

MARIANA HORTA ANDRADE

TELEJORNALISMO, ESCÂNDALO POLÍTICO E SENSACIONALISMO.

Olhar crítico sob o *Jornal Nacional*

BELO HORIZONTE

2005

MARIANA HORTA ANDRADE

TELEJORNALISMO, ESCÂNDALO POLÍTICO E SENSACIONALISMO.

Olhar crítico sob o *Jornal Nacional*

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social, do Departamento de ciências da Comunicação do Centro Universitário de Belo horizonte – UNI-BH, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Izamara Arcanjo F. Silva

BELO HORIZONTE

2005

Dedico à minha mãe, Adriana, em especial, que sempre esteve ao meu lado e tornou esse sonho possível. À toda minha família e amigos pelo apoio e incentivo. Ao meu pai Leonardo e à minha avó Célia.

Agradeço a Izamara, pela contribuição fundamental para a elaboração, execução e finalização desta pesquisa. A sua dedicação para me ajudar a concluir esta etapa da minha vida. Ao Luiz Ademir pela colaboração.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 O PAPEL DA MÍDIA ATUA	9
2.1 A televisão na integração social do público	9
2.2 Missão social do Telejornalismo	20
3 MÍDIA SENSACIONALISTA: O ESCÂNDALO E O ESPETÁCULO	24
3.1 Imprensa e os aspectos da notícia	24
3.2 Eventos da mídia	26
3.3 O escândalo político: acontecimento midiático	31
3.4 A natureza sensacionalista da informação	34
4 COBERTURA, CONTEÚDO E SENSACIONALISMO	37
4.1 O <i>Jornal Nacional</i>	37
4.2 Análise do conteúdo e do enfoque na política	40
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55

1 INTRODUÇÃO

A imprensa usou, muitas vezes, do sensacionalismo para atrair o público. Atualmente, porém, esse instrumento parece ter dominado os meios de comunicação. Dentre os meios de comunicação, a televisão é um fator de identidade cultural e de integração social. A cultura da televisão é um laço entre as classes sociais. Para Dominique Wolton (1996) uma característica forte da televisão é oferecer todos os dias um conjunto de programas iguais e ao mesmo tempo diferentes, para um público escolher de maneira igual e ao mesmo tempo diferente. O caráter democrático da televisão vem do fato de que cada um sabe que os programas estão ali, e só assistem se quiserem, o que, de acordo com pensamento de Wolton (1996), é uma forma de comunicação constitutiva do laço social.

A televisão, como fator de identidade cultural, virou o maior veículo da mídia do espetáculo. Tudo é válido para aumentar a audiência, subir os números do Ibope. Isso pode fazer com que a qualidade dos programas apresentados pelas redes de TV fique comprometida. A televisão brasileira exerce uma importante função na sociedade brasileira, por isso a importância em estudar e avaliar seu desempenho e de seus programas.

A maioria dos telespectadores, atualmente, assiste o que choca, sangra, o escândalo, a polêmica, as brigas, o conflito. Então, na briga pela audiência, as emissoras, muitas vezes, têm tomado como estratégia a fórmula de quanto mais apelos sensacionalistas tiver um programa, maior será o número de telespectadores.

Os telejornais são um tipo de jornal que têm grande público, que podem atingir qualquer pessoa, desde que essa tenha acesso a um aparelho de televisão. Eles cumprem a função de integração e de cidadania, pois é por meio deles que grande parcela da população tem acesso aos diversos tipos de informações, não fogem à regra. Alguns usam o sensacionalismo mais sutilmente, outros escancarados, mas todos têm traços sensacionalistas.

Segundo Vera Lúcia Sommer (2004)¹, “o sensacionalismo é uma das formas de se tratar a informação, visando chamar um grande público para o consumo de seu produto.” O jornalismo tem procurado atrelar a audiência ao caráter sensacionalista. Nesse sentido, Sodré e Paiva (2002) confirmam que notícias sangrentas, matérias dedicadas à vida de famosos, ocupam, cada vez mais, espaço nos noticiários. A maioria dos telejornais transmitidos, hoje em dia, banaliza a violência, explora os problemas das pessoas, dramatiza situações. A televisão, com seus programas de auditório, programas sobre a vida de artistas, e também com os telejornais, consegue propagar o grotesco, o sangrento, o esquisito e a violência. Um simples fato pode ser transformado em um espetáculo.

A proposta desta pesquisa é analisar o conteúdo do *Jornal Nacional*, discutir suas notícias, e investigar se há traços de sensacionalismo, da estética do grotesco. Para tanto, foram pesquisados textos e livros de estudos feitos sobre a mídia, a televisão e a televisão brasileira, o sensacionalismo, o grotesco e o espetáculo, o telejornalismo, o escândalo político, entre outros assuntos. Diversos autores renomados deram suporte para as questões levantadas nos capítulos.

¹ SOMMER, Vera Lúcia. A força do *fait-divers* no Diário do Litoral, jornal de destaque no Vale do Itajaí/SC.

O capítulo 2, “O papel da mídia atual”, discute a presença da mídia na nossa experiência contemporânea e a influência que a mídia e a TV têm na vida das pessoas. Analisa o avanço tecnológico dos meios de comunicação, o desenvolvimento da televisão e sua função na mídia, desde o final do século XIX até a atualidade. Além da televisão brasileira e sua história, a qualidade da programação televisiva com o crescimento da propagação do grotesco, desde a década de 60. E ainda, o telejornalismo no Brasil, sua história, sua importância social e o sensacionalismo no telejornal. Os teóricos Silverstone, Thompson, Wolton, Sodré e Paiva, Bucci, Rezende e Machado deram sustentação para a elaboração desse capítulo.

Já o capítulo 3, “Mídia sensacionalista: o escândalo e o espetáculo”, aborda o sensacionalismo e a imprensa sensacionalista, o jornalismo na passagem do terceiro milênio, considerando as novas tecnologias de comunicação. A “era da tecnologia”, as muitas mudanças que ela trouxe para o mundo, o novo caráter do jornalismo, numa sociedade invadida por sofisticados sistemas de comunicação e tecnologias de informação e os problemas que essa nova era traz. Também foram abordados o escândalo e o espetáculo, que alimentam os desejos da sociedade, e que são veiculados pelos meios de comunicação. Foi dado enfoque ao escândalo político, como acontecimento midiático, ao desenvolvimento dos meios de comunicação e a política. Destaque para o advento da comunicação de massa, a informação como produto de consumo e o caráter sensacionalista da notícia. Para isso, foram pesquisados os teóricos Angrimani, Marcondes Filho, Debord, Thompson, Morin, Rodrigues e Lustosa.

No capítulo 4, “Cobertura, conteúdo e sensacionalismo”, pode-se encontrar uma análise técnica do telejornal *Jornal Nacional*. Para a elaboração desse capítulo foi necessária a gravação da exibição do telejornal durante vinte dias, para então, se fazer um mapeamento de todo conteúdo e

uma análise minuciosa de cada dia do telejornal. Os dados obtidos foram expostos por meio de tabelas. Para esse capítulo, também foram pesquisados os teóricos Silverstone, Thompson, Debord e Machado.

O *Jornal Nacional* é considerado, por muitas pessoas, um ótimo telejornal, e tem um público fiel. A forma como as notícias são trabalhadas no telejornal foi uma interessante fonte de análise. Após toda pesquisa e análise, o que foi encontrado já era esperado. Esse trabalho pode mostrar um diferente ângulo do *Jornal Nacional*, contribuindo para uma visão mais crítica sobre o telejornalismo com “Padrão Globo de Qualidade”. Acredito que esse trabalho possa ser uma fonte de pesquisa e que contribua no aprimoramento do fazer jornalismo, para que os profissionais de comunicação possam trabalhar buscando informação e transmitindo-as ao público. E, dessa forma, fazerem um trabalho democrático, um serviço ao cidadão.

2 O PAPEL DA MÍDIA ATUAL

2.1 A televisão na integração social do público

A mídia tornou-se essencial na nossa experiência contemporânea, sendo impossível escapar da presença e da representação dela. Dependemos da mídia, seja ela impressa ou eletrônica, para fins de informação, entretenimento, compra e venda, conforto e segurança. Esse vínculo entre sociedade e mídia torna fundamental um estudo sobre os efeitos da mídia, sua cultura, o entendimento da mídia como um processo, a nossa participação, a mídia como mediadora.

Muitos estudiosos já encaram a mídia como onipresente e diária. Grande parte da preocupação com seus efeitos tem origem no medo da criação de uma sociedade viciada, que não convive, apenas ficam ligados nos meios de comunicação, hipnotizada pela mídia. A mídia faz parte da vida humana, ela nos oferece pontos de referências. Nosso dia-a-dia, nossas histórias e conversas estão presentes nas narrativas formais da mídia, na reportagem, na representação ficcional.

Segundo Roger Silverstone, a mídia é parte da textura geral da experiência e seu estudo deve ser uma ciência relevante e humanista. “A pesquisa na mídia muitas vezes preferiu o significativo, o evento, a crise, como fundamento de sua investigação. (...) Mas uma atenção contínua ao excepcional provoca interpretações errôneas inevitáveis”, explica o Silverstone (2003).

Silverstone, em seu texto, trata a mídia como cotidiana, uma presença constante em nossas vidas.

Afirma que a mídia opera de maneira mais significativa no mundo dado aos gozos materiais.

Ela filtra e molda as realidades cotidianas, por meio de suas representações singulares e múltiplas fornecendo critérios, referências para a condução da vida diária, para a produção e manutenção do senso comum. E é aqui, no que passa por senso comum, que devemos fundamentar o estudo da mídia (SILVERSTONE, 2003, p.20)

Na vida essencialmente cotidiana, a mídia nos fornece tanto os instrumentos como os problemas.

Ela nos dá conceitos, categorias e tecnologias para construir e defender distâncias; para construir e manter conexões. Esse papel, de mediação, desempenhado pela mídia é problemático, uma vez que ela nos guia para fazermos distinções e juízos. Silverstone ressalta que nossa jornada diária implica transição pelos diferentes espaços midiáticos.

A mídia nos oferece estruturas para o dia, pontos de referência, pontos de parada, pontos para o olhar de relance e para a contemplação, pontos de engajamento e oportunidade de desengajamento. Os infinitos fluxos da mídia são interrompidos pela nossa participação neles. Fragmentados pela atenção e pela desatenção. Nossa entrada no espaço midiático é, ao mesmo tempo, uma transição do cotidiano para o liminar e uma apropriação do liminar pelo cotidiano. A mídia é do cotidiano e ao mesmo tempo uma alternativa a ele. (SILVERSTONE, 2003, p.25)

Ter a mídia como mediadora é duplamente complicado, pois ela oferece recursos para conversas, reconhecimento, identificação à medida que avaliamos nossas vidas em comparação com aquelas que vemos na tela. Ao mesmo tempo, a mídia é entretenimento e, sendo assim, seus significados são produzidos e transformados em tentativas de ganhar atenção, de cumprimento e frustração de desejos, prazeres oferecidos ou negados. Os meios de comunicação são o modo como os fatos ganham ampla visibilidade, por isso são privilegiados na construção de representações e mediações sociais.

O desenvolvimento e o avanço tecnológico dos meios de comunicação e da mídia acarreta, também, o crescimento do espetáculo e do escândalo. Vivemos em uma sociedade do consumo, na qual a vida gira em torno do lucro. E nessa sociedade, o espetáculo e o escândalo são muito apreciados. Quanto mais escandaloso, quanto maior for a repercussão e o espetáculo, mais a sociedade se interessa. John B. Thompson (2000) acredita que há uma estreita afinidade entre escândalo e mídia que foi explorada pela mídia impressa desde a era dos panfletos e dos libelos: o escândalo vende.

Assim como estudar a mídia, analisar a televisão e seu papel, sem deixar de lado o aspecto histórico, também é importante. A televisão permitiu que manifestações orais e visuais pudessem ser gravadas e retransmitidas. Com o seu advento, as pessoas são capazes de ver pessoas, ações e acontecimentos, do mesmo modo que podem ouvir a palavra falada e outros sons, de um modo que pode ser ao mesmo tempo simultâneo e desespacializado. Thompson (2000) afirma que o desenvolvimento da televisão, no final do século XIX e começo do século XX, aumentou grandemente a visibilidade dos líderes políticos e de outras personalidades públicas, bem como ajudaram a criar uma categoria totalmente nova de pessoas amplamente conhecidas, astros e estrelas de cinema personalidades da TV, que deveram sua fama principalmente ao fato de que eram visíveis na mídia.

Dominique Wolton, ao discutir a televisão, dá enfoque à TV geralista e a TV fragmentada, que também é chamada de segmentada e temática. Segundo o autor (1996), TV geralista é a televisão de massa que se dirige a todo mundo, que junta informação e programa de entretenimento, fazendo a ligação social das sociedades individualistas. Já a TV fragmentada é uma televisão

concebida para um público específico. A idéia básica é de não oferecer uma programação que misture gêneros, mas sim visar estritamente um público.

Segundo Wolton, quatro causas explicam a aparição e o sucesso da televisão segmentada: a existência de novas tecnologias, que permitem, com o cabo e o satélite multiplicar os receptores, favorecendo a interatividade; a existência de um público, de uma demanda; a existência de um mercado, de uma cultura áudio visual de massa bastante difundida, junto à capacidade que empresas de comunicação tem de produzir e oferecer esses programas diversificados; e o desgaste da televisão geralista, que foi, durante muito tempo, o único quadro de referência. A única condição da televisão fragmentada é a existência de uma população suficientemente numerosa para assistir aos programas oferecidos.

Mas, mesmo com o advento e o sucesso da televisão segmentada, não é possível abandonar a geralista. A experiência da televisão temática, atualmente, serve mais como estímulo à televisão geralista do que como um questionamento desta.

A televisão fragmentada possui princípios, como ter como garantia a segmentação social e cultural, e disso fazer um projeto lucrativo; considerar a liberdade individual, na qual o consumidor é um indivíduo, singularizando a relação com a televisão; e ter o domínio da edição sobre a programação. Segundo Wolton (1996) essa diferença muda a relação do produto com o contexto.

A programação, mesmo que não seja jamais respeitada, é uma espécie de construção da relação com a realidade que ordena tanto os programas como o calendário do tempo cotidiano. Ela exprime uma aceitação e uma responsabilidade voluntária com os diferentes momentos da vida dos indivíduos, com as diferentes aspirações dos habitantes de um país, com os diversos

componentes culturais de uma sociedade em seu conjunto. Ela é uma espécie de 'representação em miniatura' da sociedade, e da maneira como a concebem os indivíduos que nela vivem. (WOLTON, 1996, p.106)

A televisão segmentada remete à idéia de que a integração social e cultural é notável na sociedade de massa, e que o risco principal é o sufocamento do indivíduo. Ela também responde ao movimento contraditório da diversificação e da interação da sociedade moderna, ao reunir indivíduos a partir de uma escolha particular. Essa TV leva em consideração as desigualdades culturais e tenta, por meio de uma diversidade na oferta, satisfazer os diferentes públicos sem procurar desempenhar o papel de laço social. Contribui, ainda mais que a TV privada, para a aproximação entre a televisão e o usuário, ela inaugura um modo de reagrupamento diferente da comunidade no sentido tradicional, uma coisa mais leve, mais individualista. Seguindo o pensamento de Wolton (1996), a televisão temática reagrupa os indivíduos no sentido de um desengajamento em relação ao modelo de massa, sem cair em um individualismo estreito.

A televisão geralista procede da idéia de que o papel crescente da comunicação é referente mais a uma convivência do que a uma real sociedade, e de que manter uma certa coerência entre os diferentes grupos sociais é tão importante quanto satisfazer as necessidades de comunicação de cada um desses grupos. Ao contrário da TV fragmentada, a televisão geralista oferece uma programação com características comuns para satisfazer o indivíduo e a massa, sem suprimir as desigualdades sociais. Ela pode ser resumida em três pontos fortes: a relação entre programas e informação; a programação; a dimensão democrática. Programas de entretenimento e informação estão na origem do sucesso da televisão, constituindo um mundo objetivo e um mundo de lazer.

A TV geralista possibilita a presença desses dois gêneros em um mesmo canal, em horários diferentes, assim desempenhando um papel de unidade social e cultural. A mistura constante de informações e programas é vista como um fator positivo, pois mesmo que haja um temor de rejeição ou ambivalência em relação à informação, esse encadeamento entre notícias e o resto da programação pode ser tranquilizador. Em relação à essa televisão, Wolton ressalta o laço existente entre TV e democracia de massa. “Podemos dizer que a televisão de massa tem as mesmas vantagens e os mesmos inconvenientes da democracia de massa: uma igualdade sempre artificial e um sufrágio universal sobre o qual não se pode afirmar que seja usado racionalmente” (WOLTON, 1996, p.113).

A televisão fragmentada é vista como um tipo de solução para os problemas da geralista, mas Wolton (1996) desconstrói essa idéia. Segundo ele, ao se considerar que existe uma unidade na televisão e ao aceitar a hipótese do interesse superior da televisão geralista, pode-se entender porque a televisão segmentada é uma falsa solução para um problema da aproximação entre a oferta e uma demanda mais diversificada. A televisão fragmentada constitui uma falsa solução para o empobrecimento da qualidade dos programas. Nada indica que a programação nas televisões segmentadas possa ser melhor que nas geralistas. Seguindo esse pensamento, Wolton (1996) considera que há tempos procuramos uma comunicação mais autêntica.

A televisão fracionada, depois da televisão local ou comunitária, participa desse movimento. Para mais além de uma concepção diferente das relações indivíduos-massa e do laço social, existe uma concepção de homens e de sua comunicação que está em causa. Os partidários da televisão geralista não acreditam na comunicação, mas na distância entre os homens e numa forma de incomunicabilidade; os partidários da televisão fragmentada acreditam muito na comunicação, ou pelo menos, na aproximação entre os homens. (WOLTON, 1996, p.120)

Wolton (1996), ao analisar a televisão brasileira, afirma que nela é encontrada o sucesso e o papel nacional de uma grande televisão, assistida por todas as classes sociais, constituindo, assim, um poderoso fator de integração social. É uma televisão geralista, pois desempenha um papel central nas sociedades democráticas e contribui, também para valorizar a identidade nacional. Diferencia-se da TV europeia por ser privada, mas, como tem importância social, cultural e política, ela obedece às limitações dos serviços públicos. Ao contrário da TV europeia, a brasileira começou atingindo um meio restrito: a elite econômica. A explicação para isso é o fato das elites econômicas seguirem o modelo ocidental, além de serem as únicas a dispor de meios financeiros para se equipar, uma vez que os aparelhos eram caríssimos. Contraditoriamente, os programas eram populares. Durante muitos anos apenas as grandes cidades possuíam as emissoras necessárias, e a televisão era vista como um tipo de espetáculo.

No Brasil e na Europa a televisão desenvolveu-se segundo o modelo de televisão geralista de massa, servindo de laço entre os meios sociais. A TV tornou-se um fator de modernização para as classes sociais, porque elas se alimentavam da televisão.

Esse papel de laço social ou de amortecedor desempenhado pela televisão no Brasil, só existe, evidentemente, devido à dupla condição de ser uma televisão assistida por todas as classes sociais e de ser um espelho da identidade nacional. Compreendemos, evidentemente, que essas duas condições não estão juntas; por exemplo, num país sem grandes meios econômicos para preservar sua identidade nacional, uma televisão assistida desigualmente pelos meios sócias desempenha menos esse papel social. (WOLTON, 1996, p.157)

Ao analisar a televisão brasileira Wolton (1996) avalia também o papel da Rede Globo, que segundo ele é um dos símbolos da identidade brasileira. Ele acredita que a Globo é um instrumento de cultura de massa numa sociedade hierarquizada, um instrumento de modernização

e integração. Em 1955 havia menos de um milhão de aparelhos de televisão, e em 1990 já existiam cerca de 30 milhões. Apesar da lógica financeira implacável da Globo, o seu sucesso provém, também, do fato de ter conseguido, tornar-se ao mesmo tempo espelho e parte do ideal brasileiro.

As televisões visam o público de classe média. No Brasil, a classe média parece uma espécie de referência comum, apesar de suas desigualdades sociais, das distâncias entre as grandes cidades e das diferenças geográficas. Isso é uma prova de uma certa integração, ou pelo menos prova da existência de um imaginário consumidor comum a todas as classes sociais. Wolton (1996) pondera que o desafio continua sendo a grande ambição para uma televisão nacional que reflita a diversidade cultural e social. “Isso corresponde à ambição mais alta da televisão como um laço social: oferecer a cada um a possibilidade de verificar que pertence a essa comunidade e que, no seio dela, pode emancipar-se” (WOLTON, 1996, p.166).

Entre os anos de 1955 e 1964, a televisão era restrita. No Brasil, diferentemente da Europa, as elites eram os telespectadores. Mas, mesmo assim, os programas eram populares. A TV era um espetáculo, e os telespectadores contavam sobre os programas aos outros. A fase entre 1964 e 1975 foi a da decolagem, as classes C e D passam a ter acesso à televisão. A expansão da TV coincide com a ditadura militar no Brasil. Os militares ofereceram esse instrumento de modernização, para fazer propaganda política e para contribuir para a grandeza do Brasil, sem imaginar que a TV inspirava a liberdade e abertura cultural.

A expansão tecnológica aconteceu entre 1975 e 1988. A televisão passou a estar em quase todos os lugares, graças à Brasilsat. Em sua análise, Wolton (1996) afirma que a televisão se desenvolve, junto com a afirmação de uma identidade nacional que acelera a produção cultural. Isso reforça o sentimento de identidade nacional, e é o começo da exportação de programas e da autoconfiança. A publicidade que financia a televisão privada desenvolve-se a ponto de 60% do mercado nacional publicitário ser dirigido para a televisão.

A fase que acontece depois de 1988 é a da expansão internacional. As novelas transformam-se em produtos de exportação. A constituição de 1988 cria condições para uma liberdade de imprensa. Wolton (1996) garante que, depois de vinte anos de expansão, todas as classes da população assistem TV. A cultura e a identidade brasileira foram conduzidas, pelos militares e pela democracia, para além das razões comerciais.

A influência que a TV e a mídia têm na vida das pessoas deve ser levada em consideração na hora de publicar escândalos, ou transformar ações em escândalo, alimentando o desejo da sociedade do espetáculo. Muniz Sodré e Raquel Paiva (2002) estudam o declínio da qualidade da programação televisiva. Segundo os autores, o grotesco infiltrou-se em praticamente todos os gêneros televisivos, desde os programas de auditório até o telejornalismo espetacularizado. Na busca obsessiva pela audiência e pelas verbas publicitárias, as programações afastam-se da boa qualidade televisiva, substituindo valores éticos por emoções baratas e esquisitices de toda ordem. O grotesco é caracterizado como “um tipo de criação que às vezes se confunde com as manifestações fantasiosas e que quase sempre nos faz rir” (SODRÉ E PAIVA, 2002, p.19) e

tornou-se adjetivo usado para qualificar roupas, comportamentos, atitudes, arte, e tudo o que for ligado ao ser humano.

Muniz Sodré e Raquel Paiva analisam as décadas de 60 e 70, lembrando as primeiras aparições grotescas na programação, como Chacrinha, Sílvio Santos, Hebe Camargo, para, então, mostrar como a TV “Popularesca” consolidou-se no mercado, com programas como Ratinho e Big Brother Brasil. O “popularesco” seduz amplas faixas de audiência, predispostas a rir diante das situações chocantes que desfilam em telas e imagens. A TV, maior veículo de massa de hoje, dedica ampla visibilidade às cenas vexatórias, à ofensiva dos produtos apelativos e de baixo nível artístico que dominam a programação de maior audiência, a mais popular do país. Segundo Sodré e Paiva, a televisão se impõe como entretenimento.

Todo esse poderio midiático desenvolve-se num quadro latino-americano e nacional, onde são cada vez mais exíguas manifestações culturais autônomas por parte das populações. A televisão impõe-se como o entretenimento hegemônico, com todos os seus modos de ocultar e distorcer a realidade vivida. (SODRÉ E PAIVA, 2002, p.128)

Da mesma maneira que Sodré e Paiva analisam a TV como um poder midiático, propagadora do grotesco, Eugênio Bucci, afirma que a televisão influencia, manipulando e dominando, a vida dos telespectadores. Segundo Bucci, a televisão invadiu o espaço público de uma maneira tal, que já não tem jeito de separar um do outro.

Com uma televisão que se expande e se moderniza sem parar (se moderniza como negócio e como tecnologia), o que nós temos hoje é uma disputa de paradigmas: ou a televisão continua a delimitar o espaço público, ou o espaço público decide, por suas forças legítimas, disciplinar a televisão que o ocupa – e que por vezes o constitui. (BUCCI, 1997, p. 21)

O autor argumenta que a realidade que os brasileiros vivem é a realidade que aparece na telinha. Se a televisão não mostra, não é verdade. “O Brasil que se via fora da TV foi perdendo sua legitimidade no espaço público, como se se tratasse de um Brasil menos importante, menos conseqüente, menos verdadeiro” (BUCCI, 1997, p.14). O modelo de televisão que impera no Brasil, segundo o autor, sobreviveu à ditadura e, desde então, só se fortaleceu. O poder das grandes empresas de comunicação não tende a diminuir. A mesma empresa dona de uma grande rede de televisão é, também, dona de uma grande rádio e de um grande jornal impresso. Isso faz com que a mídia seja monopolizada, girando em torno dos interesses de um certo grupo. Bucci relaciona, ainda, o domínio da televisão com a falta de instrução dos telespectadores. “A importância da televisão numa sociedade, atualmente, é diretamente proporcional às taxas de analfabetismo e de subdesenvolvimento. A influência do veículo tende a ser maior na pobreza do que na riqueza” (BUCCI, 1997, p.15).

Programas de televisão que produzem baixarias, brincadeiras de mau gosto, escândalos de famílias e políticos, têm grande audiência. Grande parte do público, atualmente, assiste o que choca, sangra, o escândalo, o conflito, a polêmica, o grotesco, o espetacular. Então, na briga pela audiência, as emissoras de TV adotaram como estratégia: quanto mais apelos sensacionalistas um programa tiver, maior será o número de telespectadores assistindo. Mesmo com todo avanço tecnológico e com o surgimento de novos meios de comunicação, como a Internet, a televisão ainda tem maior poder de propagação.

2.2 Missão social do Telejornalismo

O sensacionalismo, o escândalo pode ser visto na televisão em tipos diversos de programas, que são feitos em um formato que propaga o grotesco. Até mesmo telejornais divulgam notícias escandalosas, grotescas. Por isso a necessidade de estudar o telejornalismo no Brasil e sua história. A sua importância social e sua fundamentação teórica. O autor Guilherme Jorge Rezende (2000), ao discutir o telejornalismo, argumenta que este “cumpre uma função social e política tão relevante porque atinge um público, em grande parte iletrado ou pouco habituado à leitura, desinteressado pela notícia, mas tem de vê-la enquanto espera a novela”. Constatada a importância social do telejornal, questões sobre o telejornalismo são levantadas, uma delas é se o telejornalismo está cumprindo satisfatoriamente essa missão, uma vez que está atrelado às grandes corporações que controlam as estações de TV.

A oralidade é um dos elos de entendimento entre o público receptor e a televisão. Por isso, a linguagem coloquial é a adotada pelos programas televisivos, inclusive os jornalísticos. Há uma necessidade de embalar as notícias nesse formato para facilitar o consumo de informações. Rezende discute a imagem e o texto na televisão e no telejornalismo. Muitos profissionais acreditam que, quando se tem uma boa imagem, o texto é dispensável. Já outros acreditam que a imagem por si só pode passar uma mensagem equivocada, que o texto atrelado à imagem é fundamental. O autor afirma que “todas essas reflexões encaminham-se à conclusão de que apesar de ter no código iônico o componente básico de sua linguagem, a TV não pode prescindir do verbal. [...] O verbal completa a narrativa por imagens” (REZENDE, 2000, p.47). Na mesma linha de raciocínio de Rezende, Luis Gleiser afirma que “se mais vale uma imagem que mil

palavras, mil e uma palavras são usadas no esforço de controlar e ordenar o material visual”. (GLEISER *apud* REZENDE, 2000, p.50).

Nos telejornais, conforme enfatiza o autor, a informação tem perdido espaço na televisão para programas de entretenimento, que são mais lucrativos e ‘prendem’ a atenção dos telespectadores. Esses programas são mais interessantes, na visão das grandes emissoras, que têm como objetivo sempre o lucro. A divulgação do maior número de notícias no menor tempo possível é o lema atual seguido pelos telejornais.

Assunto importante, discutido por Guilherme Jorge Resende, é o sensacionalismo. Segundo ele, “o espetáculo destina-se basicamente à contemplação, combinando, na produção telejornalística, uma forma que privilegia o aproveitamento de imagens atraentes – muitas vezes desconsiderando seu real valor jornalístico - com um conjunto de notícias constituído essencialmente de *fait divers*” (REZENDE, 2000, p.25). O formato espetacular é como uma fórmula capaz de magnetizar a atenção do público. O telejornalismo explora o espetáculo através das imagens. É fácil fazer uma notícia espetáculo com uma imagem de pura emoção, capaz de falar sozinha, sem palavras.

Diferentemente de Resende, Arlindo Machado vai além de do sensacionalismo, ele discute o telejornalismo levando em consideração problemas ético-profissionais envolvendo a seleção de notícias e, também, as abordagens tradicionais do telejornal, que restringem apenas à análise do conteúdo. O telejornal não pode ser encarado como dispositivo de reflexão de eventos, de natureza espetacular, ou como um recurso de aproximação daquilo que acontece. Machado (2001) considera que a menos que nós próprios sejamos protagonistas de algum fato, os eventos

surgem para nós mediados através de repórteres, porta-vozes, testemunhas oculares e “toda multidão de sujeitos falantes considerados competentes para construir versões do que acontece.”

Tecnicamente, o telejornal é composto por uma mistura de diferentes fontes de imagens e sons: filmes, gravações em fitas, fotografias, material de arquivos, músicas, gráficos e mapas, etc. Consiste em tomadas em primeiro plano, enfocando pessoas que falam diretamente para a câmera. Os telejornais se constroem, basicamente, da mesma maneira, se endereçam de forma semelhante ao telespectador, falam no mesmo tom de voz e utilizam o mesmo repertório de imagens, sob qualquer patamar de progresso cultural ou econômico. O telejornal foi arquitetado, ao longo da história, com uma estrutura de apresentação baseada em depoimentos dos sujeitos que participaram do acontecimento. Por essa razão tornou-se essencial a presença da televisão no local e tempo dos acontecimentos. Machado acredita que mais um motivo da presença dela ser essencial é “não apenas para autorizá-la como fonte confiável, mas principalmente porque essa é a condição *sine qua non* de seu processo significante” (MACHADO, 2001, p.105).

Machado acredita que existam variantes dessa estrutura básica, que alguns modelos podem mascarar a situação de mediação, através da incorporação sutil de recursos narrativos da ficção audiovisual, como, por exemplo, música dramática na trilha sonora ou até mesmo reconstituição dos acontecimentos com atores. Outro tipo de variante são modelos que colocam a situação de mediação escancarada, fazendo basear o relato na autoridade de um âncora, uma espécie de voz que se intromete nos relatos e os fecha com um comentário tipo editorial.

Dentre os modelos de telejornal analisados por Machado (2001), destacam-se o polifônico e o opinativo. No polifônico, o apresentador conduz o telejornal, de uma forma impessoal, e tanto

apresentador quanto repórter evitam opinar sobre a notícia. Já o opinativo é um tipo de telejornal em que o âncora é a fonte principal de organização dos enunciados. Além disso, deixa entrever abertamente os seus compromissos, ao invés de esconder seu ponto de vista sob a fachada de neutralidade. O autor (2001) acredita que esse tipo de telejornal pode ser teoricamente preferível, uma vez que pode exercer maior influência junto à opinião pública, mas enfatiza que esse tipo de jornalismo é sempre uma faca de dois gumes, pois tudo é uma questão de saber qual opinião ele adota. Um modelo não pode ser considerado melhor ou pior que o outro, é necessário examinar cada caso individual e sua conjuntura concreta.

O fluxo telejornalístico são seqüências de várias versões para o mesmo acontecimento. O principal problema em relação à compreensão do telejornal pode ser o pressuposto de que a sua função é informar sobre o que está acontecendo. Este é um pressuposto universalmente aceito, por isso as abordagens do telejornal se restringem a tentar verificar o grau de exatidão ou de confiabilidade da informação veiculada.

Num certo sentido, podemos dizer que o telejornal é uma colagem de depoimentos e fontes numa seqüência sintagmática, mas essa colagem jamais chega a constituir um discurso suficientemente unitário, lógico ou organizado a ponto de ser considerado 'legível' como alguma coisa 'verdadeira' ou 'falsa'. (MACHADO, 2001, p.110)

Machado (2001) ainda enfatiza que ao misturar o fluxo televisual e os materiais de fontes diversas, o telejornal coloca em choque os diferentes enunciados, podem anulá-los ao mesmo tempo em que lhes dá publicidade.

3 MÍDIA SENSACIONALISTA: O ESCÂNDALO E O ESPETÁCULO

3.1 Imprensa e os aspectos da notícia

O desenvolvimento dos meios eletrônicos, rádio e sobretudo a televisão, representaram, de algum modo, a continuação de um processo que teve início com o advento da mídia impressa, mas sob outros aspectos representou um novo começo. O sensacionalismo, segundo Danilo Angrimani, vincula-se a uma linguagem específica, que remete ao inconsciente dos consumidores desse gênero informativo. O *Fait Divers*, termo francês que designa a notícia do dia, é visto por Angrimani (1995) como “um componente indissociável da imprensa sensacionalista”, mas não fundamenta no que é a essência do sensacionalismo. A linguagem sensacionalista também é usada tanto no jornalismo impresso, quanto no telejornal e no radiojornal. Essa linguagem usada precisa ser chocante, precisa quebrar a barreira emocional imposta pelo público. As pessoas têm que se entregar à emoção. Os meios de comunicação são uma maneira de os fatos ganharem ampla visibilidade, por isso são privilegiados na construção de representações e mediações sociais.

Danilo Angrimani estuda o sensacionalismo na imprensa, direcionando sua pesquisa para a chamada "imprensa marrom", que prioriza a cobertura policial de uma forma grotesca e descontextualizada. A história do sensacionalismo, através dos tempos e seus diversos veículos, discorre principalmente sobre as razões psicológicas que fazem com que um amplo público seja atraído por esse produto. Angrimani (1995) conceitua sensacionalismo como sendo “a produção

de noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato. Em casos mais específicos, inexistente a relação com qualquer fato e a ‘notícia’ é elaborada como mero exercício ficcional”.

O *Fait Divers* é um componente usado pela imprensa sensacionalista, mas não é a essência do sensacionalismo. A linguagem usada também é fundamental para a mensagem chegar corretamente ao receptor. Ela precisa ser chocante, precisa fazer as pessoas se entregarem à emoção. O sensacionalismo não admite moderação. A partir do início do século XX, com o sensacionalismo presente na imprensa, já se sabia que quem seguisse a via sensacionalista estaria comprometendo a credibilidade, mas isso não diminuiu o efeito sensacionalista na imprensa mundial.

O jornalismo está marcado por traços que o diferem completamente do contexto em que se fazia jornalismo nas décadas de 50, 60 e do período anterior às Guerras. Ciro Marcondes Filho (1993) analisa a prática do jornalismo na passagem para o terceiro milênio, afirmando que a época de hoje é a das novas tecnologias de comunicação e já não se pode mais falar de comunicação sem mencionar ao mesmo tempo este novo quadro marcado e influenciado por essas tecnologias.

Marcondes Filho fala do começo de uma nova era: “a era da tecnologia”. Essa era traz muitas mudanças para o mundo e para o jornalismo. Com esse avanço, o homem tem que dar conta de tudo em um tempo muito mais curto. Marcondes Filho acredita que um dos maiores problemas dessa nova era, são as fotografias que aparecem nos jornais, que para ele, não correspondem ao que significavam anteriormente nos jornais impressos da primeira metade do século XX.

Há uma compressão de tempo, tudo se torna radicalmente comprimido e isso exige que as pessoas atuem mais rapidamente. Para Marcondes Filho, isso atinge também a forma do homem de se relacionar com tudo que está a sua volta:

A compulsão à troca tornou-se mais radicalizada as coisas duram menos tempo em nossas mãos ou em nossa consciência. Livramo-nos delas mais rapidamente. Em nossas memórias, fatos e vivências sedimentam-se ou fixam-se menos, tornando-se por isso menos residuais. O resultado é também um tipo de experiência de vida marcada pela flutuação acima dessas mesmas coisas, pelo viver caracterizado pelo estado de constante pulsação e movimentação. (MARCONDES FILHO, 1993, p. 93)

O novo caráter do jornalismo, numa sociedade que se torna cada vez mais invadida por sofisticados sistemas de comunicação e tecnologias de informação, adota uma forma de produção coerente com este novo mundo.

3.2 Eventos da mídia

A influência que a TV e a mídia exercem na vida das pessoas deve ser levada em consideração na hora de publicar escândalos, ou transformar ações em escândalo, alimentando o desejo da sociedade do espetáculo. Fatos transformados em escândalos pelos meios de comunicação podem se transformar, rapidamente, em acontecimentos nacionais, acontecimentos globais, produzindo espanto entre indivíduos situados em contextos amplamente diferentes. Para se entender melhor o escândalo e o espetáculo é preciso conhecer suas definições.

O espetáculo apresenta-se ao mesmo tempo como a própria sociedade, como uma parte da sociedade e, como instrumento de unificação. É a ideologia por excelência, por que expõe e manifesta a essência de qualquer sistema ideológico: o empobrecimento, a submissão e a negação da vida real. O espetáculo é materialmente a expressão da separação e do afastamento entre o homem e o homem. De acordo com Guy Debord², o espetáculo não pode ser compreendido como um abuso de um mundo da visão, o produto das técnicas massivas de imagens.

O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens. (...) O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um suplemento ao mundo real, a sua decoração readicionada. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares, informação ou propaganda, publicidade ou consumo, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. (DEBORD,1998)

O escândalo se refere a ações ou acontecimentos que implicam certos tipos de transgressões que se tornam conhecidos de outros e que são suficientemente sérios para provocar uma resposta pública. Essencial para que uma ‘ação’ se torne um escândalo é que chegue ao conhecimento de outras pessoas. Mais do que isso, essa ação deve ter um certo grau de desaprovação pública. As pessoas devem achar que tal ação é moralmente vergonhosa. O escândalo ocupa uma zona intermediária entre crimes abomináveis e má conduta trivial. A notícia, a princípio por ser uma forma de atrair o público, tem uma natureza sensacionalista, voltada para o espetáculo, escandalosa, dando destaque a fatos que possam chocar e ao mesmo tempo despertar o interesse do público.

² DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo.

De acordo com John B. Thompson (2000), o escândalo, como um evento da mídia, que implica a revelação de atividades previamente ocultadas e moralmente desonrosas, as quais desencadeiam uma seqüência de ocorrências posteriores, foi criado no fim do século XVIII e no século XIX. No século XX, ele se tornou um gênero que alguns procuraram avidamente colocar em ação, enquanto que outros, especialmente aqueles que eram proeminentes na vida pública, se esforçavam, com graus diferenciados de descrição e sucesso, para evitá-lo.

A importância do escândalo está do fato de ele afetar as fontes concretas de poder. Uma ação ou acontecimento pode se tornar público pelo fato de ser registrado e transmitido a outros que não estão fisicamente presentes no tempo e lugar de sua ocorrência. A revelação de segredos ocultos do poder é vista por alguns jornalistas como uma forma de exercer sua missão de guardiões do interesse público. É uma ameaça para quem consagrou sua carreira à busca de poder e à conquista de sucesso na vida política. Participantes de escândalos, provavelmente, irão sentir uma sensação de embaraço e vergonha, na medida em que suas vidas são transformadas em acontecimentos públicos, podendo ser vistas e comentadas por milhares de outras pessoas.

O fato de alguns indivíduos terem suas vidas como foco da atenção pública faz com que o escândalo seja uma ameaça constante. Escândalos podem envolver revelações que prejudicam seriamente a reputação dos indivíduos envolvidos. O desenvolvimento da mídia nos últimos dois séculos fez com que ela se tornasse a grande propagadora dos escândalos, fazendo com que eles tivessem proporções enormes. Thompson explica que os escândalos não são mais apenas localizados:

Uma nova forma de escândalo emergiu, o que chamarei de *escândalos midiáticos*, cujas propriedades diferem daquelas dos escândalos localizados e cujas possíveis conseqüências são de escala totalmente diferentes. Escândalos

midiáticos não são simplesmente escândalos noticiados pela mídia e que existem independentemente dela: eles são, de diferentes maneiras e até certo ponto, constituídos por formas midiáticas de comunicação. (THOMPSON, 2000 p.59)

O espetáculo que inverte o real é efetivamente produzido. Ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo, e retoma em si própria a ordem espetacular dando-lhe uma adesão positiva. Guy Debord³ explica que “o conceito crítico de espetáculo pode também ser vulgarizado numa qualquer fórmula oca da retórica sociológico-política para explicar e denunciar tudo abstratamente e, assim, servir para defesa do sistema espetacular”. Tanto o espetáculo quanto o escândalo ganham grandes proporções na mídia e dependem da ‘aprovação’ pública para proliferarem. Um espetáculo pode ser um escândalo e um escândalo pode virar um espetáculo.

A alienação do espectador em proveito do objeto contemplado exprime-se assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria essência e seu próprio desejo. A origem do espetáculo é a perda da unidade do mundo, e a expansão gigantesca do espetáculo moderno exprime a totalidade dessa perda: a abstração de todo o trabalho particular e a abstração geral da produção do conjunto. A sociedade se torna apática, consumidora do espetáculo. Debord exalta que “o consumo espetacular que conserva a antiga cultura congelada, compreendendo nela a repetição recuperada das suas manifestações negativas, torna-se abertamente no seu setor cultural o que ele implicitamente é na sua totalidade: a comunicação do incomunicável”.

³ DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo.

O escândalo também está associado à corrupção e suborno, de tal modo que esses conceitos se misturam. Alguns dos maiores escândalos, com maiores conseqüências foram baseados em acusações de corrupção. Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, os políticos e outras figuras públicas se tornaram muito mais visíveis. É mais difícil para eles, atualmente, fazer sigilo sobre acontecimentos que eles prefeririam manter ocultos. Segundo John B. Thompson, “a crescente preponderância do escândalo político está ligada a determinadas mudanças na mídia e na cultura e prática do jornalismo, mas que está ligada também a certas mudanças amplas no contexto social da política” (THOMPSON, 2000, p.146).

A imprensa da cultura de massa abre as portas para esses acontecimentos que só se justificam pelo seu valor sentimental. “Nota-se que a presença do sensacionalismo, do horrível, do ilícito, do destino, da morte na vida cotidiana, é atenuada pelo modo de consumo jornalístico; o sensacionalismo é consumado, não segundo o rito cerimonial da tragédia, mas à mesa, no metro, com café com leite” (MORIN, 1997, p.115). Nos jornais, revistas ou nas telas em geral, a vida é retratada de forma intensa, sempre envolta numa exuberância que compensa a falta de graça da vida real. No dia a dia, os desejos e instintos do homem são reprimidos, e a válvula de escape encontrada para liberar essa repressão é a mídia. A imprensa, através do sensacionalismo, consegue fazer com que o espectador realize seus desejos mais ocultos.

3.3 O escândalo político: acontecimento midiático

Nos séculos XVII e XVIII, era comum para jornais e outros periódicos ter uma orientação política explícita. Jornais e periódicos eram geralmente de propriedades de indivíduos que possuíam filiações políticas específicas e alguns eram subsidiados através de pagamentos regulares de partidos políticos. Mas com o surgimento, no século XIX, de jornais baratos, de circulação massiva, a relação entre a imprensa de periódicos e os interesses partidários foi alterada sob certos aspectos. A circulação massiva de jornais passou a depender menos do apoio financeiro dos partidos políticos e em certos casos eles proclamavam explicitamente sua neutralidade política. De acordo com John B. Thompson, “pelo fim do século XVIII e durante o século XIX, o emprego de escândalo em relação à mídia começou a mudar e o termo foi gradualmente desvinculado de sua estreita associação com calúnia e sedição” (THOMPSON, 2000, p.78).

Com desenvolvimento dos meios impressos e outros meios (de comunicação), contudo, os governantes políticos adquiriram mais um tipo de publicidade separada de sua aparição física diante de um público reunido, adquiriram uma maneira de falar com o público, de aparecer para o público sem ser pessoalmente. Os governantes usaram os novos meios de comunicação não apenas como um veículo para promulgação dos decretos oficiais, mas também como meio de construir uma auto-imagem que poderia ser levada a outros em locais distantes. As atividades dos governantes políticos ficaram cada vez mais visíveis a inúmeras pessoas que não se encontravam em situação de poder ver esses governantes (ou outros) no dia-a-dia de sua existência. A

visibilidade das ações dos políticos, de suas aparições diante de outros reunidos num mesmo local aumentou enormemente.

Os líderes políticos passaram a poder dirigir-se ao povo como se fossem pessoas da família ou amigos. E dada a capacidade da televisão de transmitir imagens *close-ups*, as pessoas puderam examinar detalhadamente as ações e falas de seus líderes, suas expressões faciais, sua aparência pessoal, seus trejeitos e linguagem corporal, com um tipo de atenção detalhada, que antes só tinham com quem se podia partilhar uma relação íntima e pessoal. Thompson, ao discutir o assunto, afirma que

O isolamento pessoal da maioria dos líderes políticos do passado foi cada vez mais sendo substituído por esse novo tipo de intimidade midiática, através da qual os políticos podiam se mostrar não apenas como líderes, mas como seres humanos, como pessoas comuns que podiam se dirigir a seus sujeitos na qualidade de companheiros, revelando seletivamente aspectos de suas vidas e de seu caráter de um modo coloquial ou mesmo íntimo. (THOMPSON, 2000, p.69)

A partir do momento em que os políticos começaram a ter maior visibilidade na mídia, eles ficaram mais propensos a escândalos. Esconder manobras políticas, fraudes, golpes, corrupções, e até mesmo segredos sobre a vida pessoal ficou praticamente impossível. As alegações referentes a transgressões são feitas mais facilmente por indivíduos ou organizações da mídia. Mas uma alegação sem fundamento pode resultar em uma ação de calúnia, no pagamento de prejuízos, entre outras coisas.

O escândalo político não se restringe apenas à personalidade que está em evidência e de seu *status*, ele implica uma transgressão, a violação de regras e procedimentos legalmente obrigatórios. E nessas circunstâncias, segundo Thompson (2000), o escândalo pode ser uma arma

poderosa, “demonstrar, ou mesmo alegar, que um opositor político transgrediu uma norma moral que deve ser cumprida, (...) pode ser um meio de desacreditá-lo”.

Existem vários tipos de escândalos políticos, e o escândalo político-financeiro está, atualmente, em evidência na mídia brasileira⁴. Esse tipo de escândalo é baseado na revelação de ações de figuras políticas, que implicam uma infração das regras vigentes e a apropriação de recursos financeiros. A natureza e a amplitude dos escândalos político-financeiros variam de um contexto nacional a outro. Essas divergências podem ser explicadas por alguns fatores, como leis e códigos de práticas diferentes. Thompson, ao discutir o assunto, explica que “a história dos escândalos político-financeiros é uma história que é modelada pela influência sobreposta desses fatores institucionais, legais e culturais e, conseqüentemente, é uma história que reflete as características específicas e diferenciadoras de culturas nacionais próprias” (THOMPSON, 2000, p.198). Os escândalos político-financeiros podem envolver diferentes tipos de infrações, como a troca irregular de recursos econômicos com o propósito de influenciar decisões ou resultados políticos, apropriação irregular de fundos públicos, fraude, suborno de eleitores, influência ilegal nas eleições, apropriação indevida de fundos de campanha, entre outros.

O escândalo político como um acontecimento midiático é um desenvolvimento da história recente e está ligado à mudança do ambiente informacional da política. Esse tipo de escândalo surgiu em um contexto social, no qual o poder das organizações da mídia foi adquirindo importância, e a capacidade dos líderes políticos de conseguir e exercer o poder foi se tornando

⁴ No momento dessa pesquisa, estava na mídia o escândalo do mensalão. Um escândalo político-financeiro, envolvendo pagamento de propina, corrupção, tráfico de influência, desvio de verba, entre outros. Este escândalo e outros dois (dos correios e dos bingos) estavam sendo apurados por três diferentes CPMIs (Comissão Parlamentar Mista de Inquérito).

cada vez mais dependente dos recursos que lhes possibilitaria mobilizar apoio. John B. Thompson alega que o escândalo se tornou uma característica generalizada da vida social e política.

O escândalo está profundamente radicado em nossas tradições históricas e estreitamente entrelaçado com o desenvolvimento das formas midiáticas de comunicação, um desenvolvimento que transformou a natureza do espaço público e os limites entre as esferas pública e privada. Hoje, os que ocupam ou aspiram ocupar, funções de proeminência na vida pública, incluindo postos de poder e responsabilidade na esfera política, vêm-se agindo dentro de um ambiente informacional que é muito diferente daquele que existia há alguns séculos e até mesmo há algumas décadas. (THOMPSON, 2000, p.313)

O escândalo político faz parte dos princípios organizativos de uma sociedade democrática. Por mais que se deseje criticar os escândalos, não é prudente tentar restringir o escândalo político em si. Ele pode ajudar a produzir mais transparência e responsabilidade no governo, e pode fazer com que os políticos exerçam a confiança que neles foi depositada.

3.4 A natureza sensacionalista da informação

O surgimento da imprensa de circulação de massa nos séculos XIX e XX colocou prioridade na necessidade de atrair sempre um número maior de leitores. Esse fato, segundo Thompson (2000), criou um contexto em que “a procura por notícias chamativas, entretenedoras, se tornou uma característica rotineira da produção jornalística.” Os noticiosos, além de fornecer informações, são produzidos como verdadeiros espetáculos, de modo a causar o mesmo interesse e emoção proporcionados pelas obras de ficção ao espectador. A informação apenas vai se tornar um produto de consumo após ser devidamente elaborada para ficar atraente e interessante. Com essa

idéia, o jornalista pode escrever textos sensacionalistas, empregando uma técnica específica destinada a gerar no público-alvo emoções fortes.

Relacionando sensacionalismo com o que é o acontecimento, Adriano Rodrigues afirma que o jornalismo surge para substituir os mitos da antigüidade, por isso cria uma unidade lógica para um mundo caótico. Rodrigues acredita que o acontecimento jornalístico irrompe sem nexos, e a partir daí surgem os critérios de notabilidade.

A escolha dos termos, a ordem de sua apresentação, a seleção dos fatos expostos pressupõem inevitavelmente a existência de juízos de valor fundamentados em critérios partilhados por uma comunidade de palavra com um conjunto de definições de critérios, algumas equívocas, acerca das quais se exige o estabelecimento de um acordo. (RODRIGUES, 1993, p.32)

O autor explica que a notícia tem, em sua natureza, um caráter sensacionalista, ao buscar o imprevisível, o trágico.

Seguindo a mesma linha de Rodrigues, Elcias Lustosa (1996) argumenta que a notícia é um relato, uma maneira particular de descrição de um fato ou de uma realidade. Além da narração do fato, o autor afirma que a notícia agrega ou até mesmo exige um tratamento sensacionalista para interessar quem vai comprá-la. A princípio, por ser uma forma de atrair o público, a notícia tem uma natureza sensacionalista, dando destaque a fatos que possam chocar e ao mesmo tempo despertar o interesse do público.

O relato do fato implica a abordagem própria, ou melhor, implica a construção de um discurso que emociona ou cause sensação. Além da produção de informações que atendam ao interesse de saber sobre alguma coisa, a notícia descreve fatos que nos emocionam e que despertam nosso interesse. É preciso alertar que não somente o texto implica construir a sensação e a emoção, mas os próprios acontecimentos narrados nas notícias são preferencialmente colhidos pelos jornalistas entre os mais sensacionais e emocionantes. (LUSTOSA, 1996, p.32)

Contrariando outros autores, quem consideram o sensacionalismo um instrumento grotesco usado para atrair mais telespectadores, leitores e ouvintes, Lustosa e Rodrigues concordam que o sensacionalismo não é uma forma grotesca de atrair o público, com fatos que exploram a violência descontextualizada, por exemplo, mas apontam esta natureza sensacionalista, que apela, muitas vezes, para o trágico, para o negativo.

4 COBERTURA, CONTEÚDO E SENSACIONALISMO

4.1 O *Jornal Nacional*

A proposta deste trabalho é analisar o conteúdo do *Jornal Nacional* e averiguar se há traços de sensacionalismo nas notícias. Para tanto, observar e discutir as notícias, para saber como o *Jornal Nacional* trabalha a plataforma adotada pelas redes de comunicação comerciais, que visam, preferencialmente, à audiência e ao lucro.

O *Jornal Nacional* conta hoje com 64 profissionais. É exibido entre oito e nove horas da noite, tem duração de cerca de 50 minutos, é dividido em cinco blocos sem delimitação específica de tempo. As editorias que aparecem constantemente são: política, internacional, polícia, economia, esporte e geral, além da previsão do tempo e da charge. O jornal não tem entrevistado de estúdio, mas às vezes conta com comentaristas, que variam entre Arnaldo Jabor e Franklin Martins, que falam, em sua grande maioria, sobre política.

Para análise, foram coletados o *Jornal Nacional* do dia onze de agosto de 2005 a primeiro de setembro de 2005. Esse período foi escolhido aleatoriamente. Todos os telejornais coletados tiveram seu conteúdo mapeados e avaliados, para a coletânea dos dados.

Para a pesquisa quantitativa foram observados o tempo de cada bloco, editorias, o tempo destinado a cada editoria, manchetes, passagem de bloco, matérias, o número de matérias de cada

editoria, notas, entrevistas, chamadas, personagens. Também foram observadas as valências⁵ tanto para as matérias quanto para a visibilidade dos personagens.

Como o objeto de análise é o *Jornal Nacional*, cabe uma pequena história do telejornal. No dia 1º de setembro de 1969 estava no ar o *Jornal Nacional*, primeiro programa em rede nacional gerado no Rio de Janeiro, e retransmitido simultaneamente pela Rede Globo de Televisão para todas as emissoras da rede. Sempre por volta das 8 da noite, o *Jornal Nacional* foi assistido por muitos brasileiros. Hilton Gomes e Cid Moreira foram os primeiros apresentadores do telejornal. Na década de 70, os índices de audiência impressionavam: chegavam aos 70 pontos. Glória Maria, em 1977, foi a primeira repórter a entrar no ar, ao vivo. O jornal tinha, basicamente, meia hora de duração nos anos 70 e 80. O *Jornal Nacional* tornou-se um importante instrumento da ditadura para divulgar seus comunicados oficiais, ignorando a tortura, a censura e a corrupção do regime. A Globo só podia crescer e se fortalecer sob a proteção de ferro dos militares. Esse telejornal desenvolveu a capacidade de ocultar ou relatar com superficialidade os fatos mais importantes do país.

Fatos históricos marcam o poder de manipulação da Globo, e assim, do *Jornal Nacional*. Um episódio foi a tentativa de manipulação das eleições para o governo do Rio de Janeiro, em 1982, quando a Globo tentou dar como fato consumado a fraude da Proconsult e evitar a vitória de Leonel Brizola. Em 1984, tentou esconder o movimento das Diretas Já, e não conseguiu.

O império dos Marinho continuou a crescer, mantendo o *Jornal Nacional* como o principal porta-voz das classes dominantes (elite econômica) do país. Os veículos de comunicação de

⁵ A valência das matérias se refere à forma estas foram expostas pelo telejornal, se foi de forma positiva, negativa ou neutra, se valorizaram termos sensacionalistas, dramáticos. Quanto à valência para as visibilidades dos personagens, observei como o telejornal enfocou-os, se causou um efeito positivo ou negativo no telespectador.

Roberto Marinho foram melhorando a arte de remar de acordo com a maré. Construíram a imagem de Collor de Mello como campeão moral e governante moderno, manipularam o famoso debate entre Lula e Collor. Mesmo quando mostra os conflitos e as mazelas do capitalismo, a Globo acaba dando um jeito de mostrar que o caminho é o conformismo.

No início dos anos 90, o telejornal começou a apresentar um grande número de matérias investigativas e passou a ter cerca de 50 minutos. Em 1991, o *Jornal Nacional*, pela primeira vez na história, transmitiu uma guerra ao vivo: a Guerra do Golfo. Em 1994, também pela primeira vez, a cobertura da Copa do Mundo foi feita ao vivo dos Estados Unidos, país que sediou a Copa. Em 1992, após 23 anos no ar, pela primeira vez, uma mulher apresentou o jornal: Valéria Monteiro. Ao longo dos anos 1990, o *Jornal Nacional* passou por mudanças lentas e graduais. No entanto, as mudanças foram apenas de forma, para melhor se adaptar às inovações no telejornalismo e não perder espaço para outras emissoras.

Em 2002, um fato inédito: um apresentador negro na bancada do telejornal - Heraldo Pereira. E ainda em 2002, na cobertura das eleições, o *Jornal Nacional* promove pela primeira vez, uma rodada de entrevistas ao vivo, no próprio cenário, com os quatro principais candidatos à república. E, depois que Luiz Inácio Lula da Silva é eleito presidente do Brasil, ele ganha 30 minutos de entrevista no telejornal, após a confirmação da vitória. Atualmente, com uma média de 40 pontos diários, ainda é um dos programas mais assistidos da televisão brasileira.

De acordo com os modelos que Machado de refere em seu estudo, o *Jornal Nacional* é identificado como polifônico. Nesse modelo, o apresentador aparece como um condutor, em geral impessoal, cuja função é ler notícias e abrir espaço para outros protagonistas. Esse apresentador

não usa a primeira pessoa, recorrendo sempre ao plural quando precisa designar o agente enunciador. Tanto o repórter quanto o apresentador evitam opinar sobre a notícia. Quando existe uma opinião explícita, nesse modelo de telejornal, cabe aos comentaristas expressá-la. O enunciado televisual, na maioria das vezes, se constrói através do discurso indireto, o apresentador chama o repórter e esse, por sua vez, chama o entrevistado. É uma espécie de modelo padrão, no qual o relato jornalístico é imaginado como uma estrutura que não possui entidade narradora central, no qual o evento é reportado através das falas de seus protagonistas e/ou dos enviados especiais da própria televisão. Segundo Machado (2001) esse modelo polifônico pode ser acusado de tentar mascarar o fato de que toda produção de linguagem nunca é o resultado de um consenso seletivo, mas de uma postura interpretativa.

4.2 Análise do conteúdo e do enfoque à política

O *Jornal Nacional* é o telejornal mais assistido da televisão brasileira, segundo pesquisa feita pelo IBOPE. A forma com que as notícias são tratadas influencia diretamente as pessoas. É um telejornal considerado como formador de opinião, as pessoas assistem, acreditam no que foi noticiado e a partir daí comentam e espalham o que foi noticiado. Mesmo quem não pode assistir o *Jornal Nacional* um determinado dia, pode ficar sabendo por um amigo, parente ou conhecido o que foi notícia, manchete, destaque. Considerando a presença da mídia na vida das pessoas, a influência que ela pode ter, Roger Silverstone afirma que a mídia é cotidiana, com presença constante em nossas vidas.

É impossível escapar à presença, à representação da mídia. Passamos a depender da mídia, tanto impressa como eletrônica, para fins de entretenimento e informação, de conforto e segurança, para ver algum sentido nas continuidades da experiência e também de quando em quando para as intensidades da experiência. (SILEVRSTONE, 2003 p. 12)

Na época em que foi coletado o material para a pesquisa, o Brasil tinha como Presidente da República o ex-presidente do Partido dos Trabalhadores (PT), Luiz Inácio Lula da Silva, e passava por uma grande crise política, um escândalo sobre corrupção envolvendo vários políticos. Após o ex-deputado Roberto Jefferson fazer denúncias sobre um esquema de pagamento mensal para deputados que votassem a favor dos projetos do Governo na Câmara, começou uma onda de denúncias, envolvendo muitas pessoas, empresas e partidos, e muito dinheiro. No período em que o Jornal Nacional foi gravado, existiam três Comissões Parlamentares de Inquéritos, comissões feitas por deputados e senadores para apurarem as denúncias e investigarem os fatos. Eram elas a CPI dos Correios, que investigava um esquema de corrupção e pagamento de propina nos correios; a CPI dos Bingos, que investigava um esquema de corrupção nos bingos; e a CPI do Mensalão, que apurava o esquema de pagamento de mesada aos deputados, denunciado por Roberto Jefferson.

Nos dias analisados, a editoria que prevaleceu foi a de política. A maior parte das matérias tinham relação com a crise política brasileira e as CPIs dos Correios, do Mensalão e dos Bingos. Essas foram notícias todos os dias analisados, sem exceção. A unificação das três CPIs, o pedido de cassação de 18 deputados, depoimentos de envolvidos com as CPIs, como o publicitário Duda Mendonça⁶, o doleiro Toninho da Barcelona⁷ e o advogado Rogério Buratti⁸, entre outras notícias

⁶ Duda Mendonça foi o publicitário responsável pela campanha política do Lula, quando ele disputou a presidência em 2002.

relacionadas às CPIs, tiveram grande destaque no telejornal⁹. Mas esse tema não foi o único abordado pela editoria de política. O escândalo político também tinha espaço em outras matérias. Quando o assunto não era diretamente ligado às CPIs, tinha relação com a crise no Partido dos Trabalhadores (PT): briga interna, pedido de expulsão do ex-tesoureiro Delúbio Soares, disputa pela presidência do partido, discurso de pedido de desculpas à nação, caixa 2 do partido nas eleições. A morte do ex-prefeito de Santo André, em São Paulo, Celso Daniel, foi sempre relacionada com o PT e com os escândalos da CPI. Matérias sobre novos laudos, novas suspeitas de envolvimento de políticos do PT, novas investigações e depoimentos dos irmãos do ex-prefeito e de envolvidos nas CPIs, foram destaques constantes no telejornal.

Outro assunto não relacionado diretamente com as CPIs, mas que teve grande repercussão foi a mudança nas regras do parlamento. Um dos itens dessa mudança que mais causou polêmica foi a proibição de pesquisas IBOPE, quinze dias antes das eleições. Além de todas essas matérias, a repercussão de cada notícia entre os parlamentares também foi constantemente explorada. Essa grande exposição e exploração de assuntos relacionados à política, de acordo com pensamento de Machado, é explicável.

Uma vez que política é sempre um assunto catalisador (e jamais matéria de consenso), é fatal que os aspectos políticos da discussão despertem maior interesse que quaisquer outros, ofuscando as demais possibilidades de abordagem. (MACHADO, 2001, p.99)

O tempo destinado à editoria de política é muito superior ao destinado às outras editorias. Na maioria do material analisado, é destinado um bloco inteiro do telejornal apenas para política. No

⁷ Toninho da Barcelona é um doleiro que levava dinheiro do Brasil para contas no exterior, para fazer lavagem de dinheiro. Na época da coleta do material de pesquisa, ele já estava preso, mas foi envolvido no esquema de corrupção e resolveu denunciar quem já tinha contratado ele para fazer lavagem de dinheiro.

⁸ Rogério Buratti é um advogado que era funcionário da prefeitura de Ribeirão Preto quando Antônio Palocci (Ministro da Fazenda) era prefeito.

⁹ Os três tiveram grande destaque e apareceram quase em todos os *Jornais Nacionais* analisados. Em todos os dias analisados, pelo menos um deles era notícia.

total dos dias analisados, as matérias de política chegaram a 139, com tempo total de 289 minutos, enquanto a editoria que mais se aproximou do número de matérias foi a Gerais, com 51. E a que mais se aproximou da editoria de política, com relação ao tempo foi a Internacional, com um tempo total de 71 minutos. Nas tabelas abaixo foram esquematizados os principais temas de cada editoria, e a comparação entre as matérias e o tempo destinado à editoria de política e as outras editorias, durante o período analisado.

Temas que tiveram maior destaque nos dias analisados	
EDITORIA	PRINCIPAIS TEMAS
Política	<ul style="list-style-type: none"> - CPI dos Correios - CPI dos Bingos - CPI do Mensalão - Depoimento do advogado Rogério Buratti e todas as acusações feitas por ele. - Discursos do Presidente Lula e as reações do parlamentares - Depoimento do Toninho Doleiro e a repercussão - Pesquisas do IBOPE avaliando o governo - Mudança nas regras parlamentares e a repercussão - Entrevista, depoimentos e acusações de Valdemar Costa Neto - Manifestos contra corrupção - Morte do senador Miguel Arraes
Economia	<ul style="list-style-type: none"> - Cotação do Dólar - Impostos emperram o crescimento do Brasil - Banco Central mantém taxa de juros
Internacional	<ul style="list-style-type: none"> - Retirada dos judeus da Faixa de Gaza - Apuração e repercussão do que aconteceu na morte do brasileiro no metro de Londres
Gerais	<ul style="list-style-type: none"> - Incêndios em Florianópolis - Greve INSS e a volta do atendimento - Vacinação
Polícia	<ul style="list-style-type: none"> - Julgamento dos acusados de assassinato de Tim Lopes - Famosos ligados ao chefe do tráfico na favela da Rocinha, Bem-Te-Vi - Roubo do Banco Central em Fortaleza
Esporte	<ul style="list-style-type: none"> - Robinho no Real Madrid - Jogos da Seleção Brasileira - Fórmula 1

Figura 1: Tabela referente aos temas que tiveram maior enfoque nos dias analisados.

Comparação entre política e outras editorias				
EDITORIAS	Nº DE MATÉRIAS	POCENTAGEM DAS MATÉRIAS (%)	TEMPO DESTINADO A EDITORIA (em minutos)	PORCENTAGEM DO TEMPO (%)
Política	139	39,8	289	53,9
Economia	31	8,8	22	4,1
Internacional	47	13,3	71	13,2
Gerais	51	14,4	60	11,2
Polícia	46	13	55	10,3
Esporte	38	10,7	39	7,3

Figura 2: Tabela referente à análise de comparação entre a editoria de política e as outras.

Além das editorias citadas nas tabelas acima, o *Jornal Nacional* também reserva, diariamente, cerca de vinte segundos para previsão do tempo, e cerca de vinte segundos para uma charge. Editorias como tecnologia, ciência e ecologia, e chamadas para programas da Rede Globo, como o *Fantástico* e *Globo Repórter*, também tem espaço no jornal, mas não entraram na tabela porque são esporádicas.

Mesmo com grande exploração de matérias sobre política, no *Jornal Nacional*, não se pode concluir que o telespectador vai fazer uma leitura previsível das imagens. Para Arlindo Machado, o fato de predominar no telejornal matérias, entrevistas tomadas de um lado do conflito, ou de se suspeitar de uma posição institucional simpática por parte do telejornal, não significa que o telespectador vá entender da maneira esperada.

Não existem nos telejornais, desinências, sinalizadores, dispositivos de emolduramento que orientem a leitura no sentido de como se deve ‘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, 2001, p.112)

Dois pontos, também, importantes para serem analisados no *Jornal Nacional* são as manchetes e as passagens de bloco¹⁰. Mesmo tendo pelo menos uma de cada editoria, as chamadas e as passagens de política são predominantes nos dias analisados. No caso das manchetes, a soma do número das de todas as editorias não alcança o número das de política, 73 e 74 respectivamente. Muitas vezes, o mesmo assunto, como por exemplo, um discurso do presidente Lula, é transformado em várias manchetes, dividindo, por exemplo, o que o presidente teria dito no discurso. No caso das passagens de bloco, as de política também são predominantes. A diferença não é muito grande, como no número das manchetes, mas também é significativa. A porcentagem das passagens de bloco de política é de, aproximadamente 34%, enquanto a segunda editoria com mais passagens é a de esporte, com 16%. Nas duas tabelas abaixo foram esquematizadas essas comparações:

Comparação entre as manchetes		
EDITORIAS	MANCHETES	PORCENTAGEM MANCHETES (%)
Política	74	50,3
Economia	6	4,1
Internacional	22	15
Gerais	13	8,8
Polícia	15	10,2
Esporte	17	11,6

Figura 3: Tabela referente à análise de comparação entre as manchetes de política e as outras.

¹⁰ Passagens de bloco são feitas pelos apresentadores no final de cada bloco. São um tipo de chamada de matérias que irão ao ar no bloco seguinte do telejornal.

Comparação entre passagens de bloco		
EDITORIAS	PASSAGEM DE BLOCO	PORCENTAGEM PASSAGENS DE BLOCO (%)
Política	44	34,1
Economia	11	8,5
Internacional	14	10,9
Gerais	19	14,7
Polícia	20	15,5
Esporte	21	16,3

Figura 4: Tabela referente à análise de comparação entre as passagens de bloco de política e as outras.

A maioria das matérias sobre política, publicadas nos dias analisados, tem uma valência neutra, como por exemplo a matéria sobre o presidente Lula e os ministros discutindo a crise política, que foi ao ar no dia quinze de agosto, priorizando a informação e mantendo a imparcialidade. Algumas matérias, como por exemplo, a cassação do ex- deputado Roberto Jefferson, no dia vinte e nove de agosto, e o depoimento do ex tesoureiro do PT, Delúbio Soares, no dia dezoito de agosto, além de serem informativas, têm um caráter negativo. Elas mostram um lado pejorativo dos personagens apresentados e mostram com negatividade os acontecimentos políticos, tanto relacionados às CPIs, quanto à corrupção e aos políticos. As figuras expostas são colocadas como vilãs, parece que a impressão deixada no telespectador é desconfortável, revoltante. No caso da matéria sobre o Delúbio Soares, parece passar a impressão de que ele é dissimulado, mentiroso.

Há algumas exceções, como a matéria sobre a morte do deputado Miguel Arraes, no dia treze de agosto, que só falou bem do político, fez uma retrospectiva de sua carreira, enaltecendo todas as vitórias e pontos positivos do deputado. Há, também, a matéria do dia vinte de agosto, sobre as acusações do advogado Rogério Buratti contra o Ministro Antônio Palocci. Nessa matéria, o

Jornal Nacional faz uma cobertura, que parece defensiva ao ministro. Nessa matéria, o repórter Dirceu Martins repetiu informações dadas no *off* com declarações de autoridades, reforçando a falta de provas do envolvimento do ministro Palocci no caso. O repórter falou no *off*: “Hoje, um dos promotores que acompanharam o depoimento disse que encontrou documentos na empresa Leão Leão que comprovaram os pagamentos denunciados por Buratti, mas disse que nos documentos há referência direta ao ministro Antônio Palocci”. Após esse *off* o repórter entra com o promotor citado e, em entrevista, faz uma única pergunta, reforçando a falta de provas contra o ministro: - “Nesses documentos aparece alguma ligação do ministro Palocci com o esquema de fraudes e licitações?”. Dirceu Maritns, após as confirmações do promotor, volta ao assunto, só que agora com outro entrevistado, um delegado de Ribeirão Preto. Para o delegado, o repórter pergunta: - “Existe gravações com a voz do próprio ministro?”; - “Nos documentos aparece o nome do ministro Antônio Palloci em algum momento?”. Após essa matéria, o primeiro bloco do *Jornal Nacional* desse dia segue mais doze minutos veiculando matérias relacionadas ao assunto, mostrando sempre um caráter duvidoso de Rogério Buratti e reforçando a falta de provas nas acusações contra o ministro. Essa seqüência de matérias pode ser interpretada como uma tentativa de mostrar e convencer o público que são acusações injustificadas e que não existem provas.

De acordo com análise de Thompson sobre escândalos políticos, o escândalo político brasileiro é um escândalo político-financeiro, que se baseia em revelações de atividades de políticos e funcionários públicos que implica infração de regras e alegações de abuso de dinheiro e outras irregularidades financeiras.

Escândalos financeiros na esfera política (...) envolvem geralmente uma revelação de ligações secretas (ou alegações sobre ligações secretas) entre o poder político e o econômico, ligações que são vistas como irregulares e que, ao

virem à luz, precipitam o escândalo. As atividades que se colocam no centro de escândalos político-financeiros envolvem, em geral, a infração de leis que regulam a aquisição e alocação de recursos econômicos. Em alguns casos, podem também envolver a quebra de leis que regulam as transações financeiras e o uso de recursos por indivíduos que detêm um cargo público, ou aspiram a ele. (THOMPSON, 2000, p. 197)

As matérias de política veiculadas no *Jornal Nacional*, no período analisado, em sua maioria, são informativas. As matérias políticas trazem muitas entrevistas e passagens de discursos muito grandes, o que pode nos levar a interpretar como uma forma de abster-se de qualquer tipo de parcialidade. Para uma grande e importante empresa, como a Rede Globo, manter a imparcialidade em um assunto delicado, que envolve muito dinheiro e prestígio de muitos políticos poderosos, como o presidente Lula, é de fundamental importância.

As fontes usadas pelo jornal são, praticamente todos os dias, as mesmas: documentos oficiais, relatórios entregues às CPIs, revista *Época*, depoimentos políticos, fontes oficiais do governo, Polícia Federal, Data Folha, IBOPE, revista *Veja*, jornal *Folha de São Paulo*, *Jornal Hoje*.

Políticos envolvidos e pessoas que participaram do escândalo dos bingos, correios e mensalão e das CPIs têm grande visibilidade no *Jornal Nacional*. Alguns são constantemente citados, como Roberto Jefferson, Marcos Valério, Zé Dirceu, Delúbio Soares, presidente Lula, Valdemar da Costa Neto, Rogério Buratti. Outros, que foram envolvidos no desenrolar dos acontecimentos, como o doleiro Toninho da Barcelona, Duda Mendonça, Antônio Palocci, Henrique Pizzolato, um dos sócios do Marcos Valério, José Carlos Batista, também ganharam grande visibilidade no telejornal, com direito a várias aparições, entrevistas, e longas partes dos discursos mostrados. Outros ainda, que não tem relação direta com as CPIs, como Severino Cavalcanti, Ciro Gomes,

José Sarney, José Genuíno, Delcídio Amaral, Tarso Genro, mas tiveram participação nos escândalos políticos, também tem visibilidade garantida no telejornal.

Nos dias analisados, os que tiveram maior visibilidade, com longas aparições, foram: o presidente Lula, com 15 aparições; Delúbio Soares, com 4; Marcos Valério, com 4; Roberto Jéferson, com 6; Zé Dirceu, com 7; Valdemar Costa Neto, com 5; Rogério Buratti, com 11; Toninho da Barcelona, com 5; Duda Mendonça, com 4; e Antonio Palocci com 5 aparições ¹¹.

A valência da aparição diária de todos esses “personagens”, em sua maioria, não é positiva para o telespectador. Os envolvidos nos escândalos, principalmente aqueles que não são políticos, têm uma visibilidade negativa. São mostrados como mal-feitores, pessoas desonestas. Mesmo os que parecem estar querendo colaborar com o desenvolvimento das investigações, são mostrados em situações suspeitas, ou então querendo trocar denúncias por benefícios. O depoimento do doleiro Toninho da Barcelona é um exemplo. Em todas as matérias sobre seu depoimento ele aparece como um preso, sendo retirado da cadeia, fazendo denúncias sem provas e pedindo redução de pena para colaborar com a Polícia Federal.

¹¹ A contagem das aparições desses personagens é referente a quantas matérias foram feitas sobre eles. Não é considerado quantas vezes eles foram citados ou relacionados em outras matérias sobre política no *Jornal Nacional*.

Valência da visibilidade dos personagens explorados nas matérias			
PERSONAGENS DAS MATÉRIAS	VALÊNCIA		
	NEGATIVA	NEUTRA	POSITIVA
Zé Dirceu	X		
Roberto Jefferson	X		
Marcos Valério	X		
Antonio Palocci			X
Presidente Lula		X	
Rogério Buratti	X		
Valdemar Costa Neto	X		
Toninho da Barcelona	X		
Duda Mendonça	X		
Delúbio Soares	X		

Figura 6: Tabela referente à análise da valência da visibilidade dos “personagens” explorados nas matérias de política, levando em conta o seu efeito junto ao telespectador.

A crise política em que o Brasil está passando, há cerca de seis meses, é notícia todos os dias no *Jornal Nacional*. O escândalo midiático é um evento que implica a revelação, através da mídia, de atividades previamente ocultadas e moralmente desonrosas, cuja revelação desencadeia uma seqüência de ocorrências posteriores¹². (THOMPSON 2000). A veiculação do escândalo político no telejornal supre o desejo da sociedade do espetáculo. Milhões de telespectadores observando imagens entrando em contato com o escândalo, sendo informados dia após dia sobre as ‘novidades’ do escândalo midiático. Guy Debord¹³ (1998) afirma que as imagens que se desligaram de cada aspecto da vida fundem-se num curso de comum, onde a unidade desta vida já não pode ser restabelecida¹⁴.

¹² THOMPSON, John B. O escândalo político. Poder e visibilidade na era da mídia.

¹³ DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo.

¹⁴ Guy Debord pensa que a especialização das imagens do mundo encontra-se realizada no mundo da imagem automatizada, onde o mentiroso mentiu a si próprio.

Desde as primeiras denúncias, o escândalo político se tornou um escândalo midiático no Brasil. Nos dias analisados, todos os depoimentos e discursos, todas as acusações tiveram cobertura e grande espaço no *Jornal Nacional*.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante das teorias e dos dados analisados pode-se afirmar que o *Jornal Nacional* trabalha sutilmente o sensacionalismo. Em seu conteúdo há violência, dramatização, exploração do ridículo, promoção de celebridades e fatos transformados em espetáculo. Veicula matérias sobre violência, com imagens, mas nenhuma muito chocante ou sangrenta. Explora a vida dos atores, publicando matérias sobre brigas, casamentos, doenças, mortes, nascimentos de filhos, etc. O *JN*, também, dá grande enfoque a matérias ligadas ao tema principal de novelas. Esses temas e matérias vão ser brevemente citados agora, mas como foi dado enfoque à política na pesquisa, suas análises foram descartadas.

As editorias Geral e Internacional tiveram matérias com grande carga apelativa, principalmente as matérias sobre a retirada dos judeus da Faixa de Gaza, as matérias sobre os incêndios aos prédios onde moravam estrangeiros em Paris, sobre o furacão Katrina, sobre mortes e doenças de atores globais (dois morreram e um foi hospitalizado, durante os dias analisados), sobre a greve do INSS, entre outras. Essas matérias seguiram o modelo de telejornal especificado por Machado (2001), no qual o apresentador chama o repórter, que por sua vez chama o entrevistado que está no local onde o fato ocorreu. No caso das matérias citadas acima, até mesmo por serem tragédias, geralmente, o entrevistado chamado pelo repórter era algum parente de alguma vítima, ou alguém que estava sofrendo por causa do que estava acontecendo, ou alguém que participou ou sofreu as conseqüências do fato. Essas pessoas entrevistadas, visivelmente abaladas, emocionadas, muitas vezes choraram em frente à câmera. Todas essas características citadas transformam a matéria em, além de informativas, dramáticas. O telespectador fica tocado pelo sofrimento do outro, fica

chocado, e muitas vezes indignados, com os absurdos e injustiças que o telejornal está transmitindo. Dessa forma, as matérias do *Jornal Nacional* perdem o caráter informativo, assumem um caráter emocional, perdendo assim, a imparcialidade da notícia.

O grande enfoque desse telejornal, nos dias analisados, foi o escândalo político, que ainda persiste no Brasil. As CPIs do Correio, Bingo e Mensalão tiveram destaque constante, e mesmo tendo muita informação, muitos depoimentos, discursos e fontes, as notícias passam ao telespectador um caráter espetacular. São muitas notícias pegando diferentes ângulos do mesmo assunto, como por exemplo, primeiro é veiculado o depoimento de um político ouvido por uma CPI. Depois são transmitidos todos os tipos de reações no congresso: dos senadores, dos envolvidos no depoimento, dos deputados, do presidente da CPI, entre outras pessoas. A notícia parece ganhar uma proporção muito maior do que ela realmente tem.

Não posso deixar de mencionar, novamente, o fato do telejornal, nos dias analisados, ter mostrado grandes trechos de depoimento e discursos feitos sobre o escândalo na política. As matérias que giravam em torno de alguma nova denúncia, ou algum novo fato, que envolviam depoimentos, falas, opiniões de políticos, tinham espaço reservado para a veiculação dessas falas. O depoimento, por exemplo, de Rogério Buratti, um dos envolvidos no escândalo da corrupção na prefeitura de Ribeirão Preto, entre outros (escândalos políticos) ganhou uma visibilidade enorme no *Jornal Nacional*. Grandes trechos de seus depoimentos (foram vários) tiveram mais espaço nas matérias que a informação em si. Vejo isso como uma maneira do telejornal se abstrair de qualquer tipo de parcialidade. Ou seja, não comprometer o telejornal, ou a empresa Globo, com qualquer tipo de interpretação equivocada sobre uma suposta opinião do telejornal, que as notícias possam passar.

Apesar de terem tido maior destaque no *Jornal Nacional*, nos dias analisados, as matérias sobre política não foram as que considerei mais sensacionalistas. Elas tiveram muito enfoque, os personagens tiveram visibilidade excessiva, mas elas não foram apelativas, nem procuraram tocar o lado emocional dos leitores.

Por tudo isso, pode-se afirmar que o *Jornal Nacional* trabalha uma plataforma que utiliza, sutilmente, o sensacionalismo. Enfatizo o sutilmente porque ele não explora descaradamente o espetáculo, o grotesco, não utiliza o plano seqüência, não mostra cenas sangrentas, como um corpo baleado no chão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANGRIMANI, Danilo. *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo: Summus, 1995.

BUCCI, Eugênio. *Brasil em tempo de TV*. São Paulo: Boitempo, 1997.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo. "O dialético" Filosofia, Literatura e Poesia*. São Paulo, 1998. Disponível em <http://www.odialetico.hpg.ig.com.br/filosofia/livros/socespt.htm>. Acesso em set. 2005.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2001.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Jornalismo Fin-de-Siècle*. São Paulo: Editora Página Aberta Ltda, 1993.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

REZENDE, Guilherme Jorge. *Telejornalismo no Brasil. Um perfil editorial*. São Paulo: Summus Editorial, 2000.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.

SODRÉ, Muniz e Raquel Paiva. *O império do grotesco*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002

THOMPSON, John B. *O escândalo Político. Poder e visibilidade na era da mídia*. Petrópolis: Vozes Ltda., 2000.

WOLTON, Dominique. *O elogio do grande público*.

SOMMER, Vera Lúcia. *A força do fait-divers no Diário do Litoral, jornal de destaque no Vale do Itajaí/SC. Mural de mídia da Universidade do Vale do Itajaí*. Santa Catarina, julho. 2004. Disponível em: <http://www.univali.br/asp/system/empty.asp?P=2227&VID=default&SID=266317758014731&S=1&A=closeall&C=26662> . Acesso em ago. 2005.