joyce virou pra seis a cinco”.

Em plano médio, o repórter Edson Viana (GC projetado), ao lado de Joice, faz a passagem da reportagem direto de Toronto, no Canadá: “Conquistar uma medalha de ouro exige muito sacrifício, trabalho duro, conviver com a dor, mas tudo isso a Joice ‘tira de letra’. Difícil mesmo foi ficar sem internet”.

Em off: “Ela, que não larga o celular, porque o namorado mora nos Estados Unidos, ficou isolada num centro de treinamento, no Japão.”

Sonora de Joice: “Ficamos cinco dias isolados numa montanha, treinando, subindo ladeira, descendo ladeira, fazendo muito exercício, muita força, querendo ganhar um ‘wi-fi’ que distrai, mas não tinha não”.

Enquanto aparecem imagens de Joice tirando fotos com a medalha no pescoço, em off, o repórter narra: “Agora que a internet está liberada, Joice tem muita coisa boa pra compartilhar”.

Notícia 18: Apresentação do quadro de medalhas do Pan-Americano⁴⁷. Tempo: 0’29”.

Em plano médio, Renata Vasconcellos, em pé, ao lado do painel do estúdio do JN, diz que: “O Brasil também ganhou medalha no tiro com arco e na natação. (Plano conjunto de Renata ao lado do painel, que ilustra o quadro de medalhas do Pan). E o quadro de medalhas ficou assim: O Canadá continua em primeiro lugar, com 40 ouros, 101 medalhas no total. Os Estados Unidos vêm em segundo lugar com 36 medalhas de ouro, 105 no total. O Brasil, em terceiro lugar: 21 medalhas de ouro, 16 de prata, 29 de bronze, 66 medalhas no total. Cuba vem logo atrás, com três medalhas de ouro a menos que o Brasil, 53 medalhas no total.

⁴⁷ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330092/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

Notícia 19: Público nos estádios vem crescendo a cada rodada do Brasileirão⁴⁸. Tempo: 2'52''.

Em plano médio, na bancada do JN, Bonner anuncia que: “No futebol, o público nos estádios tem crescido rodada a rodada. E os jogos deste fim de semana devem reforçar essa tendência”.

Enquanto aparecem imagens de *time-lapse* do estádio sendo lotado pelo público, em off, o repórter narra: “Estava vazio, mas, ôpa! Já não está mais. No Brasileirão 2015 tem sido assim. Estádios cada vez mais cheios e, contando com mais gente, o clima muda (sobe som com canto de torcida)”.

Em primeiro plano, sonora com o técnico do Santos (GC: Dorival Junior), que comenta: “Os jogadores sentem essa vibração e, naturalmente, passam a render até além das suas reais condições”.

Imagens das partidas de futebol do Brasileirão se sobrepõem ao off do repórter: “O Brasileirão desse ano é marcado pelo equilíbrio. Entre o líder, Atlético Mineiro, e o sétimo colocado, Palmeiras, são apenas sete pontos de diferença. Com mais disputa pelas primeiras colocações, mais interesse de quem torce. Os números comprovam: Esse ano, em 13 rodadas, já são 15.500 mil pessoas, em média. Se levarmos em consideração apenas as duas últimas, o crescimento é significativo. Foram 18.889 presentes na 12^a (rodada) e quase 21 mil na semana passada. Só o São Paulo levou quase 60 mil pessoas ao Morumbi, no último domingo, às 11 horas da manhã. Esse final de semana, o cardápio está completo para jogos para todos os gostos. O líder Atlético-Mineiro vai a São Paulo enfrentar o Corinthians, que está apenas três pontos atrás. Mais de 30 mil ingressos já foram vendidos”.

Em primeiro plano, em coletiva de imprensa, sonora com o atacante do Atlético-Mineiro Thiago Ribeiro (GC projetado), que declara: “Do mesmo jeito que vai ser bom para os jogadores do Corinthians entrar em campo e ver a torcida em peso, vai ser bom pra gente também, que dá mais motivação pra gente superar essa dificuldade”.

Em off: “Se a campanha rubro-negra não empolga, o camisa nove é a esperança do Flamengo. Guerreiro vai atuar pela primeira vez no Maracanã com torcida a favor. 32 mil pessoas garantiram presença. No domingo, a grande atração não vai a campo. Ronaldinho Gaúcho será apresentado antes da partida contra o Vasco. 24 mil ingressos vendidos”.

⁴⁸ Disponível em: <http://globoplay.globo.com/v/4330101/> (Acesso em 02 de novembro de 2015).

Em plano médio, sonora com o novo reforço do Fluminense (GC: Ronaldinho Gaúcho): “É meu sonho né, ver o Maracanã lotado, fazer gol no Maracanã lotado. Eu espero que a média de público seja uma das melhores, seja aqui da nossa torcida”.

Em off, o repórter continua a narração: “Em São Paulo também tem clássico e em mais um belo palco”.

Em primeiro plano, o repórter Bruno Laurence faz a passagem de dentro da Arena Palmeiras: “O estádio novo enche o torcedor de orgulho. Resultado: casa cheia. Menor público até aqui no campeonato: mais de 26 mil pessoas. A média no Brasileirão é 32.571 espectadores. E esse número já foi superado com ingressos vendidos antecipadamente para o clássico de domingo, contra o Santos. O Palmeiras, até aqui, é sucesso de público”.

Em off: “Então, ainda não tem ingresso? Espera o Jornal Nacional acabar e corre atrás, se não, não vai ter lugar”.

Na bancada do JN, em plano conjunto, Renata faz a chamada para o Globo Repórter: “O Globo Repórter de hoje vai tratar de um fenômeno que tem mudado as famílias brasileiras: os jovens que não querem deixar as casas dos pais, mesmo depois de adultos”.

Em plano médio, em uma chamada gravada, Sérgio Chapelin (GC projetado) anuncia os destaques do programa: “É a chamada geração canguru. Um em cada quatro brasileiros, com idade entre 25 e 34 anos, prefere continuar ao lado da família (imagens do Globo Repórter). Carol, 28 anos e três cursos de pós-graduação”.

Sonora de uma das entrevistadas do programa: “Eu acho que eu só vou sair quando eu casar”.

Chapelin continua a destacar: “Daniel, engenheiro, aos 34 anos, ele aprende o BABA da vida doméstica. Os jovens que deram o grito da independência gostam de morar sozinhos? Mãe, filhos, netos, bisnetos, como eles conseguiram morar todos no mesmo endereço. Hoje, no Globo Repórter”.

Na bancada, Bonner relembra: “O Jornal Nacional está terminando aqui e eu já disse que estou saindo de férias só por duas ‘semaninhas’. Quem vai me substituir, aqui ao lado da Renata Vasconcellos, é o Heraldo Pereira, a partir de segunda-feira”. E Renata diz: “Tá bom. Então lembrando que, depois de Verdades Secretas, tem o Jornal da Globo. Boa noite, bom fim de semana”. Bonner encerra: “Boa noite e até a volta”.

5.2.3 Análise: Tratamentos, inferências e interpretação

A última etapa da Análise de Conteúdo condiz ao tratamento, inferências e interpretação. Este é o momento em que é realizado o tratamento dos resultados obtidos, que pode propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos ou descobertas inesperadas. Dessa forma, o objetivo desta fase, conforme Bardin (2000), é decodificar as mensagens a partir do material coletado e explorado na etapa anterior.

A análise diz respeito à edição do Jornal Nacional do dia 17 de julho de 2015 (sexta-feira).

Os noticiários diários veiculam uma variedade de notícias que abrangem diversos públicos, por meio de um espetáculo visualmente atrativo, segundo Curado (2002). Para abranger o universo de telespectadores com o objetivo da máxima audiência, o telejornalismo tende a transformar a notícia em entretenimento ou espetáculo e, por trás disso, há o exercício da violência simbólica.

Muitas notícias são relacionadas a atos violentos, de opressão e medo. Nestes casos, existe a temática da violência explícita, mas também (e não menos danosa) a violência em transmitir violência, ou seja, a violência implícita ao conteúdo e ao discurso.

A transmissão de notícias que abrangem essa temática, de acordo com Temer (2010), se deve pela necessidade de transformar a informação em espetáculo como condição para alcançar/conquistar o seu público.

Na edição analisada do Jornal Nacional do dia 17 de julho de 2015, duas notícias abordaram a temática de violência. A notícia seis, sobre o assassinato de um adolescente acusado de participar de um estupro coletivo, e a notícia sete, sobre a investigação de mortes de pacientes atendidos por falsos médicos.

A violência, como instinto humano, ativa o aparato cognitivo e desperta os sentidos das pessoas, por isso, conforme Wainberg (2005), há a insistência na programação da violência na mídia. Foram quatro minutos e 41 segundos, nos quais as notícias seis e sete podem ter despertado o interesse do telespectador por meio da violência explícita.

Já quando os assuntos tratados pelas notícias são desprovidos de polêmica ou abordam questões amenas, estas recebem uma carga de espetáculo, exercendo a violência simbólica de diferentes maneiras, como poderá ser visto a seguir.

Como abordado nos capítulos anteriores, o JN, como meio de comunicação de massa, é um produto da Indústria Cultural e age por meio desse poderoso sistema que

gera lucros e exerce controle social, de acordo com os estudos dos filósofos Adorno e Horkheimer. O conceito de Indústria Cultural afirma ser falsa a ideia de que o público tem o poder de determinar suas próprias necessidades. Segundo os filósofos, quem o tem, na verdade, é a mídia, que oferece produtos (no caso, as notícias) conforme a lógica capitalista.

Nesta perspectiva também é importante resgatar a ideia de Sodré (1999), quando esclarece que a voz é do meio. E, já que o meio é a mensagem, conforme McLuhan (1998), nesse caso, a emissora de televisão é o meio e a mensagem. Isso exemplifica-se quando a equipe de Jornalismo elege um, entre os muitos significado para os fatos, passando-o pronto ao receptor.

Dessa forma, pode ser comprovada a violência simbólica da mídia sobre o seu público, pois esta tem o poder de decisão sobre o que os telespectadores devem assistir e, conseqüentemente, exercem o controle social. Isso ocorre porque o exercício da violência simbólica sobre as pessoas faz com que elas tendam a aceitar as condições impostas, conforme Souza (2010).

É possível perceber isso na edição analisada (notícia dois), por exemplo, que trata sobre os protestos dos motoristas de transporte escolar, em vários pontos do país. Além de não repercutir como foram as manifestações em outras cidades, além de São Paulo, a reportagem não deu voz à Câmara dos Deputados nem ao Conselho Nacional de Trânsito, órgãos responsáveis pela organização dos projetos, pelos quais os motoristas protestavam.

Assim, a violência simbólica é exercida pela mídia quando esta, que tem o poder e a “voz”, articula a maneira de transmitir as notícias e faz o público acreditar que ele (público) é independente, tanto em relação ao que quer assistir, quanto às próprias opiniões, quando, na verdade, a programação televisiva é que tem esse domínio.

A televisão, assim, dissemina imagens mentais, que têm por objetivo gerar certos desejos e emoções, projetando a audiência. Relembrando Temer (2010), ao trabalhar conteúdos emocionais e dramatizar a informação, o telejornalismo compromete as próprias notícias.

Exemplo disso é a forma como a notícia oito, que trata sobre a prorrogação do estado de emergência da saúde pública, é conduzida. Apesar da reportagem investigar um grave problema do país, a notícia recorre, por três vezes, a entrevistas com pacientes/parente de paciente para desenvolver a narrativa. São sonoras dramatizadas que

relatam a angústia pela espera do tratamento médico, mas que comprometem a notícia por atribuir uma carga emocional muito forte aos depoimentos, que apenas se repetem.

Visto que os interesses modelam as atividades nos meios, as notícias acabam por associar-se, conforme capítulos anteriores, ao espetáculo, ao entretenimento, à lógica mercantil da audiência e das vendas. O entretenimento é um dos gêneros mais utilizados na televisão. Tal preferência, para Temer (2010), é causada pela vocação da televisão em preencher os sentidos de forma quase narcotizante. Dessa maneira, justifica-se porquê o entretenimento está acima de qualquer gênero, conforme Souza (2004).

Percebe-se o entretenimento na edição analisada do Jornal Nacional, por exemplo, nas notícias quatro, sobre a feira de produtos que usam energia solar; cinco, que tratou sobre a previsão do tempo; 17, sobre a conquista do ouro inédito na luta olímpica, no Pan-Americano.

Na notícia quatro, a linguagem da reportagem é descontraída. A repórter questiona o telespectador, além de interagir com os entrevistados. Já na notícia cinco, depois das informações sobre o clima, Bonner e Maria Júlia Coutinho conversam informalmente durante 23 segundos sobre o período de férias que irão tirar. A notícia 17, sobre a campeã brasileira de luta olímpica no Pan, também opta pelo entretenimento em detrimento da informação, em um programa essencialmente jornalístico.

Nessas três situações é possível notar a forma narcotizante a que Temer (2010) referiu-se anteriormente. Isso porque as notícias dotaram-se do entretenimento, praticamente “anestesiando” o telespectador devido ao ritmo e ao modo de construção das notícias e ao encadeamento do telejornal. Há a tendência a prestar mais atenção quando a notícia é dramatizada. Assim, nota-se a violência simbólica exercida no discurso “leve” das reportagens, que ocupam muito mais a função de entreter do que propriamente informar.

Outra possível justificativa para tal preferência é a ideia desenvolvida por Arbex Jr. (2002), que acredita que os fatos jornalísticos são construídos e narrados em um formato próprio das telenovelas.

Além disso, uma característica da teledramaturgia muito utilizada no noticiário, e que auxilia a dinâmica emocional, é o uso dos ganchos para tecer o discurso do JN como um todo. Os ganchos, que estimulam a atenção do telespectador, são também artifícios do poder de determinar as necessidades do público. Ao passo que os apresentadores fazem as chamadas no início do programa e, a cada fim de bloco, anunciam os destaques do

próximo, a curiosidade do telespectador é incitada para acompanhar a trama e assisti-la até o desfecho, de acordo com a lógica de Costa (2000).

Geralmente, e como exemplo da edição do dia 17 de julho, a editoria de esportes (e, principalmente, notícias relacionadas ao futebol) fica para o último bloco. Além de ser um assunto de “interesse nacional”, é sempre um assunto que entretém, e, sendo assim, é utilizado, muitas vezes, para “fechar” o JN – já como gancho para continuidade da programação da emissora que, após o telejornal, transmite uma novela.

O Jornal Nacional, desde sua estreia em 1969, opta por finalizar cada edição com essas notícias “leves”. Essa opção pode ser vista como uma tentativa de passar um tom mais otimista do mundo aos telespectadores e já prepará-los para a novela. Entretanto, “por trás” do otimismo, existe a “impressão de ficar informado”, expressão citada anteriormente por Marcondes Filho (1988).

O autor explica que o formato dinâmico dos telejornais apresenta diversos assuntos, um após o outro, sem dar chance ao telespectador para pensar e refletir. E, quando chega ao fim do telejornal, e este culmina com uma notícia de entretenimento, o telespectador, já distraído, não se informa seriamente de nada.

Os espetáculos “repletos de informação” indicam, para Serva (2001), uma clara desinformação. E, na edição analisada do JN, é possível verificar isso, já que, dentre as 19 notícias transmitidas, havia diversas temáticas e, por fim, uma notícia de futebol, sobre o crescimento do público nos estádios no Campeonato Brasileiro.

Intrínseca à essa desinformação, a violência simbólica na utilização da televisão – importante instrumento para formação da opinião pública – para desinformar. A violência simbólica, segundo Souza (2010), se reveste de um seu caráter não-físico e, por isso, não é percebida explicitamente.

Nesse processo, o papel do jornalista é de suma importância, por ter o poder de “situar” o público, influenciar nas decisões e criar novas perspectivas para o mesmo. Assim, é preciso que esse profissional, de acordo com Paternostro (1999), tenha valores muito sólidos.

Os valores citados estão relacionados à Ética da Comunicação, presente no processo de construção e transmissão da notícia, mediado pelo jornalista. É nessa mediação que os princípios éticos se evidenciam.

Ao mesmo tempo que o jornalista deve ser o mais objetivo possível, ele toma decisões, em larga medida, subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos

e emoções. Isso acontece em todas as notícias veiculadas no JN, quando os jornalistas escolhem fontes para entrevista, ângulos de câmera, cortes de edição e etc.

Como visto nos capítulos anteriores, o jornalista precisa compreender a linguagem do meio em que está envolvido para transformar o fato em notícia, utilizando os critérios de noticiabilidade. E, só assim, segundo Alsina (2009), terá condições de construir a “realidade” a partir da credibilidade.

Por ser o responsável pela construção da “realidade” (tornar fato em notícia/mercadoria), o jornalista pode entrar em um embate em relação aos interesses das empresas de comunicação. Isso porque a notícia é construída, também, sob influência de fatores ideológicos dos interesses privados da emissora em paralelo aos interesses relacionados à ética do profissional.

Por consequência, há uma imensa pressão sobre o jornalista. Mesmo estando ciente de que, ao prestar serviços para uma empresa privada, no caso, a Rede Globo, terá que assumir a “posição” editorial do veículo, o profissional do Jornalismo tem como ideal desempenhar conteúdo de comunicação com responsabilidade social sob os princípios éticos da profissão.

Ao comunicar, o jornalista, então, tenta cumprir com suas responsabilidades, apontadas anteriormente, conforme Curado (2002), em três aspectos: clareza, precisão e imparcialidade. Os jornalistas podem fazer o possível para atingir essas características, porém, tudo é mediado, segundo Santaella (2003). O “real” no telejornalismo é uma representação e a imparcialidade é praticamente impossível, pois durante o processo de mediação e transformação do fato em notícia, o jornalista carrega consigo uma bagagem cultural, um *background* pessoal e, eventualmente, opiniões a respeito do próprio fato.

A busca por resolver o impasse entre os interesses jornalísticos e os interesses mercadológicos da empresa é uma tarefa diária nos veículos de comunicação. É possível observar que na edição analisada do JN, na notícia 13, sobre o rompimento do presidente da Câmara, Eduardo Cunha, com o Governo, há um esforço, por parte da equipe de reportagem, de tornar a notícia credível com a maior responsabilidade possível, no que diz respeito a ouvir todos os envolvidos no caso. Mesmo que a emissora tenha algum interesse partidário, nesta reportagem, durante os cinco minutos, os jornalistas encontraram as brechas para cumprir sua missão.

Caso os interesses da emissora se sobreponham aos interesses éticos jornalísticos, como no caso da notícia 13 (analisada a seguir), é percebida a violência

simbólica que fere o caráter jornalístico, quando, na verdade, esse profissional deveria ter autonomia para exercer sua atividade com consciência crítica e liberdade.

De acordo com Temer (2010), os telejornais são usados para expor a opinião de seus controladores. A ideia da autora é percebida na edição analisada do JN, nas notícias 13, 14 e 15. A sequência dessas três notícias abrangem o cenário político-econômico do Brasil e da América Latina.

A notícia 13 refere-se à entrada da Bolívia no bloco do Mercosul. Ao anunciar a notícia, Bonner enfatiza a palavra “democracia” (conceito que fundamentou o discurso da Presidente), de forma um tanto ou quanto desconfiada. Na edição do JN, a última frase do discurso da Presidente Dilma, no encontro, foi sobre a inexistência de espaço para “aventuras antidemocráticas na América do Sul”. Em nenhum momento, Dilma se referiu a algum país em específico, mas a edição colocou a imagem do presidente da Venezuela, Nicolás Maduro, na tentativa de associá-lo com a antidemocracia, veiculando, implicitamente, uma opinião da emissora, que reprime os regimes antidemocráticos.

A notícia 14 retratou o aumento do fechamento de vagas de emprego no Brasil e a notícia 15 abordou a parada da economia brasileira. A opinião da emissora pode ser percebida já que essas duas notícias (14 e 15) sobre resultados negativos da economia brasileira foram antecedidas pelo discurso positivo da Presidente do país. Dessa forma, a edição do JN coloca a Presidente Dilma numa situação contraditória, insinuando que governar o país em uma situação financeira “delicada” criada pelo próprio Governo também é uma atitude antidemocrática.

Com a análise da sequência das notícias 13, 14 e 15 percebe-se outra forma de exercício da violência simbólica. Isso porque não é explicado ao telespectador que a edição dessas matérias contém a opinião da emissora Rede Globo e, assim, o público pode aceitar e reproduzir tal opinião – oculta pela forma como a notícia foi construída – como verdade, pois, como Sólito (2010) explica, a arquitetura da engrenagem midiática coloca o sujeito em um processo recursivo, que o faz realimentar o discurso que recebeu.

Por outro lado, no meio de todo o exercício simbólico exercido pelo telejornalismo, para Machado (2000), o telespectador tem potencial para opinar sobre a programação e decidir ao que vai assistir uma vez que não existem, nos telejornais, orientações de leitura das notícias.

Seguindo essa lógica, Wolton (1996) acredita que cada um serve-se da televisão da maneira que quiser, pois ninguém tem o domínio sobre a recepção e a interpretação dos conteúdos.

Entretanto, mesmo que o telespectador possa desempenhar um papel ativo frente à programação televisiva, ele não tem o domínio sobre a violência simbólica, pois esta permanece latente ao processo de construção noticiosa dentro de cada veículo de comunicação.

Acredita-se que o fundamental é que o telespectador conheça o processo de construção da notícia. Para que, assim, ele tenha consciência de que as notícias transmitidas são mercadorias da Indústria Cultural e, por isso, contém interesses mercadológicos a fim de atingir o máximo de audiência.

Junto disso vem também a percepção de que, em meio ao mercado jornalístico, existem profissionais que encontram, nas brechas do sistema, formas de praticar, com o máximo de responsabilidade e ética, a missão de informar e construir realidades.

A compreensão a respeito dessa temática justifica-se pois, como citado anteriormente por Beltrão (1992), a partir da natureza do ser humano de informar-se e informar, o Jornalismo corresponde a um status de necessidade do espírito e da vida social.

Os canais para a discussão do Jornalismo e seu impacto deveriam ir além do ensino restrito nas faculdades de Comunicação. Se o público consome a notícia, deveria ter o direito de saber como funciona o seu processo de construção e quais as intenções explícitas e implícitas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se perceber, ao longo deste trabalho, a relevância da televisão, como meio de comunicação responsável pela construção de “novas realidades”.

Dado o papel importante deste meio, assim como a necessidade de uma discussão sobre seu formato e impacto na sociedade, sobretudo no que diz respeito à questão da violência implícita ao seu conteúdo, a pesquisadora desenvolveu a questão norteadora: a violência simbólica contida no discurso do Jornal Nacional é percebida por meio do método de Análise de Conteúdo?

A partir do desenvolvimento dos conceitos abordados nesta monografia, assim como a análise da edição do dia 17 de julho de 2015 do Jornal Nacional, da Rede Globo, foi possível cumprir com o objetivo geral da pesquisa de analisar a violência simbólica implícita praticada ao longo desse telejornal.

Além disso, de maneira geral, considera-se que os objetivos específicos puderam ser alcançados.

Realizou-se um estudo bibliográfico para compreender a estrutura da televisão e o seu processo noticioso, bem como verifica-se o exercício de violência simbólica intrínseco ao seu discurso. Buscou-se entender a linguagem do telejornalismo, a partir de um breve histórico da televisão. Dessa maneira, foi possível refletir sobre o “monopólio da fala” na mídia brasileira.

De acordo com a lógica da Indústria Cultural, as empresas de comunicação utilizam, legitimamente, de suas programações para expor opiniões e defender interesses ideológicos e mercadológicos. No entanto, estas mesmas empresa estão a serviço da sociedade, principalmente, quando se trata de Jornalismo.

O problema está, em primeiro lugar, no momento em que os interesses, ideológicos e mercadológicos das empresas, vinculados às opiniões, não são explicitados aos telespectadores. A ideologia de cada veículo de comunicação deve ser considerada, de maneira especial, ao analisar o conteúdo veiculado. Isso porque a questão ideológica encontra-se velada e submetida linha editorial dos programas.

E, em segundo lugar, o problema está quando o lucro da emissora é colocado acima de tudo. Nessa perspectiva, o lucro é relacionado à audiência televisiva. E, quando a audiência está em questão, percebe-se que o esforço das emissoras para alcançá-la e/ou mantê-la é imenso. Dessa forma, o telejornalismo é atingido e transforma-se em

showrnalismo. Os noticiários se tornam espetáculos repletos de informação e que, por fim, desinformam.

A partir dessa reflexão, foi possível cumprir os objetivos específicos de observar as formas pelas quais os interesses mercadológicos se refletem no conteúdo do JN.

Ainda assim, na missão de desempenhar a profissão com responsabilidade sob os princípios éticos, encontram-se os jornalistas, capazes de encontrar brechas no sistema e transmitir notícias de acordo com os critérios de noticiabilidade, conforme exemplificado na Análise de Conteúdo.

Com essa constatação, foram cumpridos os objetivos específicos sobre refletir a respeito das brechas encontradas pelos profissionais do JN e verificar se, no embate entre interesses da emissora e dos jornalistas, estes conseguem, sobretudo, honrar os princípios éticos da profissão.

A televisão tem o poder de se conectar, por meio das imagens transmitidas, com a emotividade do público. Dessa forma, faz uso, muitas vezes, de assuntos emocionais e utiliza a linguagem dramática para construir as notícias, pois chamam a atenção do telespectador e, conseqüentemente, geram audiência.

Muitos desses “assuntos emocionais” estão relacionados à violência explícita – como dito anteriormente, um aspecto do instinto humano que desperta os sentidos das pessoas. A violência é abordada constantemente no telejornalismo por atrair a curiosidade do telespectador. Mas, “por trás” da violência explícita está “camuflada” uma violência simbólica que faz uso excessivo dessa temática para fins de audiência.

Já quando os assuntos tratados pelas notícias são desprovidos de polêmica e atos violentos ou até mesmo abordam questões amenas, estas são construídas de acordo com a linguagem do espetáculo telejornalístico, exercendo também a violência simbólica. Dessa maneira, outro objetivo foi cumprido, ao identificar as características e definir os elementos da violência simbólica do JN. Bem como concluir que, por meio do método de Análise de Conteúdo, é possível perceber a violência simbólica contida no discurso do Jornal Nacional.

Uma das hipóteses levantadas, no início desta monografia, é a de que os interesses mercadológicos do Jornal Nacional se tornam explícitos após a Análise de Conteúdo. Isso foi possível em algumas situações, quando, por exemplo, a opinião da emissora se reflete “camuflada” na construção do discurso das matérias 13, 14 e 15, da edição analisada – opinião esta que se torna explícita após a aplicação do método.

A hipótese de que, mesmo considerando a existência de interesses mercadológicos no contexto do JN, estes não se fazem perceptíveis após uma análise do conteúdo veiculado, não se confirmou pelo fato de que, apesar do discurso de credibilidade, as três matérias citadas anteriormente tornaram perceptíveis os interesses da emissora.

Também pode-se confirmar a hipótese de que o conteúdo veiculado no telejornal não leva em consideração todos os ideais éticos do Jornalismo, ao mesmo tempo que refutou-se a hipótese de que o JN cumpre totalmente com o princípio de responsabilidade social do Jornalismo. Isso porque, durante a análise, pode-se perceber, pelo menos em parte das matérias, que a composição e o “ângulo” da notícia não permitiram ao jornalista a autonomia para exercer sua atividade com a devida consciência crítica, responsabilidade social ou mesmo, com a liberdade editorial que deveria ser um direito.

Outra hipótese é a de que o discurso do JN faz-se tendencioso, em prol de interesses privados e mercadológicos, e interfere na notícia, desde a sua construção até a exibição. Essa hipótese se comprovou em sua parte, pois a nem todas as notícias pôde-se perceber a vinculação dos interesses acima nomeados. Entretanto, em algumas notícias (13, 14 e 15) notou-se a presença de interesses com aspectos ideológicos que interferiram na narrativa noticiosa.

Como pesquisadora, as considerações acerca deste trabalho mostram a relevância do entendimento da prática do Jornalismo e do processo de construção da notícia, não só pelos profissionais, mas também por todos os telespectadores.

Se, por um lado, existem interesses que podem vir a prejudicar a essência de uma notícia e interferir na “construção de realidades”, de outro, existe uma categoria profissional que busca fazer o possível para transmitir notícias que contribuam de forma construtiva para o imaginário social e cumpram, na sua totalidade, com os deveres de responsabilidade social dos jornalistas.

A metáfora do “peixe versus isca”, utilizada no capítulo introdutório, para ilustrar a relação do telespectador com as mercadorias (notícias) oferecidas na televisão continua mantida, agora, com o porém de que o “peixe” pode ter a opção de recusar a “isca”. O processo midiático envolve uma forte autoridade por parte dos veículos de comunicação, no entanto, não se podem impor generalizações, quando se fala sobre os possíveis efeitos em grandes grupos, como é, no caso, a massa de telespectadores da televisão aberta brasileira. Ainda mais depois do “advento das redes sociais”.

Para tornar o “peixe” definidor de suas necessidades e devido à importância da temática aqui discutida, pode-se propor a reflexão e os estudos sobre os efeitos da mídia desde o ensino fundamental nas escolas, pois a sociedade, como um todo, tem contato direto com a indústria televisiva.

Este trabalho foi essencial para aprofundar o entendimento das relações sociais, em especial, na mídia e o importante papel do Jornalista meio à Indústria Cultural. Dessa forma, faz-se necessário o debate acerca da construção noticiosa e, intrínseca à ela, os interesses ideológicos e mercadológicos, que podem gerar a violência simbólica na televisão. Afinal, ao comunicar, os meios de comunicação assumem a importante função como formadores da realidade social

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo: o jornalismo e a ética do marceneiro**. São Paulo: Cia. das Letras, 1988. 277 p. ISBN 8571640157.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. 351 p. (Coleção clássicos da comunicação social) ISBN 9788532637970.

ARBEX JR., José. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo**. 2. ed. São Paulo, SP: Casa Amarela, 2002. 290 p. ISBN 8586821160.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV**. 2.ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. 238 p. ISBN 9788535215656.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2000. 225 p. ISBN 9724408981.

BAUDRILLARD, Jean. **Tela total: mito-ironias da era do virtual e da imagem**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2002. 158 p. ISBN 8520501397.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: EDUSP, 1992. 203 p. (Clássicos do jornalismo brasileiro).

BONAVIDES, Syrleine Maria Penaforte Bastos. **A auto-estima da criança que sofre violência física pela família**. 2005. 268 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia, Sociedade e Qualidade de Vida) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2005. Disponível em:

<<http://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/17450/1/SyrleineMPBB.pdf>>.

Acesso em 26 de outubro de 2015.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997. 143 p. ISBN 9788571104112.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br>> Acesso em 30 de junho de 2015.

COSTA, Maria Cristina Castilho. **A milésima segunda noite: da narrativa mítica à telenovela, a análise estética e sociológica**. São Paulo: Annablume, 2000. 227 p. ISBN 8574191205.

CURADO, Olga. **A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, c2002, 194 p. ISBN 8587122347.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. 237 p. ISBN 8585910178.

DIAS, Ana Rosa Ferreira. **O discurso da violência: as marcas da oralidade no jornalismo popular**. 2.ed. São Paulo: Cortez, 2003. 179 p. ISBN 8524909560.

DUARTE, Rodrigo. **Adorno/Horkheimer & A dialética do esclarecimento**. 2.ed. Rio de Janeiro: J. Zahara, 2004. 68 p. (Filosofia passo-a-passo) ISBN 8571106355.

DUARTE, Elizabeth Bastos. Telejornais: incidências do tempo sobre o tom. In DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. (orgs.). **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. Porto Alegre: Sulina, 2007. 203 p. (Coleção Estudos sobre o audiovisual). ISBN 9788520504666.

FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas**. Porto Alegre: Artmed, 1998. 288 p. ISBN 8573074752.

FONSECA, Francisco. **Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação**. Rev. Bras. Ciênc. Polít. [online]. 2011, n.6, pp. 41-69. ISSN 0103-3352. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0103-33522011000200003>>. Acesso em 11 de junho de 2015.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. Disponível em: <<http://www.ufjf.br/labesc/files/2012/03/A-Arte-de-Pesquisar-Mirian-Goldenberg.pdf>>. Acesso em 30 de junho de 2015.

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. 4. ed. São Paulo: Ática, 2001. 80 p. (Fundamentos (Ática)). ISBN 8508015054.

KRUG, Etienne G. et al., eds. **Relatório mundial sobre violência e saúde**. Genebra: Organização Mundial da Saúde, 2002. 355 p. ISBN 9241545615. Disponível em: <http://www.academia.edu/7619294/Relat%C3%B3rio_mundial_sobre_viol%C3%A2ncia_e_sa%C3%BAde>. Acesso em 26 de outubro de 2015.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 6. ed. rev. e atual. São Paulo: Ática, 2006. 78 p. (Série Princípios). ISBN 850810359X.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1996. 157 p. (Coleção Trans) ISBN 857326036X.

MACHADO, Arlindo. **A arte do vídeo**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1995. 225 p. ISBN 8511220216.

_____. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Brasiliense, 2000. 244 p. ISBN 8573591307.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**. São Paulo: Scipione, 1994. 85 p. (Ponto de apoio). ISBN 8526222988.

_____. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo, SP: Moderna, 1988. 119 p. (Polêmica). ISBN 8516001229.

MARQUES, Fábio Cardoso. Uma reflexão sobre a espetacularização da imprensa. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José de. (orgs.). **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006. 211 p. (Comunicação). ISBN 8534926034.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. 5. ed. rev. e ampl. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. 285 p. ISBN 9788532627490.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 9.ed. São Paulo: 1998. Pensamento-Cultrix, 407 p. ISBN 8531602580.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Notícia: um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. 2.ed. São Paulo: Summus, 1988. 191 p. (Novas buscas em comunicação). ISBN 9788532303257.

MELO, José Marques de. **Para uma leitura crítica da comunicação**. São Paulo: Paulinas, 1985. 202 p.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia faz história**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004. 406 p. (Memória Globo). ISBN 8571108102.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. 9.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997, 2 v. 204 p. ISBN 9788521802099.

NEVES, José Luis. **Pesquisa qualitativa – características, usos e possibilidades**. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v.1, nº3, 2ºsem./1996. Disponível em <http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/C03-art06.pdf>. Acesso em 02 de julho de 2015.

PATERNOSTRO, Vera Iris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, c1999. 158 p. ISBN 8535204660.

PIVA, Ângela; SEVERO, Ariane; DARIANO, Jussara. **Poder e violência – formas de subjetivação e dessubjetivação**. 2006. Disponível em: <www.revistacontemporanea.org.br/site/wp-content/artigos/artigo76.pdf>. Acesso em 23 de outubro de 2015.

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. 3.ed. rev. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003. 142 p. (Comunicação 2) ISBN 857430106X.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias – Linhas de análise do discurso jornalístico**. Florianópolis: Insular, 2005. 248 p. ISBN 8574742759.

PRATES, Laís Alende. **Violência em matérias jornalísticas na televisão: uma análise sobre suas consequências para a formação identitária dos adolescentes**. 2015. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2015.

RAMONET, Ignacio. **O fim da televisão como a conhecemos**. 2015. Disponível em: <<http://cartamaior.com.br/?/Editoria/Midia/O-fim-da-televisao-como-a-conhecemos/%2012/32560>>. Acesso em 17 de junho de 2015.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. 10.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. 87 p. (Coleção primeiros passos). ISBN 8511010157.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. 3.ed. rev. e ampl. São Paulo: Experimento, 2003. 290 p. ISBN 8585597186.

SERVA, Leão Pinto. **Jornalismo e desinformação**. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: SENAC, 2001. 142 p. ISBN 8573591927.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala: (função e linguagem da televisão no Brasil)**. 6.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999. 155 p. (Vozes do mundo moderno). ISBN 8532621589.

SÓLIO, Marlene Branca. **Violência: um discurso que a mídia cala**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2010. 93 p. ISBN 9788570615848.

SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, c2004. 196 p. ISBN 8532308597.

SOUZA, Luis Antônio Francisco de. **Sociologia da violência e do controle social**. Curitiba: IESDE Brasil, 2010. 176 p. ISBN 9788538722656.

SZPACENKOPF, Maria Izabel Oliveira. **O olhar do poder: a montagem branca e a violência no espetáculo telejornal**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003. 214 p. (Sujeito e história). ISBN 8520005489.

TEMER, Ana Carolina. A mistura dos gêneros e o futuro do telejornal. In: PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010. 280 p. ISBN 9788574745183.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. 2.ed. Lisboa, Portugal: Vega, 1999. 360 p. (Comunicação & linguagens (Vega)). ISBN 8726994055.

_____. **Teorias do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2004-2005. 2 v. ISBN 857474204X.

VALLS, Álvaro Luiz Montenegro. **O que é ética**. 9. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. 82 p. (Coleção primeiros passos). ISBN 9788511011777.

WAINBERG, Jacques A. **Mídia e terror: comunicação e violência política**. São Paulo: Paulus, 2005, 202 p. (Comunicação). ISBN 8534922950.

WINSTON, Robert M. L. **Instinto humano**. São Paulo: Globo, 2006. 432 p. ISBN 8525041084.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996. 319 p. (Temas: teoria e prática do Psiquiatra; v.52). ISBN 8508059094.

YORKE, Ivor. **Jornalismo diante das câmeras**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1998. 201 p. (Novas buscas em comunicação). ISBN 9788532306173.

Sites

<<http://donosdamidia.com.br/inicial>>. Acesso em 9 de julho de 2015.

<<http://pt.scribd.com/doc/55827271/Criterios-de-Noticiabilidade-Teorias-da-Noticia#scribd>>. Acesso em 9 de julho de 2015.

<<http://www.dicionarioetimologico.com.br/metodo/>>. Acesso em 10 de setembro de 2015.

<<http://www.significados.com.br/noticia/>>. Acesso em 10 de setembro de 2015.

<<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional/o-jornalismo-eletronico-e-os-reporteres-de-video.htm>>. Acesso em 11 de setembro de 2015.

<<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-nacional.htm>>. Acesso em 22 de setembro de 2015.

<<http://redemanchete.net/artigos/artigo.asp?id=89&t=Documento-Especial-Televisao-Verdade>>. Acesso em 24 de setembro de 2015.

<<http://vejario.abril.com.br/blog/manoel-carlos/cronica-da-semana/horario-nobre>>. Acesso em 24 de setembro de 2015.

<<http://www.casadosfocas.com.br/ancora-ou-apresentador/>>. Acesso em 8 de outubro de 2015.

<<http://www.mundovestibular.com.br/articles/3193/1/CAPITALISMO/Paacutegina1.html>>. Acesso em 9 de outubro de 2015.

<<http://www.ibope.com.br/pt-br/Paginas/home.aspx>>. Acesso em 9 de outubro de 2015.

<<http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/>>. Acesso em 11 de outubro de 2015.

<http://www.dhnet.org.br/direitos/codetica/textos/oque_e_etica.html>. Acesso em 19 de outubro de 2015.

<<http://www.portaleducacao.com.br/direito/artigos/24924/conceito-de-violencia>>. Acesso em 20 de outubro de 2015.

<<http://www.ipub.ufrj.br/portal/ensino-e-pesquisa/ensino/residencia-medica/blog/item/171-os-instintos-contrapondo-nietzsche-a-freud-i>>. Acesso em 20 de outubro de 2015.

<<http://globoplay.globo.com/jornal-nacional/p/819/>>. Acesso em 02 de novembro de 2015.

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_redacao.htm>. Acesso em 5 de novembro de 2015.

<<http://www.infoescola.com/cinema/decupagem/>>. Acesso em 06 de novembro de 2015.

<<http://telejornalismouniube.blogspot.com.br/2010/03/termos-tecnicos.html>>. Acesso em 06 de novembro de 2015.

<<http://www.dicionarioinformal.com.br/>>. Acesso em 06 de novembro de 2015.

ANEXOS

ANEXO A – CD COM REPORTAGENS DO JORNAL NACIONAL

ANEXO B – CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS

Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros

Capítulo I - Do direito à informação

Art. 1º O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.

Art. 2º Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse, razão por que:

I - a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente da linha política de seus proprietários e/ou diretores ou da natureza econômica de suas empresas;

II - a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público;

III - a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão;

IV - a prestação de informações pelas organizações públicas e privadas, incluindo as não-governamentais, deve ser considerada uma obrigação social;

V - a obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação, a aplicação de censura e a indução à autocensura são delitos contra a sociedade, devendo ser denunciadas à comissão de ética competente, garantido o sigilo do denunciante.

Capítulo II - Da conduta profissional do jornalista

Art. 3º O exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social, estando sempre subordinado ao presente Código de Ética.

Art. 4º O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação.

Art. 5º É direito do jornalista resguardar o sigilo da fonte.

Art. 6º É dever do jornalista:

I - opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos;

II - divulgar os fatos e as informações de interesse público;

III - lutar pela liberdade de pensamento e de expressão;

IV - defender o livre exercício da profissão;

V - valorizar, honrar e dignificar a profissão;

VI - não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha;

VII - combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercidas com o objetivo de controlar a informação;

VIII - respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão;

- IX - respeitar o direito autoral e intelectual do jornalista em todas as suas formas;
- X - defender os princípios constitucionais e legais, base do estado democrático de direito;
- XI - defender os direitos do cidadão, contribuindo para a promoção das garantias individuais e coletivas, em especial as das crianças, adolescentes, mulheres, idosos, negros e minorias;
- XII - respeitar as entidades representativas e democráticas da categoria;
- XIII - denunciar as práticas de assédio moral no trabalho às autoridades e, quando for o caso, à comissão de ética competente;
- XIV - combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza.

Art. 7º O jornalista não pode:

- I - aceitar ou oferecer trabalho remunerado em desacordo com o piso salarial, a carga horária legal ou tabela fixada por sua entidade de classe, nem contribuir ativa ou passivamente para a precarização das condições de trabalho;
- II - submeter-se a diretrizes contrárias à precisa apuração dos acontecimentos e à correta divulgação da informação;
- III - impedir a manifestação de opiniões divergentes ou o livre debate de idéias;
- IV - expor pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de vida, sendo vedada a sua identificação, mesmo que parcial, pela voz, traços físicos, indicação de locais de trabalho ou residência, ou quaisquer outros sinais;
- V - usar o jornalismo para incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime;
- VI - realizar cobertura jornalística para o meio de comunicação em que trabalha sobre organizações públicas, privadas ou não-governamentais, da qual seja assessor, empregado, prestador de serviço ou proprietário, nem utilizar o referido veículo para defender os interesses dessas instituições ou de autoridades a elas relacionadas;
- VII - permitir o exercício da profissão por pessoas não-habilitadas;
- VIII - assumir a responsabilidade por publicações, imagens e textos de cuja produção não tenha participado;
- IX - valer-se da condição de jornalista para obter vantagens pessoais.

Capítulo III - Da responsabilidade profissional do jornalista

Art. 8º O jornalista é responsável por toda a informação que divulga, desde que seu trabalho não tenha sido alterado por terceiros, caso em que a responsabilidade pela alteração será de seu autor.

Art 9º A presunção de inocência é um dos fundamentos da atividade jornalística.

Art. 10. A opinião manifestada em meios de informação deve ser exercida com responsabilidade.

Art. 11. O jornalista não pode divulgar informações:

- I - visando o interesse pessoal ou buscando vantagem econômica;

II - de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes;

III - obtidas de maneira inadequada, por exemplo, com o uso de identidades falsas, câmeras escondidas ou microfones ocultos, salvo em casos de incontestável interesse público e quando esgotadas todas as outras possibilidades de apuração;

Art. 12. O jornalista deve:

I - ressalvadas as especificidades da assessoria de imprensa, ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística, principalmente aquelas que são objeto de acusações não suficientemente demonstradas ou verificadas;

II - buscar provas que fundamentem as informações de interesse público;

III - tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar;

IV - informar claramente à sociedade quando suas matérias tiverem caráter publicitário ou decorrerem de patrocínios ou promoções;

V - rejeitar alterações nas imagens captadas que deturpem a realidade, sempre informando ao público o eventual uso de recursos de fotomontagem, edição de imagem, reconstituição de áudio ou quaisquer outras manipulações;

VI - promover a retificação das informações que se revelem falsas ou inexatas e defender o direito de resposta às pessoas ou organizações envolvidas ou mencionadas em matérias de sua autoria ou por cuja publicação foi o responsável;

VII - defender a soberania nacional em seus aspectos político, econômico, social e cultural;

VIII - preservar a língua e a cultura do Brasil, respeitando a diversidade e as identidades culturais;

IX - manter relações de respeito e solidariedade no ambiente de trabalho;

X - prestar solidariedade aos colegas que sofrem perseguição ou agressão em consequência de sua atividade profissional.

Capítulo IV - Das relações profissionais

Art. 13. A cláusula de consciência é um direito do jornalista, podendo o profissional se recusar a executar quaisquer tarefas em desacordo com os princípios deste Código de Ética ou que agridam as suas convicções.

Parágrafo único. Esta disposição não pode ser usada como argumento, motivo ou desculpa para que o jornalista deixe de ouvir pessoas com opiniões divergentes das suas.

Art. 14. O jornalista não deve:

I - acumular funções jornalísticas ou obrigar outro profissional a fazê-lo, quando isso implicar substituição ou supressão de cargos na mesma empresa. Quando, por razões justificadas, vier a exercer mais de uma função na mesma empresa, o jornalista deve receber a remuneração correspondente ao trabalho extra;

II - ameaçar, intimidar ou praticar assédio moral e/ou sexual contra outro profissional, devendo denunciar tais práticas à comissão de ética competente;

III - criar empecilho à legítima e democrática organização da categoria.

Capítulo V - Da aplicação do Código de Ética e disposições finais

Art. 15. As transgressões ao presente Código de Ética serão apuradas, apreciadas e julgadas pelas comissões de ética dos sindicatos e, em segunda instância, pela Comissão Nacional de Ética.

§ 1º As referidas comissões serão constituídas por cinco membros.

§ 2º As comissões de ética são órgãos independentes, eleitas por voto direto, secreto e universal dos jornalistas. Serão escolhidas junto com as direções dos sindicatos e da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), respectivamente. Terão mandatos coincidentes, porém serão votadas em processo separado e não possuirão vínculo com os cargos daquelas diretorias.

§ 3º A Comissão Nacional de Ética será responsável pela elaboração de seu regimento interno e, ouvidos os sindicatos, do regimento interno das comissões de ética dos sindicatos.

Art. 16. Compete à Comissão Nacional de Ética:

I - julgar, em segunda e última instância, os recursos contra decisões de competência das comissões de ética dos sindicatos;

II - tomar iniciativa referente a questões de âmbito nacional que firam a ética jornalística;

III - fazer denúncias públicas sobre casos de desrespeito aos princípios deste Código;

IV - receber representação de competência da primeira instância quando ali houver incompatibilidade ou impedimento legal e em casos especiais definidos no Regimento Interno;

V - processar e julgar, originariamente, denúncias de transgressão ao Código de Ética cometidas por jornalistas integrantes da diretoria e do Conselho Fiscal da FENAJ, da Comissão Nacional de Ética e das comissões de ética dos sindicatos;

VI - recomendar à diretoria da FENAJ o encaminhamento ao Ministério Público dos casos em que a violação ao Código de Ética também possa configurar crime, contravenção ou dano à categoria ou à coletividade.

Art. 17. Os jornalistas que descumprirem o presente Código de Ética estão sujeitos às penalidades de observação, advertência, suspensão e exclusão do quadro social do sindicato e à publicação da decisão da comissão de ética em veículo de ampla circulação.

Parágrafo único - Os não-filiados aos sindicatos de jornalistas estão sujeitos às penalidades de observação, advertência, impedimento temporário e impedimento definitivo de ingresso no quadro social do sindicato e à publicação da decisão da comissão de ética em veículo de ampla circulação.

Art. 18. O exercício da representação de modo abusivo, temerário, de má-fé, com notória intenção de prejudicar o representado, sujeita o autor à advertência pública e às punições previstas neste Código, sem prejuízo da remessa do caso ao Ministério Público.

Art. 19. Qualquer modificação neste Código só poderá ser feita em congresso nacional de jornalistas mediante proposta subscrita por, no mínimo, dez delegações representantes de sindicatos de jornalistas.

Vitória, 04 de agosto de 2007.

Federação Nacional dos Jornalistas

ANEXO C – PROJETO DE MONOGRAFIA