

SERGIO MATTOS

IMPARCIALIDADE É MITO  
REFLEXÕES E AUTOCRÍTICA SOBRE A MÍDIA

Editora Unibahia  
Lauro de Freitas-BA, Agosto 2001

© Sérgio Augusto Soares Mattos

Conselho Editorial:

Prof. Fabrício Vasconcelos Soares, Prof. Sérgio Mattos  
Prof<sup>ª</sup> Rosna de Queiroz Dias, Prof. José Carlos Chagas  
Sampaio, Prof<sup>ª</sup> Matilde Eugenia Schnitman.

UNIBAHIA

Diretor Presidente – Fabrício Vasconcelos Soares  
Diretor Acadêmico – Ana Maria de Barros Santos Soares  
Diretor Administrativo-Financeiros – Newton Oliveira  
Assessoria Especial – Cândida Maiffre  
Diretor Campus I – Sérgio Mattos  
Diretor Campus II – José Carlos Chagas Sampaio  
Secretaria Geral de Cursos – David  
Coordenação Acadêmica – Antonio Carlos Ribeiro

Editora UNIBAHIA

Editores – Matilde Eugenia Schnitman-editora (DRT842BA)  
Normalização: Hildenise Ferreira Novo (CRB5-1027)  
Layout capa: Claudio Xavier

UNIBAHIA

[WWW.unibahia.br](http://WWW.unibahia.br)

Estrada do Coco, Km 4 Lauro de Freitas – BA 42700.000  
Tel.: (071)379 9266

M444 Mattos, Sérgio.

Imparcialidade é mito: reflexões / Sérgio  
Mattos. Lauro de Freitas: Unibahia, 2001.

224 p.

1.Comunicação 2.Jornalismo 3.Mídia  
4.Televisão 5.Comunicação de Massa 6.Meios  
de Comunicação I Título

CDU 659.3

## APRESENTAÇÃO

Jornalista, poeta, compositor, teórico e doutor em comunicação, professor... Os muitos títulos de Sérgio Mattos expressam a atuação de um profissional que busca respostas para as questões colocadas a partir da metade do século passado, diante do impacto do desenvolvimento tecnológico no dia-a-dia do ser humano. A atuação é de um homem de comunicação: os meios estão aí para serem utilizados, e Sérgio os usa para transmitir, em várias linguagens, seu conhecimento teórico, sua prática profissional, sua angústia de ser humano, seus amores, sua alegria de viver a Bahia.

Nas muitas publicações – livros teóricos, de poesia, CD's etc. – Sérgio registra, questiona, avalia os caminhos do homem em sua totalidade: racional/emocional/profissional. Aqui e ali ele desnuda o profissional, as teorias, a paixão humana, os encontros e desencontros da vida e de uma maneira clara e objetiva, como mandam os preceitos do bom jornalismo. E é a experiência de professor, jornalista e estudioso da comunicação que está reunida em *“Imparcialidade é mito”*, segundo título da Coleção Saber & FAZER publicada pela Unibahia.

São artigos, palestras, entrevistas nas quais, em linguagem coloquial, o professor, o estudioso, o jornalista, o poeta, o compositor conversa com o público sobre os mais variados temas relacionados ao jornalismo diário, a pedagogia dos meios de comunicação, o papel do jornal laboratório nos cursos de Comunicação/Jornalismo, a relação entre a imprensa e a televisão, as tendências do jornalismo diante das novas tecnologias e, entre outros temas, a experiência de autor com várias obras publicadas. Perpassando todos os temas, a necessidade de repensar a mídia, o compromisso ético do jornalista com a cidadania e a verdade, com a formação do profissional de comunicação.

Em poucas palavras, *“Imparcialidade é mito”* é leitura indispensável a estudantes, jornalistas, estudiosos da comunicação e de todos aqueles que desejam entender os meandros do jornalismo diário. E é, sem dúvida, o exercício e a avaliação da comunicação nos vários meios.

**Fabício Vasconcelos Soares**  
**Diretor-presidente da UNIBAHIA**

## INTRODUÇÃO

Este livro reúne artigos, comunicações apresentadas em congressos, textos de conferências e entrevistas concedidas ao longo dos últimos dez anos e representa uma reflexão, sob uma ótica profissional muito pessoal, sobre os meios de comunicação de massa. Aqui são levantadas questões éticas e profissionais, além de se debater a evolução dos veículos e suas funções sociais de um modo autocrítico. Os textos das conferências e debates foram recuperados a partir da transcrição de fitas cassetes dos eventos gravados. O conteúdo original foi preservado, eliminando-se apenas as repetições desnecessárias. As entrevistas concedidas estão aqui reproduzidas *ipse literis*, incluindo-se trechos originais não aproveitados quando se suas respectivas publicações. Integra ainda este livro alguns artigos relacionados com a mídia.

Os trabalhos reunidos, devido a sua atualidade, formam, a meu ver, um conjunto de idéias, um pensar sobre e ao mesmo tempo um convite a repensarmos a mídia, o seu conteúdo, o compromisso ético profissional do jornalista com a cidadania e com a verdade.

Além disso, abordamos também, neste livro, a necessidade do profissional de imprensa preservar uma consciência crítica e manter-se independente do poder constituído a fim de melhor poder servir à comunidade na qual ele está inserido. Os dilemas do ensino do jornalismo, a prática laboratorial e os conflitos entre a teoria e a prática também são enfocados aqui entre outros tópicos que estão direta ou indiretamente envolvidos com os processos de comunicação. Os trabalhos foram agrupados por temas afins: jornalismo, história do jornalismo, ensino, televisão e livro.

Com a reunião destes artigos, entrevistas e textos transcritos de conferências livres esperamos estar dando uma contribuição ao pensar jornalístico, estimulando o debate com o objetivo de que novas idéias surjam para que possamos repensar o jornalismo e os meios de comunicação. Com esta publicação pretendemos também dar início a um processo de avaliação e auto – crítica, visando a atingir uma renovação que precisamos promover e realizar, num futuro não muito distante, devido à progressiva

interatividade dos meios de comunicação, que vem sendo acelerada devido aos avanços tecnológicos.

**Sérgio Mattos**  
Salvador, outono de 2001

# SUMÁRIO

Apresentação – Fabrício Vasconcelos Soares

Introdução – Sérgio Mattos

## ENTREVISTAS

Crise de identidade

Imparcialidade é mito

Os meios de comunicação frente à globalização

Jornal Laboratório

Um olhar atento sobre a TV

O filtro no processo de edição jornalística

O repórter multimídia.

## ARTIGOS

Ensino de Jornalismo: sem a integração teoria-prática não haverá solução

A Tarde Municípios: uma experiência jornalística voltada para o municipalismo

Meios de comunicação a serviço da educação (Pedagogia dos meios)

O papel da imprensa e do jornalista no mundo de hoje (Reflexões para uma autocrítica)

## PALESTRAS

Em busca de alternativas para os livros

O papel do bibliotecário sob o ponto de vista do jornalista

A imprensa na televisão

Os 50 anos de nossa televisão

Novas tecnologias e tendências do jornalismo

Interatividade e desenvolvimento das mídias no Brasil

## **ENTREVISTAS**

## CRISE DE IDENTIDADE

Entrevista concedida por Sérgio Mattos a Rosane Santana e publicada no jornal *A Tarde*, capa do Caderno 2 do dia 10 de janeiro de 1989.

### *Como se deu sua opção por jornalismo?*

Conscientemente. Fiz vestibular tendo o jornalismo como primeira opção, numa época em que fazer jornalismo ou ser jornalista significava, na visão de muitos, um futuro negro, passar fome, boêmia etc. Observe-se que me iniciei no jornalismo, amador, naturalmente, muito tempo antes do vestibular, uma vez que já participava, ainda na adolescência, de grupos de jovens, produzindo jornalzinhos de bairro, jornais murais na escola, chegando, até mesmo, a colaborar com o jornal da Arquidiocese. Quando chegou o momento de fazer o vestibular, eu trabalhava na IBM, ganhando muito bem. Mas abandonei a multinacional para uma dupla aventura: estudar jornalismo e trabalhar num jornal-fantasma. Digo fantasma porque não existia ainda. Era a Tribuna da Bahia, que, sob o comando de Quintino de Carvalho, estava selecionando universitários para preparar o grupo que deveria renovar a imprensa baiana. Sou, portanto, parte integrante do grupo que fundou a Tribuna da Bahia, tendo começado lá mais de um ano antes do jornal começar a circular. Guardo até hoje a carteirinha de identificação da época, como lembrança. O jornal começou a circular em 1969 (21 de outubro de 1969) e desde 1968 eu já era repórter credenciado. Aliás, vale a pena registrar, tenho orgulho de ter integrado aquele time, pois se na história do jornalismo baiano existem os profissionais que integram a geração Mapa, a geração do Jornal da Bahia, existe também a "Geração TB" que, devemos fazer justiça, inovou e "agitou" o jornalismo baiano. Trouxe uma nova linguagem, um novo método de tratar os assuntos, esgotando o tema enfocado, além de trabalhar as notícias com um novo padrão de diagramação, que valorizava o espaço branco, utilizando fotos grandes (para os padrões da época), uma vez que a impressão em offset facilitava estes recursos. A Tribuna da Bahia foi o primeiro jornal em offset da Bahia, forçando os outros a modernizarem, também, seus parques gráficos e sistemas de impressão.



### *O que mudou na imprensa nesses últimos 20 anos? (1969 a 1989)*

Muita coisa. Se fossemos fazer uma análise real precisaríamos de um livro para mostrar estas mudanças. Entretanto, podemos destacar que, na Bahia, houve uma mudança de mentalidade tanto em nível profissional como em nível empresarial. A estrutura do jornalismo local teve que se adequar ao crescimento da cidade do Salvador, que saiu do seu bucólico provincianismo para assumir ares de grande metrópole, de centro turístico e de desenvolvimento econômico. A Bahia deixou de ser um estado meramente produtor de matéria-prima e passou a ter centros e distritos industriais, pólo petroquímico etc. Este processo de industrialização rápido, centrado nas grandes cidades brasileiras, tem evidenciado uma vinculação estreita com o crescimento dos meios de comunicação, porque os centros industriais desencadeiam uma maior concentração populacional nas zonas urbanas, o que contribui para facilitar tanto a circulação da mídia impressa, quanto a penetração da mídia eletrônica. Isto determina também o aumento do faturamento total destes veículos, com as verbas publicitárias provenientes da indústria de consumo. Se analisarmos o desenvolvimento da imprensa dentro deste contexto sócio-econômico e cultural do estado, vamos chegar à conclusão de que a evolução da imprensa baiana se encaixa, perfeitamente neste quadro. Mas eu destacaria como algo substancial a mudança verificada nesta fase, da qualidade da formação profissional do jornalista. Isto porque foi exatamente durante este período que a profissão foi reconhecida, levando as pessoas que quisessem ser jornalistas a frequentar as escolas de comunicação. Vale lembrar que as escolas sofreram e ainda sofrem algumas restrições por parte daqueles que criticam o diploma de jornalista como sendo uma reserva de mercado, dentro de uma tendência corporativista. As críticas em alguns pontos são válidas e em outros não merecem crédito. A verdade é que ninguém pode negar que o jornalista que frequentou a Universidade tem um embasamento teórico mais aprimorado que lhe facilita o crescimento profissional quando no exercício da atividade jornalística no dia-a-dia de uma redação. As afirmativas de que "jornal se aprende na prática e não na escola" e de que "jornalista nasce feito, não se faz em banco de escola" fazem parte do discurso daqueles que são contra as Escolas de Comunicação. Entretanto, ninguém pode negar que quando se une a prática à teoria, o resultado será indiscutivelmente melhor, pelo menos entre aqueles profissionais que realmente se dedicam à profissão e que a escolheram

como primeira opção, por vocação e não por modismo. Uma outra mudança significativa, que se pode destacar durante este período é de caráter qualitativo: o jornalismo ganhou em profissionalismo e perdeu em boêmia. O jornalismo passou a ter uma postura mais ética, o que limitou a atuação dos "picaretas" que infestavam a área. Mas foi também durante este período que o jornalismo conviveu com um regime de exceção durante o qual campearam as arbitrariedades e a censura, que limitaram fortemente o desenvolvimento dos meios de comunicação, embora não conseguissem impedir que os profissionais sérios buscassem novas alternativas para desempenhar as funções básicas dos meios de comunicação de massa: educar, informar, fiscalizar e divertir. Foi durante este período que se desenvolveu também o sentido de prestação de serviços à comunidade.

***Já que você tocou em regime de exceção, qual foi a participação do movimento autoritário de 64 no desenvolvimento da imprensa?***

Esta é uma pergunta interessante e que implica em uma resposta, talvez, demasiadamente longa. Em razão disso, propositadamente vou me restringir a falar sobre a influência no plano estrutural que é menos conhecida do grande público, uma vez que a censura e as perseguições políticas exercidas contra a imprensa entre outras medidas coercitivas vem sendo debatidas abertamente pela sociedade e todos já tem conhecimento do que ocorreu durante o período. Para se ter uma idéia do papel exercido pelo Estado nos últimos 25 anos (de 1964 a 1989), basta que se diga que tudo o que existe hoje (1989) em termos de política de comunicação, incluindo-se aqui o estabelecimento de agências reguladoras, foi criado a partir de 1964 pelos governos militares. A criação do Ministério das Comunicações, em 1967, por exemplo, contribuiu não apenas para a implantação de importantes mudanças estruturais no setor das telecomunicações, como também para a redução da interferência de organizações privadas sobre agências reguladoras, aumentando, em consequência, o crescimento da influência oficial no setor. Antes de 64, a influência governamental na mídia impressa incluía o encorajamento de empréstimos bancários para os jornais pró-governo, a colocação de publicidade oficial em jornais amigos, além de subsidiar os chamados jornalistas "chapa-branca". A partir de 64, até os dias atuais, a participação e influência do Estado no crescimento dos veículos de comunicação tem sido diretamente determinada pelos seus objetivos de promover o

desenvolvimento e a modernização do País. Mas, ao tempo em que contribui, direta e indiretamente, para o crescimento dos meios de comunicação de massa, o governo tem usado de mecanismos para controlá-los. Não estamos nos referindo aqui à famigerada censura sem critérios que, graças à nova Carta Constitucional, foi definitivamente abolida do nosso País. Estamos falando de pressões políticas e econômicas.

***Como assim?***

Vou tentar explicar: no Brasil, o financiamento dos meios de comunicação tem sido um mecanismo poderoso de controle do Estado, porque todos os bancos são administrados ou supervisionados pelo governo. A concessão de licenças para importação de materiais e equipamentos e o provisionamento, por parte do governo, de subsídios para cada importação têm influenciado e levado os meios de comunicação de massa a adotarem, de um modo geral, posições que se traduzem em apoio às ações governamentais. Se isto não bastasse, o governo adotou também uma série de medidas voltadas especificamente para o controle e modernização da mídia impressa, além da promoção da expansão da capacidade gráfica do país.

***Você poderia ser mais preciso com relação a esta influência sobre a imprensa escrita?***

Claro. Veja só: em 1967, o governo criou o GEIPAG (Grupo Executivo das Industrias de Papel e Artes Gráficas), vinculado ao da Indústria e Comércio, com o objetivo específico de conceder incentivos para a expansão do setor e para criação de novas empresas. Inúmeros foram os jornais, revistas e gráficas que receberam ajuda direta do governo através de projetos aprovados pelo GEIPAG. Como resultado destes investimentos, o tradicional sistema de impressão a quente dos jornais e revistas foram substituídos pelo novo e importado sistema de impressão offset. Sistemas de composição a frio, através de sofisticados computadores, também foram instalados na imprensa brasileira, acelerando e aperfeiçoando a produção. Ironicamente, a modernização da mídia impressa aumentou a dependência dos jornais em relação ao governo. Isto porque o Estado começou a usar a necessidade de permissão oficial para importação de papel e produtos fotográficos, imprescindíveis à impressão offset, como mais uma forma de controle e de pressão sobre a imprensa. Observe-se que, controlando as cotas e

concessões de licenças para importação de materiais para impressão, um governo pode limitar ou favorecer o crescimento da circulação de um veículo impresso. Com relação à mídia eletrônica, tanto o rádio como a televisão são concessões oficiais. O sistema brasileiro de radiodifusão é considerado um serviço público sobre o qual o governo exerce controle desde 1922, quando surgiu a primeira emissora de rádio no país.

***Você poderia falar sobre o processo de concessão de canais de televisão?***

O processo de concessão de televisão no Brasil, inicialmente, foi atribuído ao favoritismo político, através do qual a concessão de canais de televisão era feita sem um plano preconcebido. Neste sentido, a proliferação de estações de televisão começou muito antes de 1964, mais precisamente durante o governo de Juscelino. Depois da criação do Ministério das Comunicações (em 1967), a concessão de canais de televisão começou a ser planejada mais tecnicamente, mas o favoritismo político continuou. A nova Constituição (5 de outubro de 1988) muda esta situação.

***Mudando de assunto. Como foi sua experiência de estudos fora do Brasil?***

Nos Estados Unidos tive realmente uma experiência fantástica entre maio de 1978 e agosto de 1982, quando desenvolvi estudos de pós-graduação e obtive, sucessivamente, os títulos de mestre e doutor em comunicação pela Escola de Comunicação da Universidade do Texas, na cidade de Austin. Na tese de mestrado, abordo o impacto que o Golpe de 1964 teve sobre o desenvolvimento estrutural da televisão brasileira. Já na tese de doutorado eu analiso o modelo econômico brasileiro adotado pelos governos militares para estudar a influência deste no desenvolvimento da publicidade, tanto nacional como a estrangeira, e a influência desta no desenvolvimento global dos meios de comunicação de massa do Brasil.

***E como é a liberdade de imprensa, censura etc. por lá?***

Os Estados Unidos são um País onde podemos encontrar constantes exemplos de como uma imprensa forte e livre é importante para uma nação. Entretanto, podemos dizer que pior do que a censura policial é a censura econômica. E esta pode ser praticada a todo instante em qualquer lugar do mundo e o que é mais grave: às vezes sob às nossas vistas e passando despercebida. A censura econômica se faz mais em função do que está em

jogo no grande tabuleiro de interesses políticos-econômicos-sociais no qual os meios de comunicação de massa, principalmente num país capitalista, são peças importantes. Vale dizer que sou contra toda e qualquer censura que venha cercear a liberdade de criação e esta não poderia ser outra a minha posição. Sou de uma geração que ainda não votou para presidente e que, profissionalmente, como jornalista, experimentei, nas redações de jornais, as proibições decorrentes da censura durante o período dos governo militares.

***Como você avalia a imprensa brasileira hoje?***

Diria que a imprensa brasileira de hoje passa por uma crise de qualidade e de identidade. A televisão, entre outros fatores que não podem ser considerados isoladamente, tem influenciado a prática de uma reportagem cada vez mais superficial e forçado o jornalismo impresso a adotar um grafismo um tanto quanto exagerado, preterindo o conteúdo. Este talvez seja um aspecto que deva ser analisado, principalmente pelas Escolas de Comunicação, que são responsáveis pela formação da mão-de-obra que vai atuar no mercado. Em vez disto, ficam a criticar os métodos e técnicas de fazer jornalismo, mas não apresentam nada que substitua o tradicional. Acredito que um dos problemas pode ser superado mediante a produção de pautas criativas que possam realmente ser trabalhadas por profissionais que acreditem na profissão e que vejam nela a importância que tem para a coletividade, formando a opinião, através do reforço educativo e do processo de transmissão da informação correta.

***Muitos criticam a pauta considerando-a não somente um elemento limitador do trabalho jornalístico como também um meio da empresa jornalística impor os temas de seu próprio interesse. O que você diz sobre isto?***

Isto é um mito que está sendo criado por certos grupos sob a desculpa de criar nos jovens jornalistas uma pseudoconsciência para que se rebelem contra a pauta. Entretanto, a realidade se apresenta de modo diferente do que é pregado. Veja só: quando um repórter recebe uma pauta para realizar uma matéria, salvo raras exceções, o chefe de reportagem não indica quem deve ser ouvido sobre aquele tema. Na prática, o repórter bem informado e que possui uma boa lista de possíveis fontes é quem, na verdade, acaba escolhendo o especialista ou autoridade a ser ouvida. E, naturalmente, esta escolha recai sobre pessoas com as quais o repórter, de alguma forma, se identifica. Logicamente, a publicação da matéria vai depender do editor ou da linha editorial adotada pela empresa.

Entretanto, desconheço editor, com sensibilidade e responsabilidade profissional, que não publique uma boa matéria, bem fundamentada e que tenha, realmente, um significado para a comunidade.

***Você, que tem realizado pesquisas na área de comunicação e tem uma formação específica, é a favor ou contra o diploma de jornalista?***

Eu sou a favor do diploma e, logicamente, das escolas de Comunicação. Isto porque acredito que em qualquer profissão, é indispensável a formação sistemática. Observe-se que foi através da exigência do diploma universitário (que implica sistematicamente na reserva de mercado) que a sociedade passou a contar com profissionais capacitados para atuar em áreas específicas, acabando com os charlatães. Foi através da regulamentação, constituição de colegiados e de ordens, por exemplo, que os rábula e curandeiros deixaram de atuar na área de Advocacia e Medicina. Foi também depois da regulamentação profissional do jornalista que a categoria se fortaleceu, criando um espírito ético-profissional onde não há lugar nem para o jornalismo boêmio dos primórdios nem para os oportunistas que se utilizavam da atividade jornalística para beneficiar pessoas ou instituições em troca de favores pessoais.

***Muitos dos que argumentam contra o diploma lembram o direito que todo cidadão tem de liberdade de expressão...***

Sei, sei... Tenho ouvido muito isto, mas o que talvez esteja passando despercebido, ou propositadamente esquecido por alguns, é um aspecto do problema que acredito seja fundamental: deve ser assegurado a todos os cidadãos o uso de sua liberdade, inclusive na expressão e divulgação de idéias. Contudo, isto não deve ser confundido com a utilização técnica e sistemática dos meios de comunicação para permitir a toda uma população manter-se devidamente informada. Isto requer uma formação específica, só conseguida através de um curso universitário estruturado a partir de uma finalidade bem definida, à semelhança das outras profissões. Através da profissionalização estamos garantindo à sociedade o direito, por ela já conseguido, de ser informada correta e tecnicamente por profissionais qualificados.

***E o Sérgio poeta, como nasceu?***

Já nasceu poeta, acredito. Mas, oficialmente, o poeta se tornou público a partir do ano de 1968 quando do lançamento da revista de poesias intitulada "Experimental", que fundei e co-dirigi com um outro poeta-irmão, Ivan Dórea Soares. A partir daí, várias publicações se sucederam. Agora estamos completando 20 anos de literatura.

***Quantos trabalhos você já publicou?***

Vou tentar ordenar os títulos dos livros cronologicamente: o primeiro livro individual foi publicado em 1973, *Nas Teias do Mundo*, antecedido por uma série de publicações em revistas e suplementos literários. Em 1974 participei da antologia *Cinco Poetas Contemporâneos*. Em 1975, outra antologia: *Retina*. Neste mesmo ano lancei uma plaqueta intitulada *Estudos de Comunicação*. Em 1977 foi a vez do livro mais conhecido: *O Vigia do Tempo*. Em 1978 lancei um livro de crônicas infanto-juvenil, *A Batalha do Natal*. Em 1979 foi publicado, em inglês, *O Vigia do Tempo* com o título de *Time's Sentinel*. Em 1980, uma editora americana, a "Tejidos Publications", publicou em edição bilingüe o livro *Já Não Canto, Choro (I No Longer Sing, I Cry)*. Em 1985 publiquei o livro *Lançados ao Mar*. Atualmente estou com outro livro no prelo: *Estandarte*. Quando em estudos nos Estados Unidos publiquei dois livros técnicos: *The Development of Communication Policies Under The Peruvian Military Government*, em 1981, e *The Impact of the 1964 Revolution on Brazilian Television*, em 1982. Acrescente-se a esta relação algumas dezenas de artigos publicados no Brasil e no exterior.

## IMPARCIALIDADE É MITO

Entrevista concedida por Sérgio Mattos à repórter Chistina Abelha, do jornal *A Gazeta*, de Vitória do Espírito Santo. A reportagem foi publicada na edição do dia 25 de maio de 1992, primeira página do Caderno Dois.

### *Quais os aspectos positivos da evolução da televisão brasileira nesses 40 anos?*

São inúmeros os aspectos positivos da televisão, mas um dos mais importantes é o papel de integração nacional que ela promove. O Brasil é um país de dimensões continentais o que torna difícil a manutenção de uma unidade inclusive de linguagem. Ao tempo em que a existência de uma única língua, o português, foi importante para o desenvolvimento inicial da TV entre nós, a televisão hoje contribui para manter esta unidade lingüística, apesar dos padrões culturais adotados e impostos a todo o país ser o padrão produzido no sul maravilha.

### *E os negativos?*

Seguindo a mesma linha de raciocínio, diria que os aspectos negativos também são inúmeros, mas podemos destacar alguns. Por exemplo: devido ao poder de sua penetração em todo o território nacional a televisão foi manipulada pelos governos militares no sentido de manter o *status quo*, reproduzindo para a massa a ideologia dominante. Traçando ainda o mesmo paralelo com relação à língua e à cultura podemos destacar que um dos principais aspectos negativos da televisão brasileira é o da homogeneização da cultura, valorizando a do sul em detrimento das culturas regionais, que são ricas e variadas.

### *Como se deu a nacionalização da programação da TV brasileira?*

Esta é uma pergunta complexa. Isto porque nos primeiros anos da existência da televisão tínhamos uma programação totalmente local e nacional e, porque não dizer, com alguns programas de alto nível cultural. O processo de desnacionalização dos programas aconteceu basicamente por dois motivos: O primeiro deve-se à efetivação do



golpe militar de 1964, quando os artistas e intelectuais brasileiros viviam um movimento de conscientização e de reformas sociais (era época da bossa nova, do tropicalismo, do cinema novo, etc.) que se traduzia num movimento de postura muito crítica, cuja produção (fosse na área teatral, do cinema ou da música) não interessava ao poder constituído. Aí, a censura funcionou com muito rigor e foi estimulada a utilização de programas estrangeiros, principalmente dos "enlatados" americanos, que não trariam problemas ideológicos nem para os governantes nem para os proprietários das emissoras. Os programas importados ainda tinham a vantagem de serem mais baratos. O segundo motivo a facilitar a desnacionalização foi a tecnologia. Com a chegada de equipamentos sofisticados como o videoteipe e o telecine ficou mais fácil para a televisão utilizar-se de filmes estrangeiros uma vez que os nacionais, com uma característica muito política, estavam proibidos de serem transmitidos pela televisão. Podemos observar que, na verdade, a televisão brasileira nasceu com uma programação totalmente local, enveredou a partir de 1964 para uma programação "enlatada" e só a partir do final do governo Médici, quando o governo começou a se preocupar com a violência dos programas americanos foi que uma luz se acendeu no fim do túnel e começamos a produzir programas nacionais que contaram com subsídios oficiais (empréstimos bancários e outras facilidades) para fazer frente aos custos de produção. Dentro disto, vale lembrar que a nacionalização mesmo da nossa programação foi efetivada a partir do governo do Presidente Ernesto Geisel, quando o Brasil passou a adotar uma política internacional independente da orientação norte-americana e uma política interna cada vez mais nacionalista. Os reflexos da política adotada pelo governo Geisel atingiu inclusive o setor da indústria publicitária nacional, quando as dez maiores agências em operação no país também deixaram de ser agências estrangeiras. Foi a partir de 1975 que as nacionais passaram a ocupar os primeiros lugares do ranking nacional de agências de publicidade.

### ***Como funciona a censura hoje na TV?***

Hoje (1992), graças à promulgação da Constituição de 5 de outubro de 1988, os meios de comunicação de massa do Brasil estão vivendo uma fase de liberdade, pois não temos censura nem mesmo na televisão. O que existe hoje (1992) e que muita gente confunde com censura é um sistema de classificação dos programas de televisão, fato que existe também nos países mais democráticos do mundo. Compete ao Ministério da

Justiça classificar os programas quanto ao conteúdo, sem qualquer corte, indicando apenas o melhor horário para transmissão. Se um pai achar que seu filho, menor de idade, pode assistir um programa, classificado para adulto e que só pode ser transmitido depois das 22 horas, este é um problema interno da família. O que o governo fez foi cumprir uma de suas finalidades, o de regulamentar a utilização do veículo e mesmo assim atendendo às pressões de vários grupos da sociedade (associações de pais, educadores, igreja etc.).

***Há uma afirmação em seu livro (Um Perfil da TV Brasileira) sobre a característica inicial da TV como veículo publicitário. A TV hoje conseguiu minimizar ou modificar esse quadro?***

O que eu digo no livro é que desde o início a televisão apresenta todas as características de um grande veículo publicitário e ele mantém, ainda hoje as mesmas características, sendo que algumas delas foram aperfeiçoadas. A televisão é hoje o nosso maior e mais importante veículo publicitário porque é capaz de difundir uma mensagem a um público potencial estimado em mais de 90% da população num mesmo dia e hora. Para tanto este público não precisa nem saber ler. Além do mais, uma campanha publicitária veiculada através da televisão facilita o trabalho das agências de publicidade que precisam apenas manter contatos com cinco ou seis emissoras geradoras e decidir a veiculação em todo o país através de suas respectivas redes formadas pelas estações afiliadas. Não é à toa que a televisão brasileira abocanha 60% de todo o investimento publicitário do país.

***Como a TV conseguiu tornar-se independente?***

Dentro de um regime democrático e capitalista, quanto maior for o número das fontes de renda de um veículo, maior será sua independência em relação ao Estado, e menores serão as influências do poder econômico sobre aquele veículo. Se olharmos a situação sob este ponto de vista poderíamos ainda dizer que quanto maior for o faturamento da empresa de comunicação mais independente é o veículo. Entretanto, quando se fala de televisão, só quem pode ser classificada como independente, devido ao alto faturamento, é a rede Globo. Mas quando falamos da independência do veículo como um todo, temos de lembrar que a televisão brasileira é ainda dependente de hardware e de software e que também importamos muitos programas para atender a nossa deficiência de

produção de programas em larga escala. Não podemos também esquecer que televisão é uma concessão pública e seu grau de independência passa por esta relação direta e indiretamente também.

***Como você classifica nossos noticiários? As notícias que são veiculadas são manipuladas? Assistimos a um outro Brasil?***

Os noticiários de nossas principais redes podem ser considerados tecnicamente como de bom nível, embora quanto ao conteúdo, sejam discutíveis. Os noticiários são muito superficiais e estão mais preocupados com os índices de audiência registrados pelo IBOPE do que com a função de bem informar e orientar o telespectador. Outras falhas existentes nos noticiários das principais redes têm a ver com o processo de edição e a linha política-editorial traçada por seus proprietários. É por isso que uma mesma notícia pode ser apresentada (leia-se, editada) de maneiras diferentes em nossas redes. A Globo pode apresentar o fato mais superficialmente, enquanto a SBT ou a Manchete pode fornecer maiores detalhes do mesmo fato e vice-versa. Com relação ao questionamento se assistimos a um Brasil diferente, diria que, na época dos governos militares, quando a censura era ativa, o noticiário só mostrava o que o governo queria que a população soubesse. Hoje, após a Constituição de 1988, o noticiário da televisão também está livre de censura e pode mostrar qualquer coisa, até os "Aqui, Agora" da vida. E, devido a este ar de liberdade, é que o outro lado do Brasil, antes tão colorido, agora também é mostrado no noticiário, com saques, assassinatos, miséria e denúncias de corrupção política. A verdade é que a notícia nem sempre é colorida e, no momento ela vem se apresentando como é, e isto tem chocado alguns telespectadores mais conservadores. Se a violência que é mostrada no noticiário de televisão deve ser mostrado nua e crua ou não, é outro problema...

***Trace o perfil do telespectador. Se necessário, divida por faixas.***

Traçar um perfil do telespectador brasileiro assim seria uma irresponsabilidade. Existem institutos de pesquisa sérios no Brasil que fazem este trabalho baseado em levantamentos sistemáticos, identificando e classificando o telespectador quanto ao sexo, idade, escolaridade e classes sociais. Baseados nestas informações as agências de publicidade decidem em que programa vão anunciar os produtos de seus respectivos

clientes. Assim, geralmente, os produtos de limpeza, higiene e beleza são anunciados nos programas destinados ao público feminino. Os produtos a serem consumidos por crianças são, invariavelmente anunciados em programas infantis tipo Show da Xuxa, Mara Maravilha, etc.

***Qual o motivo da sua visita a Vitória, do Espírito Santo?***

Estive em Vitória por motivos profissionais. Como jornalista, editor do suplemento agrícola do jornal *A Tarde*, da Bahia, estive visitando o projeto da Aracruz Celulose, uma empresa que vem investindo muito no extremo sul da Bahia no que diz respeito ao plantio de florestas homogêneas. Como não poderia deixar de acontecer, aproveitei os momentos livres para manter contatos com a imprensa local, conhecendo de perto seus avanços tecnológicos, como é o caso deste jornal, *A Gazeta*, que, graças à visão empresarial de Carlinhos Lindemberg, tem realizado investimentos na área da informatização tanto no jornal como na emissora de televisão que o grupo possui. Como estudioso e pesquisador dos meios de comunicação de massa no Brasil, conhecer de perto os nossos veículos é uma curiosidade natural.

***A imprensa manipulou e foi manipulada durante as guerras? Em quais guerras, ela manipulou e em quais foi manipulada?***

A pergunta, acredito, refere-se ao tema de um dos meus livros, *Censura de Guerra*, não é? Pois bem, a resposta é simples e direta: A imprensa sempre foi manipulada em todas as guerras, mesmo na do Vietnã quando os jornalistas tiveram mais liberdade de atuação, mas, no momento da edição sempre prevalecia a visão oficial fornecida em Washington em detrimento do despacho remetido pelo correspondente de guerra que não podia ser checado. Na dúvida, os editores publicavam a versão oficial. Durante a mais recente guerra, a do Golfo Pérsico (1991), também conhecida como "Operação Tempestade no Deserto", os meios de comunicação de massa foram usados e manipulados pelos dois lados, que deixaram os jornalistas no meio das ações sem condições de fazer qualquer opção.

***Os correspondentes de guerra têm o papel de espões?***

Não. O papel do correspondente de guerra é transmitir aos seus leitores detalhes do que se passa no campo de batalha. Entretanto, devido aos interesses estratégicos dos

militares e à censura que é exercida durante períodos de conflitos armados, a primeira vítima de uma guerra é sempre a verdade.

***O saldo da participação da imprensa nas guerras durante todos esses anos, pode ser considerado positivo?***

Não. O balanço tem sido sempre negativo, não apenas pela quantidade de jornalistas, fotógrafos e cinegrafistas que morreram ou foram seriamente feridos como também pelos danos causados à credibilidade da imprensa. A cada guerra que passa, mais a imprensa fica desacreditada pela população que identifica os enganos, as deturpações dos fatos, mas não fica sabendo que tudo o que leu, ouviu ou viu foi censurado por um ou até mesmo pelos dois lados em conflito, como ocorreu durante a guerra do Golfo. Naquela guerra, a única transmissão que não sofreu os cortes da censura iraquiana foi a que o Peter Arnet, da CNN, conseguiu fazer, mostrando os estragos produzidos pelo ataque aliado a um abrigo público da Defesa Civil, quando morreram mais de 400 civis. Aquela transmissão, entretanto, sofreu alguns vetos por parte da censura norte-americana.

***O senhor acredita que pode se atribuir culpa à imprensa por derrota numa guerra?***

Poder não pode, mas sempre procuram culpar a imprensa pelos fracassos. Foi assim na Guerra do Vietnã e exatamente por isso, desde então, a imprensa tem sido controlada e manipulada. Usada até como estratégia militar para enganar o inimigo, como ocorreu no Golfo, quando os jornalistas assistiram a operação limpeza do mar, realizada por homens rãs, que desativaram quase todas as minas colocadas na área pelos iraquianos. Toda uma propaganda foi feita procurando mostrar o local onde possivelmente ocorreria um desembarque, o que forçou as tropas iraquianas a deslocarem tropas para uma certa área quando a invasão ocorreu em outra parte, na retaguarda. Na divulgação da operação limpeza a imprensa foi utilizada e cumpriu direitinho o papel que os militares queriam. Com relação à culpa da imprensa, vale dizer que, no momento, a imprensa mundial, incluindo-se aqui também a brasileira, vive um momento de extrema delicadeza, pois devido a esta síndrome de transferência de culpa, tudo o que não funciona ou não está dando certo, é por culpa da imprensa. Aqui no Brasil, quando o governo erra, quando um político perde a eleição, o deputado não consegue aprovar seu projeto, a culpada é sempre a mesma: a imprensa. Será que a imprensa é mesmo

responsável pelas guerras que não decidiu fazer? Pela incompetência de um governante ou a inabilidade de um político? Claro que não, mas como compete à imprensa exercer a sua função fiscalizadora (de cão de guarda da sociedade), ela incomoda. Por isso estamos sofrendo uma verdadeira campanha para nos desacreditar junto aos nossos consumidores. Compete ao jornalista lutar para restabelecer a credibilidade e isto só será possível com competência, seriedade, honestidade e ética profissional.

***Quando a liberdade de imprensa pode ser considerada nociva em uma guerra?***

Sob o ponto de vista da estratégia militar isto pode ocorrer todas as vezes em que a liberdade de imprensa ponha a segurança da nação em risco. Entretanto, mesmo este argumento pode ser questionado hoje em dia, quando os exércitos dispõem da ajuda tecnológica de satélites sofisticadíssimos para saber tudo sobre o inimigo. Não seria, portanto, a divulgação de perdas ou da quantidade de soldados, navios e aviões que um país dispõe que impedirá o inimigo de saber estas informações.

***Quais funções sociais desempenham ou deveriam desempenhar os jornalistas, através da mídia impressa e eletrônica? Qual é o seu ponto de vista, após esta análise?***

O jornalismo tem quatro funções sociais básicas a desempenhar não necessariamente nesta ordem: educar, informar, divertir e fiscalizar. Só desempenhando estas funções com seriedade é que os jornalistas conseguirão resgatar a credibilidade da imprensa que está muito abalada. Esta queda de credibilidade é que está levando o jornalista a entrar numa crise de identidade. É necessário que o jornalismo nacional faça uma autocrítica a fim de identificar novos rumos a seguir, procurando valorizar cada uma das funções sociais que tem o dever de cumprir, sem deixar de considerar, contudo, que liberdade de informação não significa democratismo e que para haver democracia plena todos têm que requerer seus direitos, cumprindo também os seus deveres.

***Por que a preocupação militar com a imprensa, em caso de guerra? Não é exagero considerá-la maldita?***

A preocupação dos militares com a imprensa é uma preocupação histórica. Eles reconhecem o poder da comunicação e o que se pode fazer com a informação. Isto porque como disse Jeremias Gotthelf, no início do século passado, "a palavra é infinitamente mais poderosa do que a espada. Quem a souber manejar é muito mais poderoso do que o

mais poderoso dos reis". Com relação à segunda parte da pergunta, só tenho a dizer que também acho um exagero considerar a imprensa maldita em época de guerra. Mas só se entende porque a chamam de maldita quando se identifica quem a denominou assim e porquê. Geralmente é porque ela divulgou pseudo segredos daqueles que passaram a denominá-la de maldita. É pura dor de cotovelo.

***A verdadeira história de muitas guerras ainda não foi contada? Temos muitas histórias de guerras inéditas?***

A verdadeira história da guerra... é difícil dizer o que é verdadeiro em época de guerra. Isto porque a história é escrita pelo vencedor. Entretanto, alguns anos após o conflito sempre aparecem documentos, antes secretos e guardados a sete chaves, ou declarações de ex-militares e ex-políticos que contribuem para esclarecer certos fatos que haviam sido divulgados pela imprensa e negados veementemente pelos governos envolvidos. Alguns destes fatos levaram jornalistas e/ou empresas jornalísticas a sofrerem verdadeiras perseguições, sendo considerados traidores, julgados e condenados. Anos depois sempre se esclarece. É como diz o dito popular, mais cedo ou mais tarde a verdade sempre chega. Baseado neste ponto de vista, só podemos dizer que ainda temos muitas coisas a serem esclarecidas com referência a muitas guerras, inclusive sobre a última, a do Golfo Pérsico, em 1991.

***Quando a verdade deixou de ser a "tradicional vítima" da guerra?***

Nunca. Em todas as guerras, conflitos e revoluções a verdade sempre foi a primeira vítima.

***Como o senhor vê o mito da imparcialidade do jornalista?***

Como a sua própria pergunta classifica, a imparcialidade é um mito. Entretanto compete ao jornalista atuar dentro da ética, procurando sempre dar os diversos lados da questão, fornecendo ao leitor todas as informações necessárias para que ele mesmo possa decidir que versão apoiar. Isto não significa que o jornalismo não deva opinar. Pelo contrário: compete também ao jornalista argumentar, apresentando todas as versões, a fim de fundamentar inclusive a sua própria opinião a favor ou contra determinado fato. Para tanto, ele tem que executar bem a tarefa de levantamento de todos os dados para que seu trabalho não venha a ser identificado com uma investigação mal feita. Tudo depende

do profissionalismo e da capacidade de mobilidade do jornalista. Para bem executar suas tarefas ele tem que estar preparado e bem informado. O jornalista costuma cobrar muito a negligência de outros profissionais da sociedade, mas não costuma apurar suas próprias negligências. O jornalista pode até cometer erros, pois errar é humano. Mas o que não pode é pecar por omissão.

***Nos tempos de abertura política que vivemos, no Brasil, apesar das guerrilhas urbanas, temos liberdade de imprensa?***

Desde o governo da Nova República, de José Sarney, que vivemos uma fase de transição democrática. Apesar da Constituição de 1988 garantir plena liberdade de expressão e de não termos mais a execução da censura prévia ainda não aprendemos direito o que é viver em completa liberdade, pois a liberdade não significa só "o venha a nós ao vosso reino nada". Significa uma via de mão dupla, onde existem direitos e deveres e a imprensa tem que saber quais são os seus direitos e quais os seus deveres para poder exercer esta liberdade em toda a sua plenitude, resgatando a nossa credibilidade afim de que possamos também dar a nossa participação no desenvolvimento da nação.

***A auto-censura do profissional de comunicação é única e exclusivamente resultado de uma cultura militar adquirida nesses 21 anos de ditadura?***

O regime de exceção já acabou. Não precisamos continuar vendo fantasmas em todo canto. Mas a auto-censura não pode ser apenas creditada àquele período, pois ainda hoje nos defrontamos com ela em situações variadas. Na verdade, a auto-censura é fruto também da incompetência ou da falta de segurança do profissional. Além disto, a auto-censura pode também ser motivada pelo comprometimento político-ideológico ou econômico da empresa ou do profissional em questão. Este é outro tema, de caráter ético, que deve ser melhor refletido pelos profissionais de imprensa. A autocrítica pode ajudar muito os caminhos que a imprensa brasileira vai trilhar no futuro.

***Os veículos de comunicação vêm cumprindo o seu papel?***

Dentro do possível, os veículos de comunicação de massa do Brasil têm procurado cumprir com o seu papel. Em alguns momentos com uma presença extremamente lúcida e em outras com posições equivocadas fruto da pressa que continua sendo a maior inimiga da perfeição.



***Quais as cores que nós, profissionais da mídia impressa e eletrônica, pintamos deste Brasil?***

Tem um chavão jornalístico que diz que a imprensa é um reflexo da sociedade. No nosso caso, mesmo com pequenos borrões, estamos pintando um Brasil com as cores com que ele se apresenta, ou seja, nem sempre a verdade é colorida...

***Existe maior liberdade de imprensa na mídia impressa ou na eletrônica? Há diferenciação?***

A mídia impressa trabalha com espaço, enquanto a mídia eletrônica trabalha com tempo. Dentro deste conceito de tempo e espaço a liberdade e/ou a verdade é uma só, nem deve ser considerada de maneira diferente. O que existe é mais tempo ou menos espaço, mas a liberdade deve ser tratada com a mesma seriedade.

## OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO FRENTE À GLOBALIZAÇÃO

Entrevista de Sergio MATTOS concedida a Iluska Coutinho (Faculdades Associadas do Espírito Santo) e publicada na PCLA – Pensamento Nacional Latino-Americano) – Revista Científica Digital, vol, 2, nº 2. Janeiro/Fevereiro (Março 2001)

*Em seu site você é apresentado como jornalista, escritor, músico e pesquisador. Essas “facetas” convivem ao mesmo tempo ou em determinados períodos o escritor dá lugar ao músico, por exemplo?*

Na verdade se trata de uma convivência pacífica e simultânea. Seria difícil separar as facetas, pois cada uma é a parte de um todo que se completa, mas cada faceta é trabalhada de cada vez, com dedicação visando um produto finalizado de cada vez. O trabalho é sempre feito com planejamento antecipado para que tudo ocorra dentro dos conformes. É claro que quando estou a criar poemas, por exemplo, a faceta musical também está presente, pois o poema também tem ritmo e musicalidade. O fato de ser pesquisador e jornalista também contribui para a criação final tanto do poema, como da letra de uma música ou da própria música, pois muitas vezes é necessário se fazer uma pesquisa sobre determinados assuntos a serem desdobrados ou sintetizados poeticamente. Aliás, a objetividade, a clareza e a simplicidade do texto jornalístico estão presentes em minha poesia, que se propõe a comunicar mensagens da maneira mais objetiva, direta e poética possível, pois se o poema não comunica ao leitor o que ele se propõe ele perde sua força e o seu propósito de existência.

*Além de possuir uma significativa produção acadêmica, o que lhe vale esse ano o prêmio Luiz Beltrão de Maturidade Acadêmica. Você permanece atuando como jornalista, na função de editor do jornal A TARDE. Como conciliar duas atividades que aparentemente demandariam dedicação exclusiva? Quais as grandes vantagens que essa convivência trouxe, tem trazido, para o pesquisador? E para o jornalista?*

Na verdade eu desempenho também mais algumas outras funções: sou professor de comunicação, coordenando quatro cursos da área (jornalismo, relações públicas,

publicidade e marketing) em duas universidades privadas. Os dois primeiros cursos são da UNIBAHIA e os dois últimos na POLIFUCS. No jornal *A TARDE* sou editor de dois suplementos: *A Tarde Municípios* (diário) e *A Tarde Rural* (semanal), funções que desempenho no turno matutino. Sou também editor diretor de redação da revista *NEON*, a única revista mensal de arte cultura e entretenimento da Bahia. Durante os turnos vespertino e noturno estou a serviço das faculdades, das leituras, pesquisas e criações (poéticas e musicais). Quando me perguntam sobre qual o milagre que faço para obter tempo eu respondo que tudo depende de disciplina e dedicação, além de fazer com amor. Não é preciso nem falar sobre as vantagens que o poeta tira da convivência jornalística nem da influência do pesquisador no jornalista e vice-versa, pois isso está presente em minha obra, devido, principalmente, à contemporaneidade dos assuntos abordados nas pesquisas, mesmo quando de cunho histórico...A convivência do jornalista com o poeta e o compositor é positiva e direta devido às facilidades dos contatos que o jornalismo nos permite, abrindo, de certa forma, algumas portas que a princípio podem parecer como grandes obstáculos para muitos.

*Na introdução do livro **A Televisão na era da Globalização, que teve sua organização você defende a necessidade de uma “teoria crítica da globalização que passe por cima das teorias de direita ou de esquerda”. A publicação é de 1999. Na sua opinião hoje esse referencial teórico já está disponível ou as análises que têm como tema a globalização das comunicações ainda carecem de um suporte crítico mais adequado?***

É verdade. Imagine que o muro de Berlim caiu há dez anos e o mundo continua dividido em direita e esquerda... E os pesquisadores, em todo o mundo, continuam adotando posições ou teorias metodológicas que continuam seguindo os vieses de cada uma das perspectivas derivadas de Karl Marx ou Max Weber. Parece inacreditável, mas, no fundo no fundo é assim ainda... A globalização, nos anos noventa, é apenas mais uma nova terminologia para o imperialismo e as influências das empresas multinacionais dos anos 50, ou das transnacionais dos anos 70 e 80. O capitalismo de agora ganhou nova roupagem e se apresenta mais forte, selvagem e dominador do que antes. Respondendo diretamente sua pergunta, acredito que alguns passos já foram dados em direção a um novo referencial teórico, mas não dispomos ainda de um referencial maduro (debatido e aceito pela academia) devido às influências dos modelos anteriores. Portanto, as

pesquisas, principalmente na área da comunicação ainda carecem desse suporte crítico adequado.

*De que forma seria a participação da mídia, e especificamente da televisão, na chamada percepção popular do mundo “globalizado”? Existiria de fato uma cultura global?*

A mídia eletrônica está cada vez mais globalizada no que diz respeito à produção homogeneizada do conteúdo cultural e no que diz respeito ao fluxo de informações, mas não acredito que a televisão esteja contribuindo para construir a percepção popular desse mundo globalizado. Quem percebe e identifica as evidências desse processo é apenas uma pequena elite que não chega nem a um (1%) por cento da população. Sem estar me baseando em dados estatísticos, fruto de uma pesquisa de campo, ao responder esta pergunta estou apenas emitindo uma opinião pessoal e mesmo assim em termos de hipótese. A audiência de nossa televisão (classes C, D, E que é maioria), na verdade, não está muito preocupada com isso. Compete a nós, pesquisadores, identificarmos os processos e estudá-los, visando a implementação de medidas que visem a preservação de nossa cultura e/ou apresentando soluções para problemas identificados, procurando evitar generalizações ou radicalismos. Quanto à Segunda parte da questão: Existe de fato uma cultura global? Depende do que entendemos por cultura. Se por exemplo considerarmos a “cultura econômica global”, poderíamos dizer que existem fundamentos/princípios econômicos globais que estão sendo adotados em todo o mundo como uma cultura geral que tem o mesmo objetivo. Entretanto quando nos referimos à cultura popular, em seu sentido mais amplo, discordo, pois cada país, cada região tem sua própria cultura e isto tem sido, de certa forma mantido, apesar das tentativas de homogeneização cultural, principalmente no setor da música. Aliás, é bom que se diga que o processo de globalização depende também da manutenção do regionalismo (das culturas regionais, das forças de mercado regionais) para que o processo global como um todo possa sobreviver também.

**Sua formação acadêmica em nível de pós-graduação aconteceu na Universidade do Texas, em Austin. Os Estados Unidos são apontados como o grande modelo do jornalismo praticado no Brasil, e mesmo de alguns programas de entretenimento de nossa televisão, como os chamados “reality shows”. Na sua opinião na área teórico-metodológica também haveria essa relação de “empréstimo”**

**ou o chamado pensamento comunicacional latino-americano é uma referência mesmo nas universidades americanas?**

Quanto à forma e à estrutura, o jornalismo brasileiro copiou muito do jornalismo americano. Entretanto, quanto ao conteúdo e a prática jornalística no dia-a-dia, o jornalismo daqui apresenta características diferentes do praticado por lá, principalmente no jornalismo regional, mas este assunto mereceria talvez um livro ou uma tese para explicar as semelhanças e as diferenças. Quando identificamos algumas semelhanças nos programas televisivos não significa que o todo seja igual. Na verdade, no que diz respeito à televisão, pode-se dizer que as técnicas de produção, gravação, edição, iluminação etc. são similares. Pode-se dizer que o formato de alguns programas também é idêntico e muitas vezes eles são apenas adaptados, interpretados por atores locais e/ou traduzidos. Mas ao longo dos anos a televisão brasileira tem conseguido impor um estilo diferente e próprio de produção que valoriza, por exemplo, mais o conteúdo, identificando os personagens, do que apresentando apenas ação, o movimento, para prender a atenção do espectador. Uma produção americana, a título de exemplo e sem generalizações, começa com muita ação sem apresentar os personagens e ou as razões e motivos que o levaram àquela situação, enquanto, em sua maioria, as nossas produções procuram contextualizar a história... Mas não vamos entrar nestes detalhes, pois o assunto além de ser muito polêmico, necessita também de um estudo à parte para confirmar através de análises de conteúdo estas idéias aqui levantadas como suposições. No que se refere à área teórico-metodológica podemos dizer que os pesquisadores latino-americanos têm importado muito dessas teorias, tanto norte-americanas como européias para a realização da maioria das pesquisas comunicacionais. Entretanto, também é certo que o pensamento latino-americano também tem suas bases bem sedimentadas e que mesmo nos Estados Unidos são consideradas como referência. No campo da pesquisa de comunicação latino-americana já existem várias linhas de pesquisas com características próprias independente da referência teórica das escolas americanas e ou européias, e que devido ao volume de estudos produzidos vêm sendo considerados como um modelo. Para tanto o trabalho desenvolvido pelo CIESPAL, FELAFACS, INTERCOM etc. ao longo das últimas duas décadas foi de fundamental importância para o crescimento da escola latino-americana e principalmente da escola brasileira com todas as suas nuances.

***No que diz respeito à regulamentação das comunicações no Brasil acredita que o cenário de convergência, descrito por alguns pesquisadores, vai motivar uma reformulação das políticas de concessão de canais ou controle do acesso aos meios de comunicação?***

A convergência das mídias e sua interatividade são fato. Nada do que conhecemos hoje será a mesma coisa nos primeiros anos do próximo milênio, quando haverá uma mudança radical nos conceitos de televisão/Internet. Acredito que vai haver necessidade de uma reformulação não apenas nas políticas de concessões de canais, como também no controle da disseminação dos conteúdos. Isto será inevitável.

***Muitos sites da Internet já incluem espaços com conteúdos audiovisual, alguns chegam a receber inclusive o nome de TV (caso da UOL). Há perspectivas de mudança na linguagem praticada na telinha a partir dessa interação com o mundo virtual? Como seria o profissional capacitado a trabalhar nesse espaço de convergência, chamado algumas vezes de multimídia?***

Sim. Mas tudo que podemos dizer agora é que qualquer coisa que se diga nesse setor com referencia ao futuro não passa de especulação. Com relação ao profissional, quando se fala num profissional multimídia, a primeira imagem que se nos apresenta é aquela do profissional dos mil e um instrumentos, que dentro das redações exerce uma função de curinga, o homem dos sete instrumentos, o faz tudo. Esta imagem é de certa forma, uma imagem pejorativa, pois o faz tudo acaba sendo uma espécie de quebra-galho, nunca um profissional na acepção total da palavra. Entretanto, um jornalista multimídia deve ser aquele profissional que está preparado e que entende como funcionam todos os meios de comunicação em todos os seus aspectos, da produção, difusão, comercialização e administração. Hoje é importante que o jornalista tenha uma visão real do mercado onde atua, além de conhecer a operacionalização de toda a parafernália tecnológica existente a fim de que possa satisfazer não apenas suas necessidades como comunicador, mas também atender aos variados níveis de expectativas dos consumidores de produtos midiáticos. O profissional multimídia é também aquele que tem uma noção perfeita das demais profissões da área da comunicação social, sabendo exatamente como atuam e pensam, dentro da lógica de mercado de cada um.

Os cursos de comunicação hoje em dia têm procurado abrir o leque das opções das disciplinas oferecidas, buscando ampliar a interdisciplinaridade e integração com outros cursos, visando abrir ainda mais a visão de mundo do futuro jornalista, que antes

de mais nada precisa ser um profissional aberto, sem qualquer tipo de preconceito e voltado cada vez mais para adaptar as novas tecnologias e tirar proveito delas em benefício da coletividade. O profissional multimídia não pode ser confundido com o profissional que sabe operar variados e sofisticados instrumentos eletrônicos. Muito pelo contrário, este profissional deve conhecer principalmente como funcionam as forças do mercado, como pensam os profissionais de outras áreas, como se processam as relações profissionais entre si e como elas utilizam os meios de comunicação e como se gratificam ao utilizar cada veículo.

## O QUARTO PODER E AS ELITES

*Entrevista de concedida a MARCIO SARDI para a revista FENAE AGORA, edição 16, ano 2, nº, maio de 1999.*

### ***Quais os principais grupos de comunicação no Brasil?***

O maior deles sem qualquer sombra de dúvidas é o Grupo Globo, de Roberto Marinho, que detém um holding midiáticos, englobando uma série de veículos (eletrônicos e impressos) além de empresas outras relacionadas com a industrial cultural. Logo após seguem-se o Grupo Abril e o grupo da RBS. Estes são a meu ver os principais e os maiores, independente do volume de investimentos.

### ***Como os principais impérios foram criados?***

Você está se referindo aos impérios de comunicação, acredito. Sendo assim, desde a época de Assis Chateaubriand ( que foi o maior império de comunicação do Brasil e se, considerarmos as diferentes épocas , fazendo as devidas correções e comparações, guardadas as devidas proporções, teria sido maior do que o que Roberto Marinho detém hoje) que os império de comunicação no Brasil foram e são construídos sob o beneplácito e o apoio direto dos governantes, ou seja por trafico de influência política. A ajuda oficial apresenta-se sob várias facetas. Ela pode ser através da concentração da publicidade oficial neste ou naquele grupo de comunicação, pode ser através de financiamentos a fundo perdido, ou a juros abaixo dos praticados no mercado para outras empresas ou pessoas físicas. (Vide detalhes no meu livro “O Controle dos Meios de Comunicação”, que está disponibilizado na integra na Internet, em minha home page [www.sergiomattos.com.br](http://www.sergiomattos.com.br) )

### ***De onde vem o lucro dos meios de comunicação?***

Os veículos de comunicação estão divididos basicamente em dois grupos: Mídia Eletrônica e Mídia Impressa, observando-se que os custos operacionais da mídia impressa geralmente são maiores do que os da mídia eletrônica. Os dois grupos vivem



essencialmente da publicidade, que garante a sobrevivência e os lucros (quando o veículo dá). Não se pode esquecer que alguns veículos, como jornais e revistas também dependem da venda dos exemplares (nas bancas e por assinaturas) diretamente ao público e que quanto mais vendem (aumentando suas respectivas audiências) mais vão atrair anunciantes.

***Hoje, muitas empresas de comunicação passam por dificuldades financeiras. Há dados sobre essas dívidas, para quem são e por que surgiram?***

Que existem empresas de comunicação passando dificuldades todos sabem, principalmente aquelas que fizeram uma opção política e que estão vinculadas a grupos políticos, pois a finalidade maior é dar suporte ao partido ou grupo, que as mantém. Historicamente existem, também no Brasil aquelas empresas que por optarem em fazer oposição também pagaram um grande preço por esta opção, não obtendo, por exemplo, financiamentos, empréstimos ou recebendo a publicidade oficial ou das empresas que prestam serviços ao governo, seja ele, em nível federal, estadual ou municipal.

As empresas de comunicação devem ser vistas como toda e qualquer empresa, pois o empresário que investe quer ter retornos, lucro. Portanto se alguma empresa de comunicação, salvo as politicamente vinculadas, não estão dando lucro pode ter ocorrido algum mau planejamento, falta de estudo de mercado ou não está seguindo os preceitos básicos de considerar a audiência (seu público leitor, radiouvinte ou telespectador) como seu maior investimento. Devem, portanto, refazer seus objetivos, contratando profissionais para a área onde venha a ser detectada as falhas operacionais.

Você pergunta ainda se há dados sobre essas dívidas? Claro que existem, mas precisam ser levantados individualmente. Cada caso é um caso, não dá para generalizar. Por exemplo, durante o período de exceção, tanto o *Jornal do Brasil* como o *Estado de S. Paulo* sofreram restrições, por motivos diferentes, mas sofreram sanções oficiais. O *Jornal do Brasil* até hoje não conseguiu se equilibrar, enquanto o *Estadão*, depois de ter perdido até a liderança para a *Folha*, está se equilibrando depois de ter enfrentado uma dívida grandiosa por conta de um empréstimo estrangeiro em dólares que foi obrigado a tomar por conta de uma posição política que lhe impediu acesso a um financiamento junto a Caixa Econômica que estava aprovado, mas que no último minuto foi vetado (Vide detalhes no livro *O Controle dos Meios de Comunicação*).

Quanto a origem da dívida, é muito complicado categorizá-las também. Cada caso é um caso. Pode ter sido por conta de empréstimos, por perseguição política - econômica, por má utilização dos recursos / má administração, etc.

***O governo empresta dinheiro aos veículos de comunicação? Há dados sobre isso?***

Em parte já respondi esta pergunta na resposta anterior. Mas a resposta é CLARO que sim. As empresas de comunicação não são diferentes das demais empresas, salvo quanto aos seus objetivos sociais. Também existem dados, mas devem ser levantados caso a caso, veículo por veículo, em cada estado da federação.

**A política de concessão de emissoras é transparente? Existe licitação para a concessão de emissoras?**

Aparentemente tudo é de acordo com a lei e publicado no diário oficial, onde saem publicados os editais de licitação. Até 1988 quem decidia a concessão era o ministro das comunicações juntamente com o presidente. Hoje a concessão passa pelo Congresso, uma vez que o processo de concessão foi democratizado após a Constituição de 1988. Entretanto, nada impediu que a situação de concentração dos mesmos em mãos de políticos, ou de grupos políticos, continuasse como antes.

**Os políticos geralmente são beneficiados com essas concessões? Quais são os políticos maiores detentores de empresas de comunicação?**

Claro que são. Mais de 50% por cento dos veículos eletrônicos (emissoras de rádio e televisão) estão diretamente nas mãos de políticos independente de seus partidos e a outra metade está nas mãos de pessoas que de alguma forma possuem ligações partidárias ou estão ligadas direta ou indiretamente a alguma liderança política. Em cada Estado você tem que levantar estes dados e comprovar. Quanto mais influente é o político mais veículos ele tem a seu dispor. O professor e pesquisador Daniel Hertz tem um livro sobre o assunto, pois ele se dedicou à pesquisa e a democratização dos veículos de comunicação, denunciando a quem pertence, em cada estado, os principais veículos de comunicação (TV e Radio). No caso específico da Bahia, o jornalista Agostinho Muniz também fez levantamento semelhante.

***Sabe-se que muitos políticos usam “laranjas” para adquirirem emissoras. Há notícias de laranjas notórios que não teriam recursos para adquirir televisões e que nunca foram investigados?***

Os laranjas ou “testas de ferro” sempre existiram, mas têm que ter algum respaldo financeiro. As concessões não são dadas a qualquer pessoa ou pobretão que nada possui. Os candidatos têm que apresentar curriculum e apresentar condições financeiras, pelo menos é assim que está na lei. Desconheço, portanto casos de candidatos que tenham recebido a concessão e que não tinham condições financeiras para tal, mas existem casos que a concessão venceu o prazo porque não foram implementadas, pois os candidatos esperavam obter um financiamento e não conseguiram ou por outras dificuldades.

***Essa benesse resulta em contrapartida política ao governo?***

Seria ingenuidade dizer que não. Até porque, como se trata de concessão, nenhum governo político a concedia antes de 1988 a um inimigo político ou a grupo contrário. Após a Constituição de 1988, o processo de concessão tem que passar pelo Congresso Nacional, onde os lobbies continuam existindo, bem como o processo de uma mão lava a outra. Um político recebe o apoio para isto ou aquilo desde que dê o seu apoio para algum outro interesse. Tudo de comum acordo, o que demonstra que o processo de concessão mudou, mas mudou sobre o ponto de vista de que antes uma ou duas pessoas decidiam e agora quem decide é o congresso e o presidente sanciona. Neste sentido, ironicamente podemos dizer que o processo de negociação mudou também, em vez de negociar com uns poucos, a negociação agora envolve muito mais gente. (Detalhes deste processo podem ser localizados nos livros *Um Perfil da TV Brasileira e The Impact of the 1964 Revolution on Brazilian Television*, também disponibilizados na Internet.)

***A televisão é o principal meio de divulgação do pensamento de elite?***

A televisão é o veículo de massa que possui maior abrangência de público. Num país de analfabetos, o rádio e a televisão passam a ser praticamente a única fonte de informação da população e como tal sofre a influência direta das notícias que são divulgadas. Quanto à segunda parte da pergunta, acho que a mídia eletrônica serve para

reforçar os valores da elite, mas os veículos utilizados mesmo pela elite para formar opinião ainda são os veículos impressos.

***Quais são os maiores salários no jornalismo brasileiro?***

Acredito que o dos ancoras das televisões recebam os maiores salários. Dizem, por exemplo, que o Boris Casoi recebe R\$ 200 mil por mês. Mas isto não é muito claro, mas com toda certeza quem melhor paga aos profissionais de imprensa ainda são as emissoras de televisão.

***O papel do rádio como instrumento de divulgação vem sendo diminuído? Onde o rádio ainda se mantém como instrumento de divulgação, como no interior, ele exerce influência?***

O rádio continua mantendo a mesma força e influência. Ele só perde audiência na hora nobre da televisão, das 18 às 22 horas. O rádio é um veículo mais quente, enquanto a televisão é um veículo frio. O primeiro é muito mais interativo e exige que se preste atenção, enquanto a televisão é um meio passivo, apesar de alguns programas tentarem, hoje em dia, implantar um processo de interatividade. Tanto no interior como nas grandes capitais o rádio é extremamente e essencialmente um veículo comunitário. Veja, como exemplo, como é importante saber notícias sobre engarrafamentos, alagamentos etc., quando estamos dirigindo e recebemos pelo rádio informações para evitarmos esta ou aquela rua. Todo mundo está ligado... Recentemente, no apagão do sul do país, as emissoras de rádio deram uma forte contribuição e praticamente foram os únicos veículos a prestar o serviço público que se esperava deles. E apesar de não terem sido informados de que haveria um apagão, se saíram muito bem, prestando informações, esclarecendo e orientando a população. Apesar do apagão eles se mantiveram no ar graças aos geradores próprios e a população teve acesso aos mesmos, devido os radinhos de pilha que não precisam da eletricidade. Observe-se também que as empregadas domésticas, por exemplo, ouvem rádio praticamente o dia inteiro, e estão informadas sobre tudo... O uso do rádio para a propaganda política ainda é muito usada no país, principalmente para a manutenção da imagem dos políticos...

***Em nome da audiência, a cultura vem sendo pasteurizada pelos meios de comunicação? De que forma isso acontece?***

Como se pode notar a partir da própria denominação, “veículos de comunicação de massa”, eles, como tal, massificam. O importante é termos uma quantidade maior de veículos facilitando a pluralidade de idéias e de ofertas de programas. Mesmo assim ainda se corre os riscos da massificação dos valores sulistas por todo o país, vez que as centrais de produção estão todas concentradas no sul do país. Independente da massificação tem também um detalhe interessante que é o da influência que os maiores veículos exercem por si só sobre os veículos menores localizados em outras áreas do país. Por exemplo, todas as emissoras de rádio do país, os locutores adotaram o carioquês como sotaque oficial, principalmente nas emissoras de rádio FM. De norte a sul do país você ouve o mesmo sotaque padronizado.

O que devemos buscar para impedir a massificação é a diversificação das produções, aumentando a participação regional. A produção regional será a salvação das culturas e dos valores regionais. A Constituição prevê isto, mas até o momento nada foi feito neste sentido. Vez por outra encontramos alguns programas que foram produzidos fora do centro sul maravilha.

***A Campanha eleitoral retratada pelos meios de comunicação é honesta?***

Se você está se referindo às campanhas publicitárias obrigatórias em época de eleição, a resposta é NÃO. Até por que o nome já diz tudo: Propaganda Eleitoral, portanto de cunho político-ideológico, que visa impor um determinado produto, no caso um político, destacando seus valores e atributos, sem que haja comprovação dos mesmos.

***Um dos exemplos citados é a edição do debate de 1989 entre Collor e Lula, na Globo. Houve manipulação?***

Este é um assunto que não estudei. O que sei é o que a mídia e alguns estudos afirmam. Não gostaria de tecer comentários sobre o assunto, mas posso dizer que sob o ponto de vista mercadológico aquela situação jamais se repetirá no país. Aquilo tudo aconteceu porque foi a primeira vez que assistimos a uma campanha daquele porte, foi a primeira vez, depois de muito anos que tínhamos uma eleição direta para presidente e os

candidatos foram vendidos como PRODUTOS e quem melhor soube vender o seu produto acabou ganhando e mesmo assim ainda houve a tal ajudazinha da edição final. Como qualquer produto, aquela campanha eleitoral para presidente passou também pela Teoria do Ciclo de Vida (Inovação/Novidade, Adoção, Utilização e Saturação). Após aquela campanha, que foi uma novidade, vieram outras e já estamos saturados. Não será mais nenhuma campanha publicitária que elegerá um produto desconhecido. Quando se diz que o eleitorado amadureceu, na verdade estamos reconhecendo que o público, a audiência, o eleitor/consumidor, já saturou aquele tipo de inovação e que as praticas devem mudar para surtir o efeitos desejados. Uma prova disto é que os maiores papas do marketing político brasileiro, reconhecidos por suas genialidades, não elegeram nem 50% de seus candidatos. Fica portanto aqui a duvida quanto ao assunto que precisa ser melhor estudado e estudado sem os sectarismos políticos que ainda envolve muito pesquisador no Brasil. Por outro lado, não podemos também deixar de considerar que durante toda aquela campanha, praticamente a imprensa quase toda estava contra Collor, apoiando abertamente outros candidatos inclusive o Lula.

***Problemas como os citados acima – e outros – poderiam ser resolvidos ou minimizados com a democratização dos meios de comunicação?***

Antes de tudo precisamos saber e entender direito o que vem a ser esta democratização dos meios de comunicação. Isto porque tem muita gente argumentando que devemos acabar com ou limitar o monopólio da audiência da Globo, visando a democratização dos meios. E dizer isto é uma grande asneira. Ninguém pode determinar o nível de audiência de cada veículo num processo como o nosso onde a recepção é livre e todos têm a liberdade individual de escolher o programa e o canal que deseja sintonizar. Portanto, eliminada a questão do monopólio de audiência, que não existe, o que existe é a competência deste ou daquele canal ou programa de atrair a atenção dos telespectadores, precisamos saber o que seria esta tão propagada democratização dos meios. Há quem defenda que cada grupo político, clube de serviços, universidades e até mesmo associações comunitários ou grupos étnicos deveriam ter seus próprios canais. Este processo também se torna inviável quando se verifica os custos de implantação de uma emissora, mas tendo recursos qualquer um destes grupos citados, entre outros, podem se candidatar a operar um canal, desde que este esteja disponível no espectro previsto para

cada região. O que se sabe, e que é muito avançada , é a nossa Legislação para a TV a CABO, que prevê estas possibilidades, assegurando na lei, o direito e acesso a canais previamente reservados e específicos para todos os grupos considerados “minorias. ” Assim sendo, a legislação da TV A CABO, que contou em sua elaboração com a participação de todos os segmentos da sociedade e de grupos profissionais que defendem a democratização dos meios, está sendo considerada avançada por considerar estas questões. Entretanto, o que estamos assistindo é um avanço cada vez maior dos mesmos grupos das televisões abertas, explorando a TV PAGA, TV a CABO ou como queira chamar . Vale lembrar aqui que quanto mais crescer a TV Paga no Brasil menor vai ser a audiência ou a influência da chamada TV Aberta, que por tendência, deverá ficar mais uniforme, apresentando os mesmos tipos de programas e tendo uma audiência mais semelhante no que diz respeito aos índices do Ibope.

Concluindo, diria também que esta sua pergunta também envolve uma questão muito polêmica com múltiplas respostas de difícil aceitação. Todos os grupos possuem argumentos e contra-argumentos que justificam certas situações e a solução para a democratização dos meios de comunicação está na utilização de outros meios, tais como a informática e a Internet. Estes sim, vão possibilitar a democratização. A Internet é o futuro da comunicação e mesmo elucubrando sobre o que poderá acontecer num futuro próximo, não podemos nem imaginar as mudanças que vão se processar, tanto em nível individual, em cada um de nós, como nas empresas de comunicação. As mudanças mais radicais virão a partir do início do próximo milênio. Não é necessário ser profeta para fazer projeções e começar a imaginar o que pode ocorrer. Portanto, vamos aguardar as mudanças como consequência direta e indireta do uso da informática e da Internet pelo cidadão.

***Todo grande telejornal tem um banco como patrocinador. Isso é coincidência, entramos numa fantasiosa teoria da conspiração ou é uma política deliberada?***

O fato de termos bancos patrocinando telejornais neste momento é uma coincidência, ocasionada pelo fato de serem as empresas que mais cresceram e que até em época de crise, como a mais recente que afetou o nosso real, foram as únicas empresas que apresentaram rendimentos positivos. Nos meses da crise os bancos tiveram lucros. Isto aí por si só já justifica de certa forma a coincidência, pois quanto mais

populares e quanto mais atraírem clientes mais lucros terão. Como os telejornais estão exatamente no horário nobre, mais especificamente no pico do horário nobre, eles estão aproveitando o horário de maior audiência para venderem o peixe deles. Esta realmente é uma coincidência e não devemos apelar para a fantasiosa teoria da conspiração. Observe-se que em outras épocas, quem patrocinava os telejornais eram empresas multinacionais ou empresas distribuidoras de gasolina, tais como O Repórter Esso, O Repórter Pirelli e assim por diante. Pode ser que eu esteja errado, mas no momento é mera coincidência, como foi em outras épocas. Só os maiores anunciantes podem pagar o preço do horário nobre... milhões por segundos.

***Muitas emissoras e jornais vetam publicidade que fira suas convicções políticas ou econômicas. Anúncios de sindicatos são constantemente vetados. Isto é legal?***

Que as empresas de comunicação vetam anúncios que ferem seus interesses ou convicções é um fato real. Se é legal ou não, desconheço legislação que trate do assunto. O que se poderia questionar é se seria ético ou não vetar os anúncios, pois existem veículos que os aceitam independente de suas opiniões. Em síntese, não existe uma regra para o assunto. O importante aqui é saber que quando um veículo rejeita um anúncio, sempre tem um outro que o aceita, por concordar e defender os mesmos pontos de vista do anunciante vetado em outro veículo. De certa forma isto é até democrático. Mas a legislação garante o direito de resposta àqueles que se sintam prejudicados por alguma informação veiculada em qualquer órgão de imprensa independente de pagamento ou compra de espaço para veicular sua defesa.

***Há informações sobre o número de rádios e TVs comunitárias no Brasil?***

Sim. Os órgãos oficiais têm este controle. Até porque os clandestinos são automaticamente perseguidos e fechados. O que existe também é uma grande dúvida sobre o que viria a ser uma rádio comunitária. Isto porque, por exemplo, muito serviço de som, vem sendo classificados como tal e na verdade não é. Não existe ainda um consenso e uma definição muito clara sobre o que é uma emissora comunitária, ou se o nome advém do fato de que quem explora ser uma comunidade ou associação comunitária., ou se é devido ao tamanho e abrangência não comercial, ou seja lá o que for. Quando lemos algum trabalho nesta área, cada autor dá uma definição e uma



dimensão diferente ao que ele julga ou classifica como sendo rádio comunitária. A definição deveria partir então de suas características, limitações, abrangência e outras categorias mais que a diferenciasse de uma emissora de rádio comercial.

## **JORNAL LABORATÓRIO**

*Entrevista concedida a Alexandre Reis, no dia 04 de julho de 1999, para trabalho do Curso de Comunicação (Jornalismo) da FACOM/UFBA*

***Como jornalista, para o senhor qual é a verdadeira importância de um jornal laboratório para uma faculdades de comunicação e mais especificamente para a FACOM?***

A importância do Jornal Laboratório reside no fato de que é nele onde o aluno começa a colocar em prática as teorias do jornalismo, onde ele começa a colocar em prática suas habilidades e seus conhecimentos. O Jornal Laboratório é o local onde o aluno começa a praticar as técnicas de redação jornalística. O Jornal Laboratório, quanto oficina, é importante no processo ensino - aprendizagem, pois permite ao estudante colocar em prática o que aprendeu na teoria. Entretanto, é necessário dizer que o laboratório só surtirá efeito se todos os passos forem praticados pelos estudantes. De nada adiantará a escola ter um jornal, bonito, bem diagramado, todo elaborado se for feito pelos professores. Para mim, um Jornal Laboratório tem que ser todo feito pelos alunos com a orientação e supervisão dos professores. Geralmente, existe esta crítica quanto aos produtos dos laboratórios, mas não deve ser diferente, pois a finalidade maior é que o aluno aprenda fazendo e não ficar vendo o professor fazer a edição do texto, a diagramação etc. e tal. Entretanto acredito que o Jornal Laboratório só deveria ser cursado no último ano da escola, depois que o aluno já tivesse passado por todas as disciplinas e obtido um maior conhecimento da área, amadurecido um pouco também sobre o papel da mídia e suas funções sociais. A vantagem para o aluno seria pegar um maior traquejo na elaboração dos textos e como se formaria logo depois, ele estaria no pique, pronto para ingressar nas redações. O que vem acontecendo hoje [1999] em muitas faculdades de comunicação é que o aluno cursa os laboratórios no meio do curso e depois permanece mais dois anos na escola sem praticar e quando o curso termina ele já perdeu a pouca prática que adquiriu durante o laboratório. Vale ressaltar que as disciplinas

práticas passaram a ser dadas no meio do curso até mesmo por uma solicitação dos alunos que queriam ter logo acesso às disciplinas práticas.

No meu tempo de estudante e quando comecei a ensinar no curso de Jornalismo da então Escola de Biblioteconomia e Comunicação (hoje FACOM/UFBA), tínhamos 720 horas do curso destinadas à prática jornalística no então incipiente Jornal Laboratório. Eram 360 horas num semestre (Prática I) e 360 no outro (Prática II). No primeiro semestre ou na disciplina Prática Jornalística I o aluno aprendia, na prática, redigindo diariamente, as técnicas de redação. O aluno aprendia a ser repórter numa redação simulada, na qual os alunos produziam reportagens, diariamente, de Segunda a Sexta-feira. Por sua vez, os alunos que estavam matriculados em Prática Jornalística II, que já tinham passado por Prática I, exerciam as chefias de redação, num sistema de rodízio, no qual alguns exerciam o papel de pauteiros, chefe de reportagem, editores, diagramadores e reescrevedores, funcionando como se estivessem dentro de uma redação. Só que àquela época fazíamos tudo, até a diagramação do jornal, mas o jornal não era impresso (apesar de *A Tribuna da Bahia* ter publicado alguns cadernos especiais reunindo a produção dos alunos da Escola), o que só anos depois começou a ser feito de acordo com as limitações de verbas, procurando atender à legislação, ainda em vigor, de publicar pelo menos oito exemplares, no mínimo, por ano. Àquela época (década de 70) todos saiam, de certa forma, preparados para enfrentar as redações dos jornais, pois tínhamos apenas a habilitação de jornalismo e a escola preparava basicamente jornalistas para veículos impressos, o que não impedia dos novos profissionais trabalharem como redatores nas emissoras de rádio, de televisão e agências de publicidade da época.

Com as reformas curriculares, as escolas de comunicação passaram a oferecer uma maior quantidade de disciplinas práticas (oficinas ou laboratórios), apresentando um total de horas destinadas à prática laboratorial muito superior às aquelas 720 horas, pois passamos a ter laboratórios de rádio, de televisão, de pequenos meios etc., etc. e tal. Entretanto perdemos o total de horas destinadas à prática do jornalismo impresso como era antes. Apesar do aluno hoje ter uma ideia mais geral da prática em outros veículos, ele fica, no meu entender, com uma deficiência prática quantitativa e qualitativamente falando no que diz respeito à prática laboratorial para o jornalismo impresso.

Mesmo assim, quando estive chefiando o Departamento de Jornalismo da FACOM/UFBA, tentamos transformar a disciplina edição (que é optativa, mas com negociações com o Colegiado conseguimos que só se matriculassem nela estudantes que já tivessem cursado os laboratórios de pratica) na pratica real do fechamento do jornal. Caberia aos alunos da disciplina de “Edição” fazer as pautas, sob orientação do professor, que seriam encaminhadas aos professores de pratica, cujos alunos produziram as matérias, que retornariam para a disciplina de edição, onde seriam reescritas, tituladas, editadas. A diagramação seria feita em conjunto com os alunos da então disciplina denominada como sendo Processos Gráficos, produzindo o jornal laboratório. Esta foi uma tentativa de ordenar a produção do jornal, além de aumentar um pouco a carga horária pratica de jornalismo impresso. Os professores das disciplinas “Prática Jornalística” e de “Processos Gráficos” acompanhavam o fechamento do jornal juntamente com o professor da disciplina “Edição”, que era o responsável direto pelo produto final. O jornal recebia muitas criticas dos outros professores, que o achavam mal diagramado, quadrado etc., principalmente quando o comparavam com outras publicações (jornalzinho) da própria FACOM, que tinham o dedo do professor-profissional e não apenas dos alunos. Aliás, para estes produtos outros sempre havia verba disponível, enquanto para o “Jornal Laboratório”, um produto obrigatório era sempre uma dificuldade. As escolas de jornalismo são obrigadas por lei a publicar, pelo menos, oito números por ano e às vezes conseguíamos verba para a publicação de apenas quatro edições. Vale ressaltar que quem fazia a diagramação, com os possíveis estouros e buracos na matéria eram os próprios alunos. Os títulos também eram dados e readaptados na hora do fechamento, mas eram os alunos quem faziam tudo sob a supervisão do professor que dava nota (conceitos) no que eles produziam e se esforçavam para aprender. O importante do processo é aprender todos os passos da produção. Para um professor, um jornal tablóide de 8 ou 12 páginas, pode ser produzido de maneira profissional em duas ou quatro horas, mas para os alunos esta é uma tarefa desafiante, pois é a primeira vez que assumem a responsabilidade de elaborar tudo, apresentando e colocando suas próprias idéias em pratica. Este sistema funcionou deficientemente, mas funcionou.

Quanto ao nome do jornal, ao longo de quase 30 anos sempre foi Jornal Laboratório. A mudança de nome é coisa dos últimos 10 anos e mudou tanto que também não faz a menor diferença. Continua e deve continuar sendo um laboratório e não um espaço para praticas experimentais. Entendo laboratório de pratica como um local onde se pratica para aprender as técnicas e não um local onde se faça experimentalismos, pois o aluno tem que estar preparado para exercer seu papel como cidadão- jornalista na sociedade e na comunidade na qual está inserido. Este negócio de dizer que não cabe à Universidade Pública preparar mão de obra para as empresas, abastecendo o mercado, é balela, ou seja papo furado e superado de alguns chiitas, pois, de fato, é papel da Universidade preparar cidadão-profissionais não apenas em jornalismo, mas em medicina, engenharia, direito etc.

***O senhor já lecionou na FACOM. Por que as experiências com o Jornal Laboratório nunca deram certo na FACOM? Quais foram os principais problemas? O senhor acha que os interesses individuais é que atrapalham o êxito de experiências como esta na FACOM?***

Quem disse que o Jornal Laboratório nunca funcionou na FACOM? Ele pode não ter sido o supra-sumo, mas que funcionou, funcionou. Teve épocas ótimas e épocas de crises. Vários professores como Florisvaldo Mattos, Othon Jambeiro, Emiliano José, Sérgio Mattos, Vera Martins, Júlio Lobo, Fernando Conceição dentre outros já estiveram à frente do Jornal Laboratório, conseguindo, em épocas diferentes com facilidades e dificuldades diferentes, manter a publicação aos trancos e barrancos. A Biblioteca da Faculdade ou a Biblioteca Central da UFBA deve ter a coleção dos jornais que foram publicados e que servem de atestado de seu funcionamento, mesmo que em algumas épocas, sua periodicidade tenha sido irregular devido a uma série de motivos, tanto internos como externos. O principal problema para imprimir o jornal sempre foi a falta de verba, que tinha que ser alocada pela Reitoria, e o sucesso na obtenção da verba sempre dependeu do interesse do diretor da escola ou do prestígio que ele tinha junto às fontes de recursos. Houve época dos alunos terem fechado dez edições e só duas delas foram efetivamente publicadas. Naturalmente que quando você pergunta se interesses individuais interferem no processo, é porque você mesmo já deve ter percebido de alguma forma que os interesses podem prejudicar, até mesmo quando embasados de boas

intenções. Nem sempre uma boa intenção significa que seja a melhor ou a mais adequada. Agora mesmo estão debatendo a possibilidade de se criar um conselho editorial para uma publicação laboratorial. Tenho minhas dúvidas quanto a esta necessidade e pior ainda quanto ao seu amarramento à Congregação da Escola. O Jornal Laboratório de um curso com habilitação em jornalismo é o produto final de algumas disciplinas (prática, edição, fotografia e processos gráficos), não é um veículo de divulgação da escola, apesar de poder ser usado para tal, pois é muito mais fácil pautarmos os assuntos internos da própria Universidade do que tentarmos coletar dados da cidade como um todo. A UFBA, como toda e qualquer Universidade, tem um manancial de informações que não são divulgadas pela grande imprensa, o que já justifica por si mesma ser o assunto a ser dissecado pelo Jornal Laboratório. É bom que se diga que a existência de um Jornal Laboratório não impede a FACOM, se tiver recursos para tal, manter um outro jornal ou uma outra publicação qualquer, feito por professores, de modo mais profissional, contando, preferencialmente (diria até obrigatoriamente), com a participação exclusiva de alunos que já tivessem cursado as disciplinas laboratoriais, o que lhes garantiria mais uma chance de aprimoramento na prática do jornalismo. Mas o que acontece é que quando estas publicações surgem na escola, geralmente estão sob o comando de professores outros que não aqueles que são titulares das disciplinas práticas. E, exatamente por isso, acabam usando seus alunos (que na maioria ainda não cursaram as disciplinas de laboratório), criando distorções quanto ao processo de ensino – aprendizagem e conflitos na finalidade das disciplinas. A participação de alunos que não cursaram disciplinas práticas em produções outras dentro da FACOM acabam gerando expectativas nestes alunos que quando chegam às oficinas laboratoriais querem fazer as mesmas coisas que faziam nas outras publicações, nas quais não recebiam a orientação para o uso das técnicas de redação, entrando em conflito com os professores que têm um programa a ser dado e que apesar de alguns acharem chato, servirá de base quando no desempenho da atividade profissional dentro das redações. Não quero fazer apologia nem tão pouco desenvolver teoria sobre o assunto, mas é bom que se diga que qualquer pessoa que sabe português, sabe escrever. Mas escrever para jornal requer o emprego de uma técnica, que não é nenhum bicho de sete cabeças, mas deve ser dominada pelo profissional para facilitar a transmissão da informação em um nível que tanto um doutor como um semi-

analfabeto possam entendê-la. O candidato a jornalista, o estudante de jornalismo, tem que aprender a transmitir as informações da maneira mais direta, clara, objetiva e simples possível, para que todos possam entender. A linguagem rebuscada ou acadêmica só deve ser usada, quando publicada nos jornais, nos espaços editoriais, locais reservados para artigos ou nos cadernos específicos, que absorvem uma outra linguagem que não aquela usada para a transmissão básica das informações.

***O senhor conhece o projeto do novo jornal? Se conhece o que acha?***

Não, não conheço o novo projeto, salvo os debates em relação ao novo nome para o Jornal Laboratório, que não acrescenta nada, uma vez que cada turma poderia, como já aconteceu em outras épocas, dar ou adotar um nome diferente. E pode tomar nota, o novo nome não será o definitivo, pois haverá sempre alguém com uma proposta diferente e a depender da situação poderá mudar novamente. Também tenho ouvido falar sobre o tamanho do jornal, se deveria permanecer como tablóide ou mudar. Ora, a imprensa mundial está reduzindo o tamanho dos jornais já a partir deste ano de **1998**, evidenciando uma tendência que tem o objetivo de atingir o tamanho intermediário entre o atual e o tamanho tablóide, ou seja um tamanho semelhante ao do El País. Já a partir do dia 24 de agosto de 1998, os jornais nacionais brasileiro já estarão com novo formato, uma nova mancha gráfica, enquanto os jornais baianos, devido a estoque de papel, primeiro mudam a mancha, usando o mesmo formato de papel que só mudarão a partir de setembro de 1999. (Vale destacar aqui o formato dos jornais de acordo com as medidas da NAA – Newspapers Association of America: o formato antigo era 34.4cm de largura X 57.8cm de altura, enquanto o atual formato do papel utilizado pela imprensa , inclusive a brasileira, apresenta agora especificação de 31.75cm de largura X 57.8cm de altura, com uma mancha gráfica de 29.7cm de largura X 53.8cm de altura).

***Para o senhor, o que deve ser feito para uma experiência como esta ser bem sucedida? Quem deve ser responsável pelo jornal e de que forma este jornal deveria funcionar?***

Como disse, não conheço o projeto para o novo jornal, salvo pequenas informações que já comentei. Mas, se for um Jornal Laboratório, quem deve ficar à frente, pela lógica, é o professor ou professores responsáveis pelas disciplinas praticas. Mas para tecer maiores comentários, mesmo que críticos, visando dar minha

contribuição, precisaria conhecer o projeto como um todo. Sem conhecê-lo fico impossibilitado de comentar. Observe-se que o que foi dito acima é um relato de experiências vividas.

***Na opinião do senhor, como o jornal deve ser ligado às disciplinas da FACOM? De que forma ele deve se conciliar com as oficinas e as disciplinas teóricas?***

O Jornal Laboratório deve estar vinculado às disciplinas praticas. Entretanto, isto não impede a participação de outros professores e de outros estudantes de disciplinas teóricas de participarem diretamente do mesmo. Por exemplo, a disciplina de “Metodologia e Pesquisa” poderia desenvolver, sob orientação do professor da mesma, uma pesquisa sobre comportamento dos estudantes universitários e os resultados da pesquisa seriam enviados aos professores das disciplinas praticas que analisariam com seus estudantes como seria a divulgação daqueles dados coletados sob a forma de notícia, que seria então produzida e publicada. Isto ajudaria inclusive os alunos de pratica a apreenderem a ler dados, documentos e resultados de pesquisas e como transformar números em texto. As apresentações dos textos (trabalhos) teóricos feitos por alunos, nas disciplinas teóricas poderiam ter a cobertura jornalística feita pelo pessoal da pratica. Assim haveria uma integração e participação de todos no jornal. Os professores da teoria também podem sugerir pautas, bem como o jornal pode criar uma seção na qual, artigos produzidos por alunos das disciplinas teóricas pudessem ser publicados desde que aprovados, selecionados ou indicados por seus respectivos professores. Como se pode ver, os exemplos para a participação, interação e integração de todos no Jornal Laboratório pode ser conseguido com um pouquinho de boa vontade.

***O senhor poderia dizer se por acaso algum professor é contra ou acaba por prejudicar a idéia (algum o fez no passado)? Existe alguém na Faculdade que é contra idéias do tipo? Como o senhor lidava com isto e com as novas idéias que surgia? Qual era a relação do senhor com os jornais laboratórios da Faculdade?***

Sempre que novas idéias surgem, sempre há aqueles que se colocam contra, porque são conservadores ou estão acomodados ou por qualquer outro motivo. É natural que toda mudança gere conflitos de opiniões, mas as idéias que permanecem são sempre aquelas defendidas por quem detém o poder, ou por aqueles que melhor apresentam seus argumentos, convencendo a maioria, pelo menos naquele específico momento, de que sua proposta é a melhor. Há também aquelas idéias que são aprovadas devido à manipulação



do assembleísmo, onde uma minoria ativa acaba aprovando tudo contra a maioria silenciosa, omissa e não participativa. Isto é um panorama geral do que pode acontecer em todo e qualquer local e foi uma pratica muito comum na FACOM durante os últimos dez anos (1987 a 1997). Agora sobre a FACOM especificamente NÃO posso dizer quem está contra ou favor de qualquer idéia nova e que esteja tentando impedi-la por não estar envolvido no processo atual. Sobre como eu lidava com novas idéias, posso dizer apenas que sempre fui muito claro sobre o que eu defendia e defendo, manifestando sempre minhas idéias e lutando por elas. Algumas vezes obtive sucesso e em outras não. Isto também não quer dizer que eu estivesse certo ou errado nem quando ganhei ou quando perdi. É um processo natural, principalmente dentro da FACOM, onde sempre houve muita disputa entre a teoria e a pratica. Aliás, há alguns anos, em 1994, escrevi um artigo publicado pela INTERCOM, em um de suas publicações [in MELO, José Marques de(org.), *Transformações do Jornalismo brasileiro ética e técnica*, Coleção GT's, INTERCOM nº 2, 1994, pp.27-38] no qual já dizia que o futuro do ensino do jornalismo depende do diálogo entre a teoria e a pratica. Fora disso não há solução. Sobre minha relação com os jornais laboratórios creio já ter respondido a esta pergunta com os comentários que fiz acima.

**O senhor estudou fora do país. Como funciona a experiência do jornalismo laboratório nos Estados Unidos? O que há de melhor lá do que aqui? E no Brasil, que experiência neste sentido é bem sucedida?**

A prática jornalística nas faculdades americanas é muito, mas muito diferente da que temos no Brasil. Não dá para comparar. Para começo de conversa basta dizer que as escolas de comunicação americanas, de um modo geral, possuem canais de televisão, emissoras de rádio, jornais diários ou semanais, além de editarem revistas mensais e outros tipo de publicações com a participação e envolvimento direto dos alunos. A Universidade na qual fiz o mestrado e o doutorado, no período de 1978 a 1992, a Universidade do Texas, em Austin, por exemplo, possui uma emissora de TV, uma emissora de radio FM e um jornal diário. Um jornal com circulação diária de 80 mil (oitenta mil) exemplares, com um mínimo de 48 páginas, distribuídos gratuitamente em todas as áreas do campus universitário e nas áreas ou bairros onde estão localizadas as residências estudantis. O jornal é um exemplo nos Estados Unidos e raro é o ano que não ganha todos ou quase todos os prêmios da área. O nome do jornal não muda é sempre o

mesmo. Mas todos os anos ele sofre uma reforma gráfica e editorial completa a depender do grupo editorial escolhido que o assuma em eleição direta feita dentro do campus, na qual alunos, professores e funcionários podem votar. O negócio é o seguinte: O jornal conta com a participação das escolas de administração, economia, contabilidade, biblioteconomia, publicidade, marketing, e jornalismo, é obvio. Cada setor é gerenciado diretamente por alunos dos respectivos cursos, ou seja, os estudantes de um determinado ano de administração participam da administração do jornal, sob orientação de seus respectivos professores. A publicidade é gerenciada da mesma forma, por alunos de publicidade. A contabilidade e a parte financeira também recebem a contribuição de estudantes do curso específico e assim vai. No caso específico de jornalismo o editor chefe é eleito anualmente com todo o seu staff (os editores). Ele tem que apresentar um plano editorial a ser cumprido, incluindo aí o planejamento gráfico a ser adotado se ele for o escolhido, digo eleito. Como são muitos os estudantes, só pode se candidatar a editor chefe quem tiver uma média ponderada preestabelecida além de já ter cursado um determinado número de créditos. No caso, só os alunos do último ano podem ser candidatos a editor chefe. Ele escolherá seus editores também pelo mesmo processo. Todas as equipes candidatas apresentam seus projetos para os demais estudantes que escolhem, pelo voto, qual o melhor projeto a ser implantado. O projeto vale nota, portanto mesmo aqueles projetos não eleitos são avaliados pelos professores e nem sempre o eleito significa o melhor tecnicamente falando, mas foi o que a comunidade universitária escolheu democraticamente e será implantado. Vale salientar que todo o projeto é feito pelo staff de editores juntamente com o chefe, o candidato a editor chefe. Ao tomar posse, a equipe eleita implanta os projetos gráfico e editorial com a supervisão dos professores, mas o projeto é dos alunos. Os repórteres são os estudantes de jornalismo das disciplinas específicas que exigem aquele tipo de estágio (ou sejam as disciplinas praticas) os fotógrafos, também são os estudantes da disciplina específica e assim vai. O jornal é rentável, pois recebe os anúncios da comunidade, produzidos pela agência da escola de Publicidade da Universidade, operada por alunos sob supervisão dos professores. A distribuição é assumida pela própria universidade que também banca os prejuízos se por acaso acontecerem. Desta forma há uma interação de todos os setores do campus de um modo geral e uma integração mais direta dos cursos específicos

vinculados ao jornal. A prática laboratorial se constitui, portanto, numa ampla interdisciplinaridade entre disciplinas e cursos da Universidade. Todos que fazem o curso de jornalismo passam pelo jornal, mas as chefias são específicas para os melhores alunos e mesmo assim ainda dependem, da escolha de seus respectivos projetos. Mais uma vez vale destacar que independente do jornal diário a Universidade mantém um jornal laboratório em funcionamento, onde aqueles que não forem escolhidos para os cargos no jornal, podem aprender a voz de comando em editorias nas salas de aula e seus produtos finais podem ser encaminhados para a redação do jornal que pode ou não aproveitar as reportagens e artigos submetidos. Alunos, professores e funcionários também podem escrever para o jornal como leitores naturais sugerindo coisas e criticando a linha de atuação do mesmo.

Será que um dia conseguiremos fazer uma coisa semelhante aqui?... Além de muita democracia é necessário que a Universidade tenha muito dinheiro. No caso da Universidade do Texas é bom que se diga, trata-se de uma Universidade estadual, mas é uma das mais ricas dos Estados Unidos devido aos seus investimentos na área do petróleo, possuindo uma das melhores faculdades de geologia do mundo, onde exatamente a Petrobras manda todos os seus técnicos fazerem pós-graduação.

É isto aí, espero que tenha dado alguma contribuição para o debate em torno do Jornal Laboratório não só da FACOM, mas também para todas as faculdades de jornalismo onde o debate sobre a interação entre a prática e a teoria esteja ocorrendo, o que é muito salutar para o futuro dessas escolas.

## UM OLHAR ATENTO SOBRE A TV

*Entrevista concedida a Leonardo Vilhena e publicada no Jornal de Opinião, de Belo Horizonte, de 04-10 de dezembro de 2000, p.4 e 5)*

Há 50 anos os brasileiros convivem com um componente a mais em suas vidas: a televisão. Um tema tão abrangente e que atinge diariamente tantos milhões de pessoas dificilmente esgota-se. Assim, o *JORNAL DE OPINIÃO* traz, desta vez, a abordagem de um especialista. Sérgio Mattos é jornalista, coordenador dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas d Unibahia e dos cursos de Publicidade e Marketing da Polifucs. Edita um caderno sobre os municípios da Bahia e um suplemento agrícola semanal no jornal *A Tarde*. De 22 livros publicados, quatorze são da área da comunicação, destacando-se a televisão brasileira: *Um Perfil da TV Brasileira, Censura de Guerra, O Controle dos Meios de Comunicação*, e, no prelo *50 Anos de Televisão no Brasil*. Nesta entrevista, ele condena a dramatização da notícia, o baixo nível dos programas de auditório, fala sobre a influência das novelas e da publicidade, as novas formas de censura, mas lembra que a televisão contribui para a preservação de nossa língua.

***Quais as principais influências e modismos da TV – comportamento, moda, costumes regionais?***

Nestes últimos 50 anos a televisão tem sido de certa forma exercido o papel de sinalizador para vários setores da sociedade. No que diz respeito ao comportamento, por exemplo, as gírias, a moda e o sotaque (principalmente o carioca) entre outros do sul do país, quando usados em novelas passam a ser copiadas em todo o país. No que diz respeito ao jornalismo propriamente dito, a influência da televisão tem sido danosa para a formação de novos jornalistas, pois todos querem, mesmo trabalhando na mídia impressa, ser como os principais repórteres da TV Globo, por exemplo, que são extremamente opinativos, além de passarem “um quê” de atores, dramatizando a notícia que estão transmitindo. Devido ao fato dos telejornais serem praticamente a única fonte de informação da maioria da população a televisão acaba sendo também responsável pela má informação da população, pois seria impossível para eles em 20 ou 30 minutos

colocarem todas as informações necessárias no ar com os seus respectivos e diferentes ângulos. O noticiário de TV é, portanto, muito parcial e incompleto e mesmo assim tem influenciado alguns jornais tanto na linguagem jornalística quanto na forma de apresentar os conteúdos. No que se refere aos costumes regionais eu diria que a televisão acaba deturpando estas tradições a partir do momento em que os apresenta de forma estereotipada ou caricaturada, como por exemplo “o linguajar baiano”, a “preguiça baiana”, “o “dinamismo do paulista”, “o carioquês”, etc. Em síntese, falta à televisão um trabalho mais sério no que diz respeito não só às produções regionais como também no enfoque das temáticas regionais que hoje só são utilizadas como pano de fundo para seus produtos, leia-se telenovelas.

### ***Qual a importância do telejornalismo praticado no Brasil?***

Apesar da superficialidade com que as notícias são tratadas e devido à sua quase instantaneidade(noticias transmitidas quase que em tempo real), os telejornais ainda servem de pauta para os jornais impressos. Nenhuma notícia dada, por exemplo, no Jornal Nacional da Globo, ficará sem espaço nos jornais impressos do dia seguinte onde os telespectadores poderão encontrar maiores detalhes sobre a chamada ou o lead transmitido na noite anterior. Na verdade o telejornalismo e o jornalismo impresso interagem de uma maneira sui generis, isto porque se pensava que um (TV) iria competir com o outro (jornal impresso) com a perspectiva de eliminá-lo totalmente, o que não aconteceu nem irá acontecer no futuro, mesmo com a concorrência do jornalismo on line (Internet). A interação entre telejornalismo e jornalismo impresso acontece durante todo o tempo: Raro é o noticiário matutino das emissoras que não são iniciados com a leitura das manchetes dos jornais do dia e os noticiários do fim da noite, em geral, são encerrados lendo as principais manchetes dos jornais do dia seguinte. Mas, voltemos à importância do telejornalismo: Quando os telejornais passaram a ser nacionais (o Jornal Nacional da Globo foi transmitido pela primeira vez no dia 1º de setembro de 1969) a sua grande contribuição foi ligar o país de norte a sul, contribuindo para uma unidade, aliás a televisão como um todo no país contribui para preservar e manter a unidade da língua portuguesa num país de dimensões continentais.

### ***Como o telejornalismo interfere na vida das pessoas?***

Inúmeros pesquisadores vêm tentando definir os conceitos e técnicas de elaboração e apresentação das notícias e reportagens na televisão. Vários estudiosos tentam detectar o processo pelo qual a realidade é construída nos noticiários das televisões, analisando a ideologia dos noticiários de maior audiência do país, tentando identificar a influência deste tipo de programa sobre a população, verificando o processo de conscientização dos grupos comunitários e observando também a influência da ideologia dominante sobre os mesmos. No que diz respeito à construção da realidade pelo telespectador pode-se afirmar que a televisão é apenas mais um componente na formação da representação da realidade, pois o conteúdo das informações recebidas já chega ao consumidor filtradas e somam-se às informações de outras fontes as mais variadas possíveis. Muitos são os estudos de casos isolados, mas não temos ainda um estudo perfeito que diga exatamente o tipo de influência que possa ser generalizado. Entretanto, a partir do interesse que o telejornalismo desperta nos estudiosos podemos concluir que a importância deste programa é muito grande para a população que o tem como única fonte de referência da realidade. Observe-se que existem alguns trabalhos que chegam ao detalhe de descrever o sistema mercantilista de nossas emissoras a partir da produção dos nossos telejornais. Para encerrar este assunto, devo dizer que como jornalista, sou contra a dramatização da notícia.

### ***Como você vê os Programas de auditório produzidos por nossa Televisão brasileira?***

Os programas de auditório produzidos no Brasil visam atingir as camadas menos favorecidas da população. Os programas de auditório em geral sempre foram de baixo nível e a partir da década de 90 as nossas emissoras voltaram a lançar mão de programações destinados às classes C e D devido a uma acirrada briga por audiência, principalmente pelo fato de que nesta década houve uma relativa estabilização econômica, contribuindo para o surgimento de um contingente de aproximadamente 24 milhões de novos telespectadores que representam cerca de 20% do antigo total da audiência. Para se Ter uma idéia mais ampla da situação, basta lembrar que durante o Plano Real de FHC, por exemplo, foram vendidos no Brasil cerca de 28 milhões de aparelhos, calculando-se que cerca de 6 (seis) milhões foram comprados por famílias que

estavam adquirindo o primeiro televisor, todas elas integrantes das camadas mais baixas da população. Estes novos telespectadores é que são o motivo das disputas de audiência com programas de baixo nível a exemplo dos exibidos: O Ratinho e o Leão que exploram (ou exploravam, devido as recentes portarias da Justiça) aberrações, sem deixarmos de lado os programas do Domingão do Faustão e o de Gugu que também andaram apelando em busca do crescimento dos índices de audiência.

Em síntese sou contra a vulgaridade exibida nos programas de auditório e acredito que para atrair a audiência não é necessário tanta apelação. Podemos dizer também que a apelação mostrada hoje na televisão visando atrair audiência se deve também ao advento da televisão paga, via cabo ou via satélite, que tem roubado uma fatia significativa de audiência das televisões abertas.

### ***Qual é a sua opinião sobre a programação infantil de nossa televisão ?***

Os programas infantis também não estão a salvo desta apelação pela audiência. Nos programas infantis existe o exagero da erotização, mostrada não apenas nas roupas colantes e na forma de dançar sensual das apresentadoras e acompanhantes dos programas tipo “Xou da Xuxa” e suas pupilas A erotização também está presente nos programas de Angélica, Carla Perez, Tiazinha etc. O nosso melhor programa infantil, em todos os níveis, premiado e reconhecido no mundo todo, foi “O Sitio do Pica-Pau Amarelo”. Por que o tiraram do ar? Atualmente, só quem tem produzido alguma coisa com qualidade educativa nesta área é a TV Cultura (Ratimum). Na verdade, as emissoras deveriam evitar expor nossas crianças a situações de constrangimento físico, psicológico, humilhações e a situações vexatórias.

### ***Como o senhor vê o espaço de honra ocupado pela Teledramaturgia na TV, a tecnologia das novelas e sua conseqüente exportação?***

As telenovelas produzidas no Brasil vêm sendo objeto de estudos desde a Segunda metade da década de 60. Estudos os mais variados têm abordado a telenovela como produto típico da cultura de massa. O estereótipo, as questões semânticas e o papel de transformação social ou de introdução de novos hábitos através das telenovelas têm sido, entre outros, alguns dos principais aspectos que são estudados em nossa telenovela. Segundo Samira Campedelli, que estuda as telenovelas a fundo, existem vários tipos de

telenovelas: aquelas que são melodramáticas, as exóticas, as alternativas, a do tipo chanchada e a novela-verdade. A teledramaturgia sempre esteve presente na nossa televisão(fundada em 18 de setembro de 1950) desde os primeiros momentos, em 1951, mais precisamente no dia 21 de dezembro começou a transmissão da primeira telenovela brasileira: “Sua Vida Me Pertence”, que exibia dois capítulos por semana. Entretanto, a primeira telenovela, em capítulos diários, só foi ao ar no ano de 1963 e tinha o seguinte título: “25-499 – Ocupado”, produzida pela TV Excelsior. A TV Excelsior também foi a responsável pela produção e transmissão da mais longa telenovela brasileira até agora: “Redenção” que ficou no ar de do dia 16 de maio de 1966 a 2 de maio de 1968, apresentando um total de 596 capítulos. A partir daí a televisão brasileira se especializou na produção de telenovelas e na década de 70 passaram a exportá-las. A primeira delas a fazer sucesso no exterior foi a novela “O Bem Amado”, que era vendida já dublada para o espanhol. Outra novela que é o maior sucesso de venda da Globo em todos os tempos é “Escrava Isaura”. Hoje só a Rede Globo exporta seus programas(principalmente telenovelas) para cerca de 130 países e para gerenciar isto a emissora criou um departamento internacional. Tecnicamente, pode-se dizer que as emissoras brasileiras, principalmente a Globo, investiram muito na produção de telenovelas além de terem ousado também, pois hoje as novelas brasileiras são consideradas como as mais bem produzidas e atraem as atenções de todos, tanto telespectadores, anunciantes como emissoras de televisão de todo o mundo interessados neste gênero. Hoje a Globo se especializou como produtora e exportadora de programas, não apenas de telenovelas, pois mais recentemente, baseando-se na tendência global, ela passou a desenvolver outros produtos mais interativos, a exemplo do “Você Decide”, passando a exportar não apenas o programa com perspectivas variadas de adaptações para mais de 10(dez) países como também passou a exportar apenas o formato do programa , e não o produto acabado. O sucesso dos nossos programas tanto no mercado interno como no externo levou tanto a Globo como o SBT a investir em produções e para tanto criaram respectivamente em 1995 e 1996 o Projac, o maior Centro de Produção da América Latina, em Jacarepaguá no Rio de Janeiro, e o Complexo Anhangüera, a cidade cenográfica do SBT, em São Paulo .

*Qual é a influência da Publicidade na televisão brasileira?*



A televisão é o maior veículo publicitário do Brasil, ficando com 60% do bolo publicitário do país, que gira em torno de 1%(um por cento) do nosso PIB. Desde o seu início a televisão se caracterizou como um veículo publicitário por excelência. Como nos primeiros anos a TV não atingia ainda um grande público e também não conseguia atrair grandes anunciantes, mas as agências de publicidade estrangeiras instaladas no país e que possuíam experiência com TV, logo passaram a utilizá-la como veículo publicitário passando a decidir também sobre o conteúdo de seus programas. Nos primeiros anos os patrocinadores determinavam os programas que deveriam ser produzidos e veiculados, além de contratar diretamente os artistas e produtores. O patrocinador decidia sobre tudo. Exatamente por isso, durante as primeiras duas décadas de nossa televisão os programas eram identificados pelos nomes dos patrocinadores: “Repórter Esso”, “Telejornal Pirelli”, “Telenotícias Panair”, “Reportagem Ducal”, “Teatrinho Trol”, “Gincana Kibon”, “Sabatina Maizena” etc. Em 1969, 16 das 24 novelas produzidas e veiculadas no Brasil tinham o patrocínio de empresas multinacionais: Gessy-Lever, Colgate-Palmolive, Kolynos-Van-Ess. Hoje em dia a influência da publicidade é mais indireta, mas continua presente uma vez que a TV é dependente de anúncios e o anunciante, se o programa não tiver audiência suficiente, pode determinar o seu fim pelo simples fato de cancelar os anúncios que garantem a veiculação daquele programa em um determinado horário específico. Com a queda da audiência os anúncios fogem, deixando de ser programados e o programa acaba sendo retirado do ar mesmo que tenha alta qualidade educativa.

### ***Qual é sua visão sobre a censura nos veículos de comunicação?***

A censura a qualquer meio de comunicação de massa é uma violência à liberdade que o cidadão tem, de procurar, receber e publicar informações, garantida pelo Art. 19 da Declaração dos Direitos do Homem e também pela nossa Constituição de 1988. Apesar disto, é preocupante o ressurgimento da censura no Brasil. Estou me referindo não à censura formal e policial praticada aqui no Brasil durante os governos de exceção, abolida totalmente pela Constituição, mas a uma nova forma de censura, de aspecto hipócrita, que sem contar com a repressão policial, envolve todos os tipos de pressões e constrangimentos possíveis. Na busca de obter sucesso na vida social normal, os artistas, escritores e jornalistas, por exemplo, sob as mais variadas formas de pressão, podem ser

levados a praticar a autocensura a fim de atender às regras ditadas pelas normas políticas, econômicas e sociais do momento, seja num país de regime democrático ou totalitário.

*O senhor fala em formas disfarçadas de censura. Como elas acontecem?*

Elas podem ser exercidas isoladamente por qualquer cidadão, contra o direito de outros. É perigosa, pois pode alastrar-se, levando associações, grupos político-ideológicos, religiosos, sociais ou outros tipos de instituições constituídas a decidir sobre o conteúdo dos trabalhos artísticos, científicos, jornalísticos e literários que são apropriados para seus associados, telespectadores, ouvintes, leitores ou seguidores, condenando o restante ao ostracismo. O desenvolvimento tecnológico e o fortalecimento das estruturas burocráticas governamentais poderão contribuir para o surgimento de novos métodos de controle dos meios de comunicações de massa. Métodos muito mais eficazes, pois a tendência, que se pode observar, é que a censura está se tornando cada vez mais sutil e complexa, desde que Herbert Marcuse desenvolveu a tese que ele denominou de “tolerância repressiva”. Assim, qualquer idéia perturbadora pode ser simplesmente ignorada ou, quando tolerada, ela é sobrelevada e obscurecida, gerando com a permissividade “uma espécie de censura ao contrário”. Assim sendo, a indiferença também é uma forma de censura muito eficaz e esta muitas vezes é praticada também pelos jornalistas e veículos que ignoram certos fatos, pessoas, artistas, políticos, compositores, autores, etc., simplesmente por não gostarem destas pessoas especificamente seja lá qual for o motivo.

# O REPÓRTER MULTIMÍDIA

*Entrevista concedida a Vera Pinheiro, do Jornal ANJ, em maio de 2000*

## ***Qual a sua definição para repórter multimídia?***

Quando se fala num profissional multimídia, a primeira imagem que se nos apresenta é aquela do profissional dos mil e um instrumentos, que dentro das redações exerce uma função de curinga, o homem dos sete instrumentos, o faz tudo. Esta imagem é de certa forma, uma imagem pejorativa, pois o faz tudo acaba sendo uma espécie de quebra-galho, nunca um profissional na acepção total da palavra. Entretanto, um jornalista multimídia deve ser aquele profissional que está preparado e que entende como funciona todos os meios de comunicação em todos os seus aspectos, da produção, difusão, comercialização e administração. Hoje é importante que o jornalista tenha uma visão real do mercado onde atua, além de conhecer a operacionalização de toda a parafernália tecnológica existente a fim de que possa satisfazer não apenas suas necessidades como comunicador, mas também atender os variados níveis de expectativas dos consumidores de produtos midiáticos. O profissional multimídia é também aquele que tem uma noção perfeita das demais profissões da área da comunicação social, sabendo exatamente como atuam e pensam, dentro da lógica de mercado de cada um.

## ***Que qualificações deve ter esse profissional?***

Os cursos de comunicação hoje em dia têm procurado abrir o leque das opções das disciplinas oferecidas, buscando ampliar a interdisciplinaridade e integração com outros cursos, visando abrir ainda mais a visão de mundo do futuro jornalista, que antes de mais nada precisa ser um profissional aberto, sem qualquer tipo de preconceito e voltado cada vez mais para adaptar as novas tecnologias e tirar proveito delas em benefício da coletividade. O profissional multimídia não pode ser confundido com o profissional que sabe operar variados e sofisticados instrumentos eletrônicos. Muito pelo

contrário, este profissional deve conhecer principalmente como funcionam as forças do mercado, como pensam os profissionais de outras áreas, como se processam as relações profissionais entre si e como elas utilizam os meios de comunicação e como se gratificam ao utilizar cada veículo.

***As universidades (Cursos de Jornalismo) estão capacitadas para formar repórter multimídia?***

Os cursos de jornalismo têm feito um grande esforço para se adaptarem à nova realidade que vem mudando com uma rapidez muito grande. A adequação dos novos currículos de formação de jornalistas à realidade de mercado atual e futuro demanda muita discussão e muitas vezes ainda esbarra na burocracia e lentidão dos órgãos que aprovam as mudanças educacionais. Mas, o importante é que estas mudanças estão se processando e algumas faculdades já apresentam currículos experimentais bem avançados e que estão procurando formar profissionais adaptados a esta tendência e que possuam uma amplitude de conhecimentos, que lhes permitam atuar como verdadeiros profissionais multimídias, mas principalmente, como cidadãos que conhecem os seus direitos e deveres e que sabem exercer a cidadania, em benefício da comunidade.

***Esse novo perfil do profissional de imprensa que o mercado passa a exigir pode levar os Cursos de Comunicação à retomada de uma formação mais integrada e não por área de interesse (Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Rádio e TV...?)***

Existem três correntes atualmente: uma que defende o fim dos cursos por área de interesse, formando comunicadores sociais que podem atuar em qualquer destas áreas sem uma especificidade individualizada. Outra que defende, com unhas e dentes, a manutenção do *status quo*, argumentando com a necessidade das especificidades para um melhor desempenho profissional. E uma terceira corrente que permite uma maior abertura no que diz respeito à interdisciplinaridade, que leva a uma formação mais ampla e integrada, sem descartar os campos de atuação profissional por áreas de interesse. Acredito que esta terceira corrente pode crescer em influência e atender as necessidades do profissional que o mercado está requisitando. Entretanto, abrindo a possibilidade de uma Quarta possibilidade, sou daqueles que defendem que a formação jornalística deveria ser em nível de pós-graduação, ou seja para ser jornalista o candidato já deveria

ser portador de algum diploma de nível superior, não importando a área de conhecimento e que se especializaria como jornalista, com uma vantagem, pois acrescentaria à sua profissão toda a bagagem adquirida no curso de graduação superior cursado antes. Esta me parece ser a solução para o futuro e um futuro longínquo, pois só agora é que a pós-graduação começa a tomar corpo do país e ainda tem muito caminho a percorrer.

### **O que caberá às Redações fazer para formar um quadro de repórteres multimídia?**

O maior patrimônio que uma empresa jornalística pode ter hoje é o seu quadro de recursos humanos, apesar de nem todas considerarem este aspecto. A reciclagem e especialização dos profissionais é uma necessidade não apenas da empresa como também do próprio jornalista. Cabe, portanto, às empresas, de acordo com suas necessidades de mercado, prover a especialização de seus profissionais, patrocinando cursos e estágios. Compete também às empresas promover a integração interna, facilitando, por exemplo, a que profissionais acompanhem de perto o trabalho desempenhado em outras áreas da empresa, tais como os departamentos de marketing, relações públicas, o departamento de publicidade e assim por diante. Estes estágios internos em outros departamentos, até mesmo no de circulação, permitiria situar o profissional dentro da empresa, passando-lhe uma idéia de como funciona todos os seus departamentos, quais são as suas dificuldades e necessidades em relação ao trabalho desempenhado pela redação. Esta integração interdepartamental dentro das empresas jornalísticas pode contribuir para sanar inúmeros problemas que podem ser constatados em qualquer empresa jornalística. A idéia está lançada e que os empresários da área jornalística que realmente estão preocupados com o futuro e com o grau de especialização de seus quadros podem tentar a experiência que, além de Ter baixo custo, apresentará lucros imensuráveis e positivos para a saúde da empresa.

### ***Como, onde, por que meios os profissionais veteranos podem se reciclar para se manter no mercado multimídia?***

Aqui não cabe considerar o profissional classificando-o como calouro ou veterano. O profissional de imprensa tem que saber construir sua credibilidade, preservar

suas fontes, atuar com ética e profissionalismo e acima de tudo, por ser um profissional que está sempre na vanguarda, procurar se atualizar permanentemente. Entretanto, como quando no exercício profissional diário, na luta pela sobrevivência a reciclagem torna-se difícil por falta de tempo, cabe às empresas o papel de proporcionar esta reciclagem, começando pela integração interna, para que todos tenham uma visão geral de todas as áreas de atuação de uma empresa jornalística com todas as suas peculiaridades de comércio, de indústria e acima de tudo como uma instituição prestadora de serviços que tem funções sociais muito claras e definidas: de educar, informar, entreter e fiscalizar.

***Ser competente em diversas mídias é uma questão de talento ou de treinamento, preparo acadêmico e prática?***

É um pouco de tudo isto e mais alguma coisa. Você pode ser bem treinado e capacitado para desenvolver uma função, mas se não tiver bagagem acadêmica e formação humanista você acaba sendo apenas um bom profissional. Assim sendo, o talento e a criatividade também fazem parte do profissional competente e com nível de excelência. Compete aos chefes identificar os criativos a fim de que possamos “soltar a corda”, facilitando o seu crescimento e transformar isto em benefício da própria empresa.

***A Universidade, com cursos de extensão, pode ajudar o profissional que viveu o ciclo da especialização para esse novo momento do mercado jornalístico?***

Pode sim. Os cursos de extensão seriam como o primeiro passo para a formação do jornalista em nível de pós-graduação. No momento eles são bem vindos e tanto as empresas como as universidades deveriam firmar convênios neste sentido.

***A carga horária de disciplinas práticas voltadas para o mercado é suficiente para formar bons profissionais? Quanto mais precisaria aumentar a carga horária e que novos conteúdos incluir para as necessidades atuais do mercado?***

A atual carga horária dos cursos de jornalismo giram em torno de 2.800 horas, distribuídas em disciplinas teóricas e práticas num período de quatro anos. Em termos de carga horária, creio que a atual carga é suficiente, o que precisa mudar (e esta mudança sempre tem acontecido ao longo dos anos) é a adequação dos conteúdos e das disciplinas

às tendências e necessidades do mercado. Até a década de 70, os cursos de jornalismo exigiam uma carga horária maior nas disciplinas de prática jornalística impressa. Hoje os currículos distribuíram aquela carga horária por outras práticas laboratoriais (tais como oficinas de rádio, de televisão, de pequenos meios e de fotografia, entre outros), ampliando a vivência prática do aluno em todos os meios, não ficando mais o ensino tão concentrado apenas no jornalismo impresso. Se isto aumentou a abrangência da formação do aluno por um lado, pelo outro diminuiu a carga horária de prática no laboratório de impresso. Observe-se que esta mudança ocorreu devido às necessidades do mercado de então. Agora, o mercado já aponta uma nova tendência e as universidades e os professores estão acompanhando estas necessidades de perto através de discussões, debates, seminários e até mesmo em congressos, visando a encontrar uma solução para o caso. Enquanto as decisões não são tomadas em níveis oficiais é importante que empresas jornalísticas, faculdades de comunicação e os próprios profissionais procurem adotar a interdisciplinaridade, a reciclagem e os estágios interprofissionais e interdepartamentais a fim de suprir as necessidades de conhecimento que o profissional precisa ter hoje e as empresas encontrarem também o profissional que estão buscando.

***Para formar um repórter multimídia que mudanças seriam necessárias no currículo da Comunicação Social?***

O problema aqui é que os cursos de comunicação social estão direcionados para formar profissionais por área de interesse (jornalismo, publicidade, relações públicas, etc.). Assim sendo, dentro dos cursos de jornalismo existentes hoje isto pode ser feito e já vem sendo tentado em várias faculdades, mas apenas no que diz respeito aos aspectos tecnológicos (por exemplo: informática, Internet, jornalismo on line), com a introdução de novas disciplinas que estudam o jornalismo dentro das tendências e uso de novas tecnologias. Para formarmos realmente um repórter multimídia precisamos mudar alguns conceitos e abraçarmos a causa da interdisciplinaridade (entre disciplinas e entre cursos da área da comunicação social) com vontade. Além disso, como já falamos anteriormente, é necessário uma maior participação das empresas não apenas no processo de reciclagem interna de seus profissionais como também de interação com as universidades, acabando de uma vez por todas com os preconceitos existentes de ambas as partes.

## **ARTIGOS**



## **ENSINO DE JORNALISMO: sem a integração teoria-prática não haverá solução**

*Trabalho apresentado durante o XVI Congresso Brasileiro de Pesquisa da Comunicação, realizado em Vitória do Espírito Santo, de 3 a 7 de setembro de 1993, no GT de Jornalismo, Simpósio Acadêmico: 50 Anos de Ensino de Jornalismo no Brasil.*

Este trabalho tem o objetivo de estimular o debate sobre o ensino do jornalismo e sua prática laboratorial. Partindo do desenvolvimento histórico do curso no Brasil e na Bahia, apresentamos propostas, visando maior valorização desta habilitação.

Este paper foi preparado para o GT de Jornalismo do evento "50 Anos de Ensino do Jornalismo no Brasil". Nele destacamos algumas deficiências do curso de jornalismo na Bahia, além de apresentarmos vantagens e contribuições para a evolução da imprensa e do profissional local. Discutimos, também, as tendências curriculares e a eterna disputa entre as correntes que defendem um curso com predominância teórico - humanística ou com maior concentração prático-laboratorial.

### **HISTÓRICO DOS CURSOS DE JORNALISMO**

O marco de início do ensino de jornalismo, no Brasil, não é determinado pelo Decreto de Getulio Vargas, criando o curso universitário no bojo da Faculdade de Filosofia, mas sim pelo curso de jornalismo instalado em São Paulo, no ano de 1943, pelo jornalista Vitorino Prata Castello Branco.

O pioneirismo de Vitorino teve, inicialmente, o apoio da Associação dos Profissionais de Imprensa de São Paulo - APISP, que cedeu seu auditório para a realização do curso. Contudo, devido às pressões por parte dos segmentos opostos a ajuda foi retirada, depois de algum tempo, levando o curso ao fracasso. Mas Vitorino não se deixou vencer: reuniu todo o material distribuído durante as aulas, editando, em 1945, um livro intitulado "*Curso de Jornalismo*", que é o atestado de que o ensino de jornalismo no Brasil, realmente, começou no ano de 1943.

O ensino de jornalismo em nível universitário foi iniciado em 1948, embora o Decreto que o instituiu de número 5.480, date de maio de 1943. Tal decreto, sancionado por Getúlio Vargas, instituía o curso na Faculdade Nacional de Filosofia da Universidade do Brasil, no Rio de Janeiro.

A demora entre a sanção presidencial e o início de funcionamento resultou da oposição à formação de jornalistas em nível universitário, tanto por empresários da área como por profissionais das mais diversas formações, mas que atuavam no mercado. Os primeiros temiam a valorização do profissional de nível superior a quem teriam de pagar melhores salários. Os segundos recebiam a concorrência.

As diretrizes pedagógicas destinadas ao ensino de jornalismo, em termos oficiais, só foram fixadas em 1946, pelo então ministro da Educação, Ernesto de Souza Campos, através do estabelecimento de uma estrutura curricular, definindo ainda, outras providências de ordem didática.

O curso iniciado apresentava visível predominância das matérias culturais em detrimento das matérias técnicas. Data também do mesmo ano, em São Paulo, o curso de jornalismo da Cásper Líbero, também vinculado à Faculdade de Filosofia, valorizando, entretanto a abordagem técnico-profissional.

## ENSINO NO NORDESTE

Contrariando informações do mestre do jornalismo brasileiro, Luís Beltrão, de vários pesquisadores e publicações existentes até o momento, o ensino de jornalismo no Nordeste não foi iniciado no ano de 1959; tampouco os primeiros jornalistas profissionais nordestinos a portarem título universitário colaram grau em 1961. Isto porque, historicamente documentado, a Faculdade de Filosofia da Universidade Federal da Bahia aprovou o seu Regimento Interno, em sessão do Conselho Universitário de 28 de abril de 1949 e nele foi inserido um curso de jornalismo, instalado no ano de 1950 com grande afluência de candidatos. O ministro da Educação, na época, era o baiano Clemente Mariani que facilitou a instalação do curso durante o reitorado de Edgard Santos.

Os primeiros Bacharéis em Jornalismo pela Universidade Federal da Bahia colaram grau em 1952, quando 64 dos quase 120 ingressos, concluíram o curso. Dentre esses destacam-se alguns profissionais que ainda estão atuando na imprensa baiana a exemplo de Germano Machado, Genésio Ramos, Junot Silveira, José Olímpio da Rocha e outros. O corpo docente desse curso fora constituído por profissionais que militavam nos jornais *A TARDE* e *Diário de Notícias*.

No período de 1953 a 1961, o curso de jornalismo da UFBA ficou sem funcionar, voltando a ser oferecido em 1962. Nesse intervalo surgiu, em Salvador, o Instituto de Jornalismo da Bahia (fundado por Germano Machado, Hermano Gouveia Neto e Antônio Virgílio Sobrinho) que entre 1950 e 1964 ofereceu vários cursos práticos de jornalismo de curta duração, tendo como professores exatamente os egressos da primeira turma formada pela UFBA.

Segundo depoimento do professor Luís Beltrão, o ano de 1959 foi marcante na história do ensino de jornalismo no Nordeste. Nesse ano, as irmãs da Congregação de Nossa Senhora de Lourdes, que mantinha a Faculdade de Filosofia das Lourdinhas, em João Pessoa, conseguiu autorização para o funcionamento do Curso de Jornalismo na capital paraibana. Os primeiros jornalistas desse curso receberam seus diplomas de bacharel no ano de 1961. Naquele mesmo ano foi instalado o curso de jornalismo da Faculdade de Filosofia da Universidade Católica de Pernambuco, sob a direção de Luís Beltrão.

## TENDÊNCIAS DO ENSINO

Quem melhor configurou o ensino do jornalismo nas universidades, classificando-o de acordo com o contexto histórico foi o professor José Marques de Melo. Segundo ele, o ensino apresenta, ao longo de sua existência, quatro tendências de valorização curricular distintos: ético-social, técnico-editorial, político-ideológica e crítico-profissional.

Assim é que os primeiros cursos universitários de jornalismo, oferecidos no final da década de 40 (Cásper Líbero, em São Paulo e Universidade do Brasil, no Rio de Janeiro) apresentavam uma acentuada tendência para questões de natureza deontológica,

ênfatizando aspectos éticos, jurídicos e filosóficos compreensíveis no contexto político e social do país em 1945.

A corrente deontológica e jurídico-social continuou influenciando a estrutura curricular dos cursos de jornalismo até o ano de 1964. Aí, já vivendo a ditadura militar, inicia-se o segundo momento: o técnico-editorial, que passa a dar predominância à corrente que valoriza a técnica jornalística, buscando a melhoria dos padrões técnicos-editoriais.

A evolução da história política do país levou ao processo de abertura que reacendeu a esperança de práticas democráticas, fortificado pelas eleições parlamentares de 1974. Nesse período, sob a ótica de José Marques de Melo, houve uma tendência de resgate da trama político-ideológica que orienta e determina o processo de captação, codificação e difusão de notícias.

A crise que se instalou, a seguir, nos cursos de comunicação tinha duas causas: discussão da qualidade do ensino dos cursos de comunicação e a contestação pelos principais jornais do país da regulamentação da profissão de jornalista com exigência do diploma específico.

A busca de solução para esta crise gerou a realização de debates que visavam identificar as alternativas que resultassem na melhoria do curso. Daí surgiu o quarto momento, classificado por Marques de Melo como sendo o de tendência crítico-profissional.

A melhoria dos cursos de comunicação, sobretudo no que tange à habilitação de jornalismo, busca, então, soluções através da ênfase na prática laboratorial. A Resolução número 03/78 do Conselho Federal de Educação fixa o currículo mínimo e, no seu anexo II estabelece ainda, a obrigatoriedade de laboratórios para atender os requisitos das disciplinas das habilitações. No caso do curso de jornalismo, a Resolução determina que as instituições que os oferecem devem possuir os seguintes equipamentos, condição *sine qua non*, para o seu funcionamento: redação modelo, oficina gráfica, sala de diagramação, laboratório fotográfico, laboratório de rádio, tele e cine-jornalisms, hemeroteca".

Tal determinação foi reforçada, posteriormente, pela Resolução CFE 02/84 que ao dispor sobre o currículo mínimo em vigor exige, também, a implantação dos laboratórios, determinando um prazo de três anos para atendimento. As exigências estão especificadas no Parecer no. 480/83, que trata de instalações e laboratórios.

## O CURRÍCULO E OS LABORATÓRIOS

Apesar de ter sido elaborado com a participação das comunidades acadêmica, profissional e empresarial o atual currículo mínimo, fixado pela Resolução 02/84, pouco inovou e pouco acrescentou em termos pedagógicos. Na verdade, a conquista da exigência da prática laboratorial, uma reivindicação dos setores profissionalizantes, contribuiu para aumentar a polêmica entre formação mais teórico-humanística versus formação mais prática-laboratorial.

Já se passaram quase 10 anos da publicação da Resolução 02/84 e a maioria dos cursos de comunicação, principalmente os das Universidades Federais, continuam sem cumprir as determinações do CFE no que tange aos laboratórios. Nesse rol inclui-se a Bahia, onde o curso de jornalismo, única habilitação da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal, apesar de ter adquirido alguns equipamentos não consegue cumprir sequer a obrigatoriedade de editar um mínimo de oito exemplares/ano do Jornal Laboratório, não por falta de produção dos alunos com a devida orientação docente, mas por inexistência de recursos financeiros, limitando, portanto, as etapas do processo de edição do jornal apenas até a diagramação dos textos preparados.

Durante o reitorado de Rogério Vargens (1988-1992), conseguiu-se, depois de muito empenho, que a Reitoria financiasse, pelo menos, quatro edições por ano, ainda em visível descumprimento à Resolução do CFE. Na atual administração, há recursos para a publicação de um "Jornal da UFBA", sem que haja qualquer participação dos corpos docente e discente da Faculdade de Comunicação (pelo menos até esta data, setembro de 1993). Entretanto, para cumprir as exigências curriculares, nunca existem verbas e o Jornal Laboratório continua sendo ignorado; quando sai, vez por outra, o atraso é

tamanho que os alunos que prepararam aquela edição já concluíram as respectivas disciplinas de produção.

O Parecer no. 480/83 que trata da instalação dos laboratórios prevê que uma redação deve ter uma máquina de escrever por aluno, com o máximo de 45 máquinas por sala; material de consumo constituído de papel padronizado para meios impressos e eletrônicos. Além disto, prevê um ramal telefônico por sala e um teletipo de agências de notícias.

No que deveria ser a redação do Jornal Laboratório da FACOM/UFBA, o número de máquinas não corresponde ao determinado pela legislação além de mais da metade encontrar-se sempre quebrada. Não são disponíveis papéis padronizados, nem o teletipo de agências de notícias. A linha telefônica adquirida para a redação foi instalada no gabinete da direção da Faculdade, onde hoje liga-se um FAX recém-adquirido.

Na verdade, a Faculdade de Comunicação da UFBA tem se revelado pouco competente na tarefa de manter seus núcleos laboratoriais. A falta de planejamento quanto ao uso e manutenção dos poucos equipamentos de que dispõe, inviabiliza o acesso sistemático dos alunos à prática laboratorial.

Apesar destas e outras deficiências técnicas, administrativas e financeiras, deve-se destacar que o ensino do jornalismo na Bahia melhorou muito nos últimos 25 anos. Houve uma melhoria significativa na estruturação do quadro docente, principalmente a partir da década de 80 com a incorporação de professores com cursos de pós-graduação.

A melhoria do ensino de jornalismo também contribuiu para o desenvolvimento ético-profissional daqueles que militam na imprensa local. Foi a partir do início da década de 70 que os jornais baianos passaram a procurar profissionais egressos do curso de jornalismo, havendo hoje, em todas as redações, ex-alunos da UFBA exercendo as mais variadas atividades nas redações dos jornais e emissoras de rádio e televisão, na Bahia e em outros Estados. Os jornalistas formados pela UFBA também são encontrados exercendo funções de redatores de publicidade, em agências de médio e grande porte, e executam ainda tarefas nas áreas de marketing e relações públicas nas grandes empresas públicas e privadas.

Assim, pode-se afirmar que as contribuições do curso de jornalismo na Bahia, apresentam saldo positivo. Um exemplo disso foi o depoimento do jornalista Jorge Calmon, editor chefe de *A TARDE*, quando parou em frente, em 1986, a turma de jornalismo da UFBA. Em seu discurso, intitulado "Oito razões - entre muitas outras- para que exista o Curso de Jornalismo", ele destacou que "se os cursos de jornalismo são falhos, o certo não é condená-los, ou postular sua extinção; sim, exigir que sejam colocados à altura de sua importante função, pois hoje deles, exclusivamente deles, depende o suprimento da mão-de-obra à imprensa. E esta é uma exigência que se agrava em razão do crescente emprego dos meios eletrônicos no trabalho jornalístico, demandando profissionais que, além de possuírem autonomia de texto se apresentem treinados no uso da aparelhagem criada pela informática."

As "oito razões" levantadas por Jorge Calmon, favorecem, afirmou ele, de modo inofensivo, o funcionamento dos cursos de jornalismo. São elas: a opção vocacional; a seleção dos mais aptos ao exercício da profissão; o preparo para o ofício; o conhecimento da ética do jornalismo; o estudo da legislação de imprensa; a formação universitária do comunicador; a profissionalização definitiva do jornalista; e, afinal, a estabilidade econômica da categoria.

Vale destacar, também que nos últimos cinco anos o curso de comunicação/jornalismo vem se evidenciando como um dos três mais procurados da UFBA. Isto tem contribuído para que o processo de seleção privilegie os alunos mais preparados, em geral provenientes de escolas particulares, e integrantes da classe média alta. Embora esta situação esteja contribuindo para uma elitização do curso, não se pode negar a melhoria do nível do alunado, elevando a qualidade dos debates e estudos. Em contrapartida tem aumentado o índice de frustração da expectativa do estudante em relação ao que lhe é oferecido, gerando alto índice de evasão. A cada semestre constata-se aumento do número de trancamento de matrículas e de abandono do curso.

A situação é preocupante e tem mobilizado alunos e professores, conscientes da necessidade de providências urgentes para mudá-la. Sabe-se que, para tanto, já não basta publicar os oito números/ano do "Jornal Laboratório", atendendo à exigências do CFE, nem comprar novos equipamentos laboratoriais ou responsabilizar o atual currículo por cercear a criatividade.

A solução pode ser relativamente simples: basta que se vença os desafios da interação teoria e prática. É necessário, também, uma análise crítica para a identificação dos pontos dificultadores do ensino do jornalismo. Mas, sobretudo, é necessário ousar, forçando mudanças na estrutura e desenvolvimento curricular.

Não se pode esquecer que a Resolução 02/84 permite abertura para remanejamentos e desdobramentos de disciplinas. Até porque para existência de um bom curso, não basta apenas um bom currículo, é necessário trabalhá-lo de forma que possa render em todas as perspectivas, sejam elas práticas ou teóricas. Vale destacar as experiências curriculares que estão sendo implantadas pela USP e pela UNB, numa demonstração clara de que ainda existem espaços para novas tentativas de se encontrar o currículo ideal e atual.

Contudo, no momento atual, não se pode dissociar a problemática do jornalismo e do seu ensino da crise econômica, social e moral que o país está vivendo, e que, por certo, vai influenciar diretamente numa nova tendência curricular norteadora do ensino jornalístico até o fim desta década. A julgar pelas características da atual demanda, podemos até arriscar, que haverá uma tendência maior de se adaptar os currículos às necessidades regionais. Haverá, também, uma tendência mais liberal no sentido de permitir ao próprio aluno a proposição de seu próprio plano de estudo, concentrado em disciplinas de sua área pessoal de interesse, facilitando uma especialização, logicamente assegurando o cumprimento do mínimo de disciplinas necessárias ao embasamento geral.

O ensino exclusivamente teórico vem perdendo e deve, no futuro, perder ainda mais espaço para a aprendizagem prática. É necessária, entretanto, a busca do equilíbrio decorrente de um ensino onde exista uma verdadeira interação entre teoria e prática.

Para tanto, se de um lado é necessário que os professores de prática jornalística mantenham alguma atividade profissional além da que exercem na sala de aula para manter um elo entre a escola e o mercado de trabalho, é igualmente imprescindível que os professores das disciplinas teóricas, pelo menos entendam essa necessidade.

Urge analisar criticamente a postura defendida por alguns de que não compete às universidades, principalmente as públicas, o papel de preparar mão-de-obra para as empresas. Corre-se o risco de, radicalizando, preparar profissionais para mercado algum.



Às universidades cabe preparar o cidadão-profissional, devidamente habilitado para, livremente, decidir como atuar na comunidade, exercendo suas funções sociais onde mais se identifique para que consiga exercer seu papel com competência e obter sua sobrevivência com dignidade. Para tanto, as universidades devem facilitar aos estudantes as mais variadas experiências. Por isto, geralmente recomendamos aos nossos alunos, que aproveitem o período universitário para serem verdadeiras esponjas, absorvendo tudo o que for possível, dos professores qualquer que seja a situação, uma vez que o processo ensino-aprendizagem não acontece apenas nas salas de aulas, mas também nos corredores, nas cantinas, em bate-papos informais que girem em torno da comunicação.

Outro aspecto fundamental a considerar é que a revolução tecnológica que se está vivendo não foi considerada quando da elaboração do atual currículo mínimo. Se não se desdobrar as disciplinas existentes, aproveitando a flexibilidade curricular, não se terá condições de manter esse ensino atualizado. Para tanto, é necessário que os professores participem, freqüentemente, de atividades de reciclagem e que, onde existam cursos de pós-graduação sejam abertos espaços para atualização frente aos avanços tecnológicos.

Todos os esforços devem convergir para assegurar a formação de profissionais competentes, com uma visão crítica da realidade e em condições de cumprir seu papel na sociedade.

## **BIBLIOGRAFIA CONSULTADA**

BELTRÃO, Luís. "O Ensino do Jornalismo no Nordeste" (depoimento), in *Cadernos de Jornalismo e Editoração*, no. 18. São Paulo, Departamento de Jornalismo e Editoração, ECA/USP, 1986.

CALMON, Jorge. *Oito Razões(dentre muitas outras) para que exista Curso de Jornalismo*. Discurso proferido na formatura dos Bacharéis em Comunicação, com habilitação em Jornalismo pela UFBA, 1986.

CASTELLO BRANCO, Vitorino Prata. "O Primeiro curso de Jornalismo em São Paulo" (depoimento), in *Cadernos de Jornalismo e Editoração*, no. 18. São Paulo, Departamento de Jornalismo e Editoração. ECA/USP, 1986.

LOPES, Dirceu Fernandes. *Jornal Laboratório: Do Exercício Escolar ao Compromisso com o Público Leitor*. São Paulo: Summus Editorial, 1989.

MARQUES DE MELO, José. "Pedagogia da Comunicação: as Experiências Brasileiras", in *Contribuições para uma Pedagogia da Comunicação*, primeiro capítulo.

MARQUES DE MELO, José. "Currículo mínimo de comunicação: o soneto e as emendas", in *Boletim do Intercom*, no.46, São Paulo: Intercom, 1984, pp. 37-40.

MARQUES DE MELO, José. "Jornalismo Brasileiro: A Pesquisa e a Conjuntura Política",  
in *Comunicação: Teoria e Política*, São Paulo: Summus., 1985, pp. 59-69.

UFBA. *A Biblioteconomia na Bahia: 40 Anos de Atividades*, 1982.

## **A TARDE MUNICÍPIOS:** uma experiência jornalística voltada para o municipalismo

*Trabalho apresentado durante o XVI Congresso Brasileiro de Pesquisas da Comunicação, realizado em Vitória do Espírito Santo, 3 a 7 de setembro de 1993 e apresentado no GT de Jornalismo, sessão de Comunicações I - Singularidades do Jornalismo Brasileiro, dia 5 de setembro de 1993.*

O objetivo deste trabalho é apresentar uma experiência jornalística regional, pioneira no Brasil, desenvolvida pelo jornal *A Tarde*, da Bahia que, através da criação de um suplemento, *A Tarde Municípios*, totalmente voltado para as comunidades do interior do Estado, abriu novas perspectivas mercadológicas para a empresa além de contribuir para consolidar aquele veículo entre os dez maiores jornais do país e o maior do norte e nordeste.

O projeto *A Tarde Municípios* remonta ao primeiro semestre de 1985, tendo a primeira edição circulado a 26 de abril. Desde então tem sido um empreendimento vitorioso, obtendo tanto o reconhecimento do público leitor como do setor publicitário local, uma vez que criou novos mercados. O relato desta experiência, portanto, além de se justificar por si só, deve ser conhecida também por todos os profissionais que atuam na imprensa ou por estudiosos de particularidades do jornalismo brasileiro pelo menos por mais dois motivos: 1) Por ser um projeto regional, fora do eixo Rio de Janeiro - São Paulo, que vem sendo modelo até mesmo para jornais de porte nacional; 2) Por se tratar de uma experiência onde se pode constatar como um órgão de imprensa pode exercer suas funções sociais, contribuindo para a promoção do desenvolvimento regional através da integração intermunicipal, além de exercer a função de porta-voz de comunidades menos favorecidas, debatendo problemas e divulgando alternativas encontradas por cada município.

Este trabalho está dividido em duas partes. Na primeira apresentamos um breve histórico do jornal *A Tarde*, a fim de que se possa ter uma idéia da importância deste veículo de comunicação social no Estado. Na segunda parte vamos tratar da experiência

de A Tarde Municípios que é o objeto de nossa intervenção nesta sessão do XVI Congresso Brasileiro de Pesquisas da Comunicação, que com muita originalidade e oportunidade foi batizada de "Singularidades do Jornalismo Brasileiro".

### BREVE HISTÓRICO DE A *TARDE*

A atividade jornalística só ganhou corpo na Bahia no início do século, com a produção de uma série de jornais, principalmente entre o período de 1900 a 1911, quando 487 títulos de publicações foram catalogados. Eram publicações dirigidas para áreas de música, religião, ciência, esporte, medicina, entre outros que se utilizavam basicamente do humor como matéria-prima. Dentre eles destacam-se "O Metralha"(1901), "O Pirata"(1901), e "A Sineta"(1903). Só a partir de 1910 foi que começaram a surgir na Bahia as primeiras empresas jornalísticas que não tinham apenas a preocupação de veicular idéias políticas.

Foi dentro deste contexto de início do século, quando a Bahia procurava encontrar os caminhos da modernização, lutando para sair da estagnação econômica que, em 15 de outubro de 1912, Ernesto Simões Filho fundou o jornal *A Tarde*. Desde sua implantação, numa época em que o jornal era o único meio para veiculação de publicidade, até os dias atuais, quando a sofisticação tecnológica coloca à disposição dos anunciantes e agências as mais variadas mídias, *A Tarde* tem feito da inovação e do pioneirismo a sua principal característica, residindo aí uma das razões do seu sucesso.

Inicialmente, *A Tarde* era impressa numa tipografia alugada e seguia os padrões dos jornais cariocas *A Noite* e *O Globo*. Com melhores recursos gráficos que os concorrentes locais, foi *A Tarde* quem divulgou, pela primeira vez na Bahia, um anúncio com ilustração fotográfica. Tratava-se de um anúncio do filme "Um Salto para a Morte", exibido no Cine Teatro Santo Antônio e que no mesmo dia havia sido anunciado pelos demais jornais da cidade sem qualquer ilustração. O jornal inaugurou sua própria clicheria no dia 13 de julho de 1913 o que viabilizou a confecção ilustrada dos anúncios que divulgava, na sua maioria, anúncios de remédios, oriundos de laboratórios do Rio e São Paulo, de casas comerciais e companhias marítimas.

Desde o início, *A Tarde* se valeu de criatividade e ousadia, através da promoção e da propaganda para enfrentar os concorrentes que além de dominarem o mercado possuíam maiores recursos. Assim, além da clichéria, o jornal criou a coluna de anúncios classificados ("Os Populares de *A Tarde*"), implantando, concomitantemente inúmeros postos de recebimento desses anúncios. Em 1914, publicou com sucesso "O Indicador Profissional", um espaço dedicado aos profissionais liberais e que inicialmente era totalmente gratuito. Até 1920, quase todos os anúncios veiculados eram elaborados na própria clichéria do jornal que também prestava serviços para fora. Foi também na década de 20 que *A Tarde* introduziu a primeira máquina Linotipo na Bahia, causando uma verdadeira revolução no que diz respeito à composição de textos jornalísticos.

Em 12 de outubro de 1930 o jornal inaugurou sua primeira sede própria, um dos mais modernos prédios do centro de Salvador, demonstrando, com isso, muita força e vitalidade. Em 1955 inaugurou seu novo parque de impressão composto por uma rotativa alemã marca "Man"- uma das primeiras rotativas a serem instaladas no Nordeste -, uma prensa elétrica, uma fundidora automática e uma fresa elétrica. Posteriormente, outro conjunto impressor idêntico foi acoplado ao primeiro, os quais permaneceram em uso até o ano de 1975 quando *A Tarde* comprou sua primeira impressora rotativa "Goss", modelo Urbanite, mudando seu sistema de impressão de letterpress para offset. A composição permaneceu em linotipo até 1978, quando o sistema de fotocomposição "Vip-Mergenthaler", foi introduzido, completando a sua linha produtiva industrial com equipamentos de alta precisão. O sistema de Fotocomposição foi substituído, em 1986, por um outro, "Gepeto", mais veloz e mais versátil que o anterior. Em outubro de 1993 inaugurou a ampliação de sua sede, incluindo um novo parque industrial dotado de novo conjunto de impressoras rotativas "Goss", modelo Urbanite com uma configuração bastante ampliada, composto de cinco unidades P & B, dois decks de cores, duas dobradeiras, além de equipamentos periféricos como "Sistema Cary", de troca automática de bobinas, duas esteiras transportadoras de jornais com contadores e amarradores automáticos, etc. O projeto em andamento prevê, ainda para este ano, reforma nos equipamentos de pré-impressão.[*A informatização da redação ocorreu, após o treinamento de todo os jornalistas a partir de outubro de 1996, quando a empresa adotou um pacote da CTEXT que, utilizando um conjunto de ferramentas existentes ( o*

*Quark Express e o Xywrite entre outros), criou programas integradores para viabilizar a produção editorial].*

Com a visão empresarial proativa de Simões Filho, o jornal foi, aos poucos, mudando o perfil da imprensa baiana, através de uma dinâmica atividade comercial e promocional integrada à parte redacional a ponto de assumir, em poucos anos, a liderança que mantém até os dias atuais. Mesclando o idealismo dos profissionais da época com estratégias de promoções de vendas até então inexistentes na Bahia, a liderança de *A Tarde* foi construída em bases sólidas. Para citar apenas um exemplo da ousadia de Simões Filho, vale lembrar que durante muitos anos este jornal promoveu campanhas de assinaturas, sorteando anualmente, entre os assinantes, uma casa, prêmio de grande valor, difícil até de se imaginar possível de ser oferecido numa promoção àquela época. Outra inovação foi a publicação de pequenos selos, que mudavam diariamente e que deviam ser recortados e colados numa cartela numerada para um sorteio. Com esta promoção *A Tarde* não apenas estimulava o crescimento de sua circulação como também mantinha uma constância de índice de leitura, atraindo uma quantidade sempre crescente de novos anunciantes.

Alicerçada nesta visão mercadológica foi que *A Tarde* se transformou num dos jornais mais lidos do Nordeste, projetando uma liderança absoluta no mercado baiano expressa no XXXIII Estudo da Marplan- 1991, que constatou que este jornal detém 70% do mercado de terça a sábado, 72% às segundas-feiras e 91% aos domingos em relação aos outros três jornais diários (*Correio da Bahia, Tribuna da Bahia e Jornal da Bahia*). Vale registrar que no dia 23 de julho deste ano(1993) Salvador ganhou mais um jornal diário: *Bahia Hoje* [que deixou de circular no ano de 1997]. A liderança de *A Tarde* se tornou possível, também, graças a um eficiente sistema de circulação que implica em entrega dos exemplares, no mesmo dia, em distâncias de até 1.400 quilômetros de Salvador, por veículos da frota da empresa.

Desde o seu início *A Tarde* se caracterizou como um jornal de opinião, voltado para a comunidade e defendendo, através de grandes campanhas e movimentos culturais, sociais e políticos, os interesses da Bahia. Entretanto, foi a partir da década de 60 que o jornal começou a se estruturar tanto regional como nacionalmente, abrindo escritórios, contratando representantes comerciais nas principais cidades do país. Na década de 70 a

política expansionista foi fortalecida pela implantação de sucursais, inclusive em Brasília (1976), exemplo logo seguido por quase todos os veículos brasileiros. Ao lado dessas providências, *A Tarde* cuidou, também, de melhor estruturar o seu departamento de publicidade, passando a trabalhar sua imagem através de campanhas institucionais. Até o início da década de 70 o jornal nunca havia se preocupado em vender sua própria imagem, o que passou a acontecer a partir de 1975, com a mudança de sua sede. Uma agência de publicidade foi contratada - a GFM-Propeg-, e iniciou-se uma fase de grandes promoções, abordando grandes temas, tais como "Adote uma criança abandonada", campanha esta, cujos anúncios acabaram sendo premiados, vencendo o Prêmio Colunista (local) em 1975 e o Nacional do mesmo ano e, em 1980, o Prêmio Colunista da Década, além de ser escolhida como a melhor campanha comunitária veiculada no país.

Além dessa estratégia, *A Tarde*, para consolidar ainda mais sua imagem, criou, no início da década de 80, o seu próprio departamento de Promoções e Eventos que passou a coordenar as campanhas publicitárias e a promover o marketing da empresa através do apoio, da participação e promoção de inúmeros eventos regionais que têm servido para consolidar *A Tarde* como um dos 10 maiores jornais diários em circulação no país. Dentre inúmeros eventos que *A Tarde* promove encontram-se o "Arraiá da Capitá" (evento cultural que vem assegurando à capital a oportunidade de vivenciar os festejos juninos, conseguindo deter o processo de exclusiva interiorização constituindo-se na maior festa popular em ambiente fechado) e a "Travessia Mar Grande-Salvador" (evento esportivo de natação -, que atrai participantes de nível nacional e internacional, e abre espaços para atletas de diversas faixas etárias). Além desses, inúmeros outros eventos esportivos e culturais são realizados na capital e no interior do estado.

Respaldada pelos excelentes percentuais de penetração, atestados pelos institutos de pesquisas e auditados pelo IVC-Instituto Verificador de Circulação, *A Tarde* desenvolve um marketing agressivo, cujos eventos têm marcado a vida baiana ao longo do tempo. Preocupada não apenas em aumentar sua circulação, a empresa está sempre procurando oferecer a seus leitores, alternativas de informação, através de seus cadernos especializados, considerando um perfil de leitor segmentado. Dentre estes suplementos destacam-se além de *A Tarde Municípios*, *A Tarde Rural*, *A Tarde Cultural* e outros

como Automobilismo, Turismo , Lazer e Informações.[No ano 2000, continuando sua linha editoria segmentada, o jornal lançou os suplementos “Shopping” e “Emprego”].

### PROJETO A TARDE MUNICÍPIOS

O projeto de *A Tarde Municípios* surgiu a partir da necessidade de se ampliar o espaço destinado às notícias provenientes dos muitos municípios do Estado. *A Tarde* era o único entre os quatro grandes jornais de Salvador, até 1985, a destinar pelo menos uma página diária às notícias do interior. Mas o espaço era insuficiente para a quantidade de texto produzido pelas sucursais já instaladas em microrregiões importantes, tanto do ponto de vista de desenvolvimento socioeconômico como de representação política: Feira de Santana, Itabuna e Juazeiro.

Partindo da reivindicação inicial destas sucursais, no sentido de que a empresa poderia produzir cadernos tamanho tablóide para circularem, com exclusividade, semanalmente, em dias diferenciados, em cada uma destas microrregiões, encartados na edição normal do jornal, foi decidida a contratação de um profissional para elaborar o projeto e assumir a responsabilidade de sua execução.

O projeto inicial, visava, pois, a produção de cinco cadernos tablóides destinados a atender cada uma das microrregiões onde *A Tarde* já possuísse sucursais implantadas: Feira de Santana, Itabuna, Jequié, Juazeiro e Vitória da Conquista. Os suplementos seriam limitados pois só circulariam nas regiões específicas, atendendo ao interesse do público leitor de cada região, concorrendo diretamente com os jornais locais, disputando, inclusive, uma fatia do bolo publicitário regional a preços compatíveis com cada mercado.

A princípio a idéia parecia ótima, uma vez que aumentaria a receita e a circulação do jornal em cada microrregião, além de demonstrar a preocupação de *A Tarde* em prestigiar aqueles municípios. O consumo de papel para a confecção daqueles tablóides também não seria muito representativo. Tudo levava a crer que o projeto seria deslanchado, até o momento em que foram levantados inconvenientes e deficiências com relação à qualidade e quantidade da produção jornalística de cada região. Seria



necessário a contratação de pessoal, tanto em cada sucursal como na sede, onde os suplementos deveriam passar por todos os passos do processo de edição e fechamento de um caderno por dia. O problema cresceu mais ao ser constatado que não existiam profissionais devidamente habilitados na maioria daquelas regiões, o que significava trabalhar com uma produção jornalisticamente deficitária.[*Em fins de 1999 e início do ano 2000, a empresa realizou uma nova tentativa de implantar cadernos regionais em formato tablóide, que chegaram a circular, por pouco tempo, dirigidos apenas para cada região do Estado a que se destinava, mas a experiência não frutificou.*]

Considerando essas dificuldades e, também, a firme decisão político-administrativa da empresa de realizar, de qualquer maneira, algo que viesse a consolidar o processo de interiorização do jornal, o profissional contratado elaborou um outro projeto como alternativa ao solicitado, tendo sido aprovado pela diretoria da empresa em fevereiro de 1985.

Este projeto foi *A Tarde Municípios*, que começou a circular no dia 26 de abril de 1985 com uma proposta que mudava radicalmente as idéias originais. Esta mudança ia de encontro às reivindicações e a visão individualista de cada sucursal, uma vez que se propôs um caderno tamanho standard, que circulasse em todo o Estado, com notícias de todos os municípios, exercendo o papel de veículo de integração municipal, contribuindo, também, para aumentar a interiorização do jornal de forma genérica e não apenas em certas regiões. O caderno foi projetado para funcionar não como um suplemento, mas como se fosse um outro jornal, encartado em *A Tarde*, e que, a depender de seu crescimento e aceitação, poderia, no futuro, vir a ser um segundo título publicado pela empresa (Vale dizer que todas as providências neste sentido foram tomadas e o título *A Tarde Municípios* encontra-se devidamente registrado nos órgãos competentes).

Inicialmente, *A Tarde Municípios* foi projetada para circular apenas às sextas-feiras, com distribuição dirigida para o interior. Na capital só os assinantes a recebiam, pois não era vendida nas bancas. Com este artifício, idealizado no projeto, foi possível criar uma tabela de preços especial para o caderno, com subsídios da ordem de 50% em relação ao preço de tabela comum do jornal, facilitando, assim, a participação de inúmeros pequenos anunciantes do interior, que estavam fora do meio jornal devido aos

altos preços. Anunciar em *A Tarde Municípios* passou a ser tão barato quanto nos jornais locais, com a vantagem do anúncio poder ser visto em todo o Estado.

Ao firmar-se no interior, o sucesso de público extrapolou para a capital e devido às constantes solicitações, a direção da empresa decidiu pela circulação global, o que incluiu as bancas da capital, e autorizou o aumento da periodicidade do suplemento para dois dias na semana. Assim é que, a partir do dia 22 de julho de 1986, *A Tarde Municípios* passou a circular com duas edições semanais, às terças e sextas-feiras. *[A partir de 26 de abril de 2000, este suplemento passou a ter circulação diária, comprovando o sucesso da notícia regional e local junto ao público leitor].*

Observe-se que, mercadologicamente, o mesmo produto passou a ser oferecido aos anunciantes com preços diferenciados: às sextas-feiras a edição com circulação total tem um preço subsidiado em relação à tabela de preços do jornal *A Tarde*. Já a edição das terças-feiras apresenta um preço também subsidiado, mas em relação à edição de sexta, tendo em vista que, nesse dia, não é vendida nas bancas de Salvador; só quem a recebe são os assinantes. *[Posteriormente, a edição das terças também passou a circular na capital e o preço subsidiado foi modificado passando a ser o mesmo da edição de Sexta-feira].*

Devido à grande penetração do caderno, o Departamento de Controle de Anúncios da empresa já contabilizou, desde o seu lançamento em 1985 até 1993, mais de 300 novos anunciantes para o jornal.

Quando *A Tarde Municípios* começou a ser editada, vale lembrar, o Estado da Bahia contava com 336 municípios, número este logo ampliado para 367, estando, hoje(1993), com 415 *[Em 2001, o Estado passou a ter 417 municípios]*. Informações provenientes deste total de municípios são divulgadas por este suplemento que circula com um mínimo de oito páginas por edição, embora possua em sua história o registro recorde de edições com 32 páginas. *[ Como previsto no projeto inicial, a circulação diária deste caderno passou a ser uma realidade a partir do dia 26 de abril de 2000, com um mínimo de quatro páginas por edição, podendo ser ampliado progressivamente a depender da centimetragem de anúncios programada para cada edição].*

## PROBLEMAS NA IMPLANTAÇÃO DO PROJETO

Tendo em vista as deficiências na produção de textos provenientes dos mais variados municípios, uma equipe de reescrevedores foi contratada (formando uma redação à parte) só para dar forma jornalística às informações que chegavam à redação. Entretanto, tais informações vinham com até duas semanas após o acontecimento. Diminuir o tempo entre a apuração dos fatos e a chegada da informação à sede do jornal era um problema a ser resolvido. Com a instalação de telefones, telex e fax nas sucursais e representações o problema das grandes distâncias do Estado começou a ser vencido, embora não em todo o Estado onde ainda existem distritos que dispõem, apenas, de um Posto dos Correios e Telégrafos e um Posto Telefônico Comunitário.

Outro problema que a equipe de *A Tarde Municípios* enfrentou, inicialmente, foi a falta de documentação fotográfica dos municípios, nos arquivos do jornal. Para suprir esta deficiência foi necessário construir um arquivo próprio, que permitisse a prática de uma diagramação moderna e arejada, utilizando um espaçamento maior entre os cinco blocos de composição com uma arrojada aplicação de tipografia e um melhor aproveitamento gráfico das fotografias.

Equipes de repórteres e fotógrafos cruzaram todas as estradas possíveis, mapeando locais, fotografando e identificando as principais autoridades municipais (o prefeito, o juiz, o delegado e o padre), além de registrar as principais paisagens, monumentos geográficos e históricos: grutas, cavernas, morros e serras, praças e prédios importantes. Vale ressaltar que, neste particular, invariavelmente, a construção mais importante, em 90% dos casos, recaía sobre a Igreja da localidade, em torno da qual o desenvolvimento foi iniciado. Nos três primeiros anos de circulação foi difícil não sair publicada, na capa de cada edição, uma fotografia de Igreja, a ponto de tal fato ser comentado com humor por jornalistas de outras editorias do jornal que além de identificarem a equipe de municípios como sendo "o pessoal da roça", ainda comentavam que o grupo deveria estar fazendo assessoria de imprensa da Arquidiocese. Em contrapartida, a editoria de municípios recebia uma quantidade imensa de cartas de leitores e telefonemas, cobrando a publicação de uma outra Igreja, capela ou matriz de um município que ainda não havia sido contemplado.

Os arquivos fotográfico e de texto foram construídos com muita dificuldade, inclusive com a compra de fotografias aéreas de várias regiões do Estado. Com os arquivos funcionando satisfatoriamente, a empresa decidiu equipar as sucursais, até com laboratórios fotográficos. A providência seguinte foi a abertura de novas sucursais, contratação de novos correspondentes e credenciamento de pessoas responsáveis pela remessa de materiais ou transmissão de informações para a redação. *[A partir do ano 2000, as sucursais começaram a ser informatizadas e os textos e fotografias produzidos no interior já estão sendo enviados à Editoria de Municípios via e-mail, através do Provedor Internet A Tarde].*

Os problemas decorrentes da falta de profissionais habilitados no interior foram sendo contornados aos poucos. Inicialmente, cada repórter de sucursal e cada correspondente credenciado recebeu um documento contendo as normas de redação adotadas por *A Tarde Municípios*. Em seguida, o jornal ofereceu cursos de reciclagem, ministrados por funcionários da empresa que também são professores da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia - UFBA.

O próximo passo foi possibilitar, em períodos preestabelecidos, que esses profissionais realizassem estágios na sede do jornal. Outra medida adotada pela empresa foi o de transferir jornalistas diplomados para dirigir algumas de suas sucursais do interior, instaladas em Feira de Santana, Juazeiro, Santo Antônio de Jesus e Vitória da Conquista. Tal medida contribuiu para melhorar o nível da produção jornalística naquelas sucursais, além de influenciar diretamente na orientação profissional de cada mercado regional.

A partir de então, o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado da Bahia - SINJORBA passou, também, a desenvolver um trabalho com o interior, abrindo Delegacias Regionais, através dos quais cursos de reciclagem passaram a ser oferecidos com mais frequência. A ação do SINJORBA foi estimulada também pela instalação, nos últimos anos, de inúmeras emissoras de rádio e televisão no interior baiano.

Contudo, para o sucesso do processo de interiorização do jornal, era necessário que a empresa tivesse também um excelente setor de distribuição para o interior e à época da criação de *A Tarde Municípios* aquele setor também apresentava deficiências. Imagine-se que em cidades da importância do eixo Itabuna - Ilhéus (a 400 quilômetros da

capital), *A Tarde*, com distribuição por terra, chegava depois dos jornais do sul do país, que iam de avião. Hoje é possível se adquirir o jornal *A Tarde* em qualquer banca de revistas e jornais de Ilhéus e Itabuna entre 8 e 9 horas da manhã.

Para a consolidação da interiorização, portanto, foi necessário agilizar a distribuição e isto foi feito com rigor, a ponto de hoje o jornal chegar a todos os recantos do Estado, os mais longínquos, no mesmo dia, seja em Barreiras, no extremo oeste, que dista 854,7 Km de Salvador, seja em Mucuri, no extremo sul do Estado, que dista 904,0 Km de Salvador, seja a Remanso, ao norte, que dista 699,6 Km de Salvador. Para conseguir atingir esta meta, a empresa desdobrou seu departamento de circulação em dois, um para a capital outro para o interior.

### LINHA EDITORIAL

*A Tarde Municípios* começou, portanto, com o propósito de promover a integração intermunicipal, defendendo a causa municipalista, abrindo espaços para todas as correntes partidárias e ideológicas, divulgando todo o potencial socioeconômico, cultural e turístico dos municípios entre si, promovendo um intercâmbio cultural de fundamental importância para a valorização da cultura regional, destacando costumes e manifestações de cada município.

Este trabalho de integração tem permitido que um leitor em Chorrochó, no extremo norte do Estado, tenha informações atualizadas, de atividades culturais, sociais, econômicas ou políticas que estejam acontecendo, por exemplo, em Ibirapuã, no extremo sul, ou em Candiba, no sudoeste, ou ainda em Ibipetuba, no noroeste do Estado.

Desde que *A Tarde Municípios* começou a circular que o principal objetivo de sua editoria foi o de divulgar o dia-a-dia de todas as regiões do Estado. Isto porque tem como princípio que a realização de festas em tradicionais clubes da capital ou um show no Teatro Castro Alves é tão importante para a população de Salvador como um baile de debutantes no município de Carinhanha ou a apresentação de uma peça no Teatro Municipal de Ilhéus, é significativa para a população dessas duas cidades.

Outro princípio estabelecido foi a assunção de uma postura jornalística ético profissional, separando o que fosse notícia de matérias pagas, que passaram a levar a

identificação de "Informe Publicitário", prática esta que foi introduzida na imprensa baiana através deste suplemento. Isto porque até então os grandes jornais só produziam no interior cadernos especiais, cujos espaços eram totalmente vendidos. Com o surgimento de *A Tarde Municípios* esta prática mudou, pois o interior passou a ser trabalhado como notícia enquanto o departamento de publicidade do jornal ou das sucursais passaram a trabalhar os anúncios como publicidade. [Vale salientar que no ano 2001, uma das recomendações da ANJ – Associação Nacional de Jornais, e da SIP-Sociedade Interamericana de Imprensa, reunidas em Fortaleza, foi de que a imprensa adotasse esta prática de identificar as matérias pagas como “Informe Publicitário” como uma norma, inclusive, ética para que o leitor possa distinguir claramente a matéria editorial da publicitária].

Com isto saiu ganhando o jornalismo não apenas da capital como também do interior que passou a ter *A Tarde Município* como padrão de jornalismo. Isto determinou uma influência, inclusive, na linguagem dos jornais municipais que estão perdendo características provincianas e, apesar de pequenos, estão se impondo regionalmente. Vale ressaltar que o suplemento *A Tarde Municípios* não concorre diretamente com eles apesar de ocupar cada vez mais espaço em todo o Estado. Outra influência positiva causada por *A Tarde Municípios*, foi o aparecimento, nos demais jornais diários de Salvador, de pelo menos uma página dedicada às notícias do interior.

Outra meta que se tinha era escrever a história dos municípios, pois nada havia registrado sobre isso. Hoje, as coleções deste suplemento se constituem num verdadeiro documento sobre os municípios baianos. Nas escolas do interior baiano, as fotos das igrejas e dos prédios públicos, bem como os registros da história, da fundação das vilas à emancipação de cada município, publicados nas páginas de *A Tarde Municípios* são recortados e colados como ilustração em trabalhos escolares. Vale destacar que vários municípios passaram a comemorar suas datas de emancipação política depois que este suplemento passou a divulgá-las.

Desde o seu início, a linha editorial de *A Tarde Municípios* sempre esteve atenta às necessidades educacionais do Estado e, procurando cumprir com suas funções sociais foi que, em convênio assinado com a então Escola de Administração Fazendária, da Secretaria da Fazenda do Estado, passou a veicular um curso à distância intitulado

"Conheça Melhor a Bahia". Através das páginas de *A Tarde Municípios*, semanalmente, foram divulgados módulos do curso, na forma de estudo dirigido, onde o leitor tomava conhecimento de informações variadas sobre os municípios baianos.

Como o público alvo de *A Tarde Municípios* estava no interior, houve também a preocupação direta com o homem do campo e, uma de suas páginas, passou a ser totalmente dedicada a temas agropecuários. Foi a partir desta página semanal que a editoria de municípios criou um tablóide de 12 páginas, *A Tarde Rural*, que começou a circular em dezembro de 1988, também às sextas-feiras, formando ao lado de *A Tarde Municípios*, o que a campanha de lançamento do novo projeto editorial denominou de "A Dupla Caipira de *A Tarde*". A partir de 1991, por motivos técnico-industriais, o suplemento rural passou a circular às quintas-feiras. [A partir de 1997, passou a circular às segundas-feiras].

Ao lado das edições de *A Tarde Municípios*, o caderno Rural desenvolve um trabalho de orientação ao pequeno, médio e grande produtor, com informações técnicas e utilidades diversas voltadas para as diversas regiões.

O desenvolvimento e fortalecimento de uma consciência ecológica, através de reportagens voltadas para a proteção do meio ambiente tem sido uma constante nas páginas de *A Tarde Municípios* que tem denunciado os problemas causados pelo desmatamento criminoso das reservas florestais baianas. O resultado disto tem sido uma ação mais enérgica por parte dos órgãos responsáveis, bem como uma maior participação das comunidades que passaram também a denunciar, através deste caderno, e a fiscalizar de perto as providências.

*A Tarde Municípios*, igualmente, tem divulgado o trabalho das autoridades fiscalizadoras de administrações municipais, publicando orientações, resultados e pareceres apresentados pelos órgãos de fiscalização, tais como os Tribunais de Contas, de Justiça e Comissões Parlamentares.

Desde a sua implantação *A Tarde Municípios* tem também divulgado aspectos culturais, econômicos e políticos de vilas, distritos e povoados, sempre valorizando o dia-a-dia do interior, sem a conotação de estar escrevendo da capital para as pequenas cidades e províncias. Na editoria de *A Tarde Municípios* há o cuidado de nunca colocar Salvador como ponto de referência dos municípios, nem mesmo quanto à distância para

o município noticiado. Assim é que o leitor encontra verdadeiras campanhas jornalísticas em defesa dos interesses da região. Exemplo disto foram reportagens enviadas pelas sucursais e correspondentes de *A Tarde* sobre a situação em que se encontravam as populações de mais da metade do Estado baiano, vitimadas pela seca que marcou todo o ano de 1987 e agora ameaça marcar o de 1993. Outro exemplo foram as pesquisas feitas nos municípios do sul e sudoeste quando os debates na Constituinte vislumbravam uma possível Divisão da Bahia para a criação do Estado de Santa Cruz. Embora posicionando-se contra a medida, *A Tarde Municípios* abriu espaço para todas as partes interessadas na divisão podendo, assim, concluir quanto ao descontentamento da maioria dos baianos em relação à divisão.

As dificuldades enfrentadas pelos prefeitos para resolverem problemas de saúde, educação e segurança, na maioria dos municípios, têm sido enfocadas por *A Tarde Municípios*, que tem-se constituído como verdadeira porta-voz das reivindicações municipalistas. Foi, por exemplo, a partir das dificuldades e das queixas dos prefeitos, veiculadas neste caderno, que o governo passou a divulgar o rateio das cotas de ICMS, IPI e IPVA, repassadas às Prefeituras. *A Tarde Municípios*, sempre que o espaço permite, tem divulgado mensalmente este repasse ao lado das cotas do Fundo de Participação dos Municípios - FPM, permitindo que a população fiscalize as ações dos governos, estadual e federal, e a dos prefeitos, no que diz respeito a aplicação dos recursos públicos.

Para concluir este trabalho/depoimento sobre uma experiência jornalística vitoriosa, gostaria de lembrar o fato de que em abril de 1989, o então prefeito José Fernandes de Santana, do município de São Desidério, no extremo oeste da Bahia, publicou um anúncio para marcar o quarto aniversário de *A Tarde Municípios*, onde dizia que se não fosse o jornal as outras regiões do Estado jamais saberiam que em São Desidério os Postos de Saúde estavam necessitando de reformas. Um ano depois, em 1990, as reformas ainda não tinham sido feitas e ele deu a seguinte declaração à imprensa: "Não cabe à imprensa construir pontes, reformar prédios públicos, pagar salários de servidores ou cuidar de doentes. Isso é papel do Estado, dos homens públicos, que se candidataram a isso. Cabe à imprensa noticiar os fatos, denunciar irregularidades administrativas, faltas cometidas contra o cidadão e encaminhar as reivindicações da



população." E isto tudo o suplemento *A Tarde Municípios*, do jornal *A Tarde*, da Bahia, vem fazendo, exercendo, assim, as funções sociais dos Meios de Comunicação de Massa: educar, informar, divertir e fiscalizar.

# **MEIOS DE COMUNICAÇÃO A SERVIÇO DA EDUCAÇÃO** (Pedagogia dos meios)

*Este paper foi apresentado no encerramento do I Encontro de Pedagogia dos Meios, promovido pelo CETEPAR – Centro de Treinamento do Magistério do Paraná, realizado em Curitiba, no período de 14 a 16 de dezembro de 1992.*

Devido ao vertiginoso desenvolvimento tecnológico, os meios de comunicação de massa atingiram um aperfeiçoamento tal que permitem ao homem moderno conviver com a instantaneidade da informação e com seus efeitos multiplicadores, trazendo contribuições decisivas para a educação e para o ensino.

A força de penetração dos meios de comunicação junto às mais variadas camadas da população deveria fazer com que todo educador procurasse analisar e refletir melhor sobre o papel destes veículos a fim de que pudesse aproveitar esta força poderosa de disseminar informações e de criar hábitos em termos educacionais.

Num país de características socioeconômicas como o nosso, os veículos de comunicação, principalmente o rádio e a televisão, podem contribuir diretamente para facilitar o trabalho do professor, ampliando o raio de ação educativa. É por isso que toda consideração sobre a utilização pedagógica dos veículos de massa acaba destacando o papel do rádio e da TV devido, principalmente, à capacidade que possuem de atingir grandes audiências, cobrindo, potencialmente, cerca de 90% do território nacional.

Apesar disso, vale lembrar que, em termos educacionais, não existe veículo de massa melhor do que outro. Já se comprovou que, quando usados interrelacionados em situações educativas, os meios de comunicação reforçam-se mutuamente possibilitando melhores resultados. Quando o uso de multi-meios é impossível, a escolha do meio adequado vai depender das características dos alunos, dos estímulos necessários para

alcançar os objetivos desejados, dos métodos instrucionais a serem empregados e das condições ambientais. Por isso, devemos ter sempre em mente o fato de que mesmo o objetivo dos meios de comunicação não sendo pedagógico, podemos usá-los com este propósito. Considerando a influência dos meios de comunicação de massa na formação de hábitos, uma das tarefas mais importantes dos pedagogos e professores nos dias de hoje é utilizá-los, cada vez mais, nas escolas. Para tanto, faz-se necessário que as Escolas também comecem a implantar uma infra-estrutura tecnológica, equipando-se com estas ferramentas para ir substituindo práticas pedagógicas ultrapassadas.

Os educadores não podem permitir que a Escola continue sendo um mundo à parte, desligada da vida e do mundo real. A cada dia que passa, mais sentimos a necessidade de que a Escola saia de seu confinamento entre quatro paredes e incorpore experiências de outros espaços educativos complementares. A utilização do rádio e da televisão na sala de aula tanto auxilia o professor no desempenho de sua função de ENSINAR, como ajuda o aluno no seu papel de APRENDER.

A escolha e a utilização de um veículo de comunicação com fins educativos nem sempre é uma tarefa fácil, pois tal decisão está sempre na dependência de restrições orçamentárias ou políticas. Exatamente por isso, é preciso que o meio escolhido se integre ao processo educativo evitando as contradições entre a informação pedagógica e a informação do cotidiano.

Feitas estas considerações, passaremos a discorrer especificamente sobre os dois mais importantes veículos de comunicação: o rádio e a televisão, considerando o papel educativo e cultural que podem exercer. Abordaremos suas respectivas potencialidades e tentaremos enumerar a contribuição de cada um na promoção da educação. Por fim abordaremos parte da legislação oficial que regulamenta o papel educativo dos veículos de radiodifusão no Brasil.

## O RÁDIO

De todos os meios de comunicação social, o que possui maior poder de penetração, atingindo maior número de pessoas no Brasil, ainda é o rádio. Isto se

justifica porque a implantação de uma emissora não exige grandes investimentos e o aparelho receptor é de baixo custo. Além de ser o meio que possui maior número de emissoras e de cobrir distâncias maiores, a audiência do rádio não está condicionada a níveis de educação. Sua audiência inclui, inclusive, os analfabetos, ao contrário dos veículos impressos, e não requer concentração de população.

As principais características deste veículo que justificam sua utilização no ensino são: o rádio apresenta o caráter universal da linguagem falada e um grande poder de instantaneidade; é um meio simples e econômico quanto às condições de produção e de programação; apresenta, ainda, baixo índice de ociosidade, além de ser um meio de alta capacidade de mobilização social e de fácil manuseio.

Para utilizarmos o rádio na educação, é necessário que tenhamos em mente que este meio exerce um forte estímulo, favorecendo o processo de aprendizagem, mas que a mensagem radiofônica, pura e simples, não é suficiente. Compete aos educadores a tarefa de retirar, das informações transmitidas, os subsídios que possibilitem deflagrar o processo de aprendizagem nos alunos.

Para tanto, é necessário saber quais os papéis que o rádio pode desempenhar como recurso de ensino: o rádio pode ser agente de educação formal, por exemplo, ao substituir o professor na sala de aula em cursos especializados; o rádio pode exercer o papel de agente de desenvolvimento quando, em comunidades distantes e subdesenvolvidas, a recepção das mensagens é organizada em torno do aparelho receptor; o rádio também pode ser utilizado como agente de aperfeiçoamento quando colocado a serviço de treinamentos ou de cursos complementares. Neste caso, as aulas radiofônicas são produzidas procurando-se dar um tratamento individual ao ouvinte que sintoniza a emissora no dia e hora específicos para receber as informações do curso escolhido, e sabendo, previamente que terá de complementá-las com a leitura de material impresso e submeter-se a avaliações periódicas.

Estes exemplos estão muito relacionados com o sistema de rádio educativo. Entretanto, não podemos esquecer que os programas comerciais, programas de informação e de entretenimento, também podem ser utilizados em salas de aula. Basta

que o professor selecione previamente a emissora e o programa que atenda aos objetivos pretendidos. Esta prática pode ser usada (se o horário da aula permitir) com os alunos reunidos em torno do aparelho receptor, ouvindo o programa escolhido ou em suas respectivas casas. Em qualquer dos casos, a utilização do rádio só será positiva se após a audição do programa houver alguma atividade vinculada ao mesmo.

O rádio também pode exercer o papel de substituto em algumas situações, tais como: quando o número de professores é deficiente, quando por motivo de saúde ou distância, o aluno não pode freqüentar uma escola.

O rádio, se utilizado no sistema escolar, ainda oferece a vantagem de atualização permanente de conteúdos, podendo ser bem explorado em aulas de música ou de línguas. A escolha do meio, por si só, já compromete previamente a seleção de métodos, técnicas e estratégias de ensino. O rádio pode ser escolhido para funcionar como instrumento auxiliar na prática de exercícios da linguagem sonora (verbal ou não-verbal), uma vez que sua simplicidade e instantaneidade equilibram a falta dos elementos visuais, que são oferecidos pela televisão. A opção pelo meio rádio em vez do meio televisão não quer dizer que este seja melhor do que aquele. A escolha é condicionada ao contexto socioeconômico da agência de ensino.

## TELEVISÃO

A televisão é o meio de comunicação audiovisual por excelência, com uma capacidade multiplicadora incalculável. A televisão pode ser utilizada nos sistemas de ensino programado, individual ou coletivo, funcionando como suporte ou como o próprio sistema.

Referindo-se ao meio televisão Moacyr Gadotti (1983:134) disse que "não há melhores condições para uma ação educativa visando a submissão: é a própria condição de "espectador", de aluno deitado em frente ao vídeo, sem condições de perguntar, sem condições de falar. A essa situação alia-se outro fator, a ausência de uma formação crítica."

Exatamente por isso é que devemos começar a refletir sobre a necessidade de formar telespectadores conscientes e críticos. Para isso precisamos mudar o enfoque: em

vez de apenas educar através da televisão, precisamos também educar para a televisão. Principalmente se considerarmos que, por lei, uma emissora de televisão, seja pública ou privada, por ser uma concessão pública, tem a obrigação de prestar serviços, cumprir as suas funções sociais básicas: educar, informar e entreter.

Para reforçar a afirmativa de que devemos procurar educar os jovens para a televisão, educando-os para uma leitura crítica do meio, vale citar uma análise que o professor Arnon Andrade(1983:145) fez sobre este veículo:

*Com a desculpa de que transmite a realidade, a TV, na verdade dissimula um processo de interpretação da realidade. O que chamamos de linguagem de TV, de gênero de TV, tem sido utilizado no processo de educação para simular a transmissão da realidade, quando, na verdade, trata-se de um discurso sobre a realidade, um discurso em que o processo narrativo omite o narrador. Essa omissão do narrador se fantasia de técnica, daí o fato da escolha de uma determinada linguagem ou de uma determinada abordagem vir acompanhada da expressão padrão técnico de qualidade.*

Vários são os fatores que interferem na efetivação de um projeto pedagógico, utilizando a televisão. Entre eles, dois se destacam: a qualidade da mensagem e a qualificação do receptor. Devido a isto, cabe à Escola desenvolver metodologias para uma prática de recepção e leitura crítica através da qual o aluno aprenda a usar as mensagens deixando de ser um receptor passivo.

A grande vantagem da TV como agente educativo é uma conseqüência direta dos mecanismos psicológicos que ele ativa e que são os facilitadores do processo de aprendizagem. Apesar de ter grande potencial, a televisão tem sido erroneamente utilizada como uma solução paliativa para encobrir as deficiências de nosso sistema tradicional de ensino. Mesmo assim, a televisão tem ocupado um espaço muito importante na educação. Na visão do professor Euclides Pereira de Mendonça (1981) este veículo se transformou, devido às suas qualidades, num poderoso concorrente da educação formal. Segundo Mendonça, se tomarmos a "educação na acepção formal e rigorosa do termo, quem educa ainda a sociedade é o que resta destas três instituições em crise: a igreja, a escola e a família. Mas, se o termo educar fosse enunciado em sua conotação informal, envolvendo um conjunto de situações e experiências que, de forma

assistemática, concorre para alargar conhecimentos, diversificar experiências e instalar novos valores e comportamentos, quem está verdadeiramente educando a sociedade de nossos dias é a televisão, na vanguarda da comunicação de massa."

Se considerarmos a experiência vitoriosa de outros países, que vem utilizando a televisão como veículo de educação, como o Canadá, e o fato de que o meio é selecionado devido a capacidade que ele possui para implementar as estratégias instrucionais, poderemos inferir que as nossas estratégias instrucionais é que talvez estejam erradas e que nosso sistema de TV Educativa não esteja cumprindo o seu papel por não estar sendo devidamente utilizada. Atualmente, a nossa televisão educativa é considerada apenas como uma alternativa para as televisões comerciais, pois apresentam diferenças apenas no estrato social que pretendem atingir.

Caberia aqui explicitar as funções da televisão Educativa: compete a TVE subsidiar o sistema escolar, produzindo e transmitindo programas a serem usados em salas de aula. Os professores, por sua vez, têm inteira liberdade para escolher ou rejeitar os programas.

Cabe ainda à TVE exercer funções educacionais supletivas ou constituir-se em educação regular em regiões onde o sistema escolar seja inexistente ou precário. A verdade é que as nossas emissoras educativas têm trilhado por caminhos nem sempre voltados totalmente para a educação, e estão cada vez mais se transformando em tevês de cultura. A influência do formato e das técnicas utilizadas pelas televisões comerciais são negativas para as televisões educativas que, de certo modo, são forçadas a investir mais em aspectos formais em detrimento de investimentos que pudessem ser traduzidos em ganhos pedagógicos.

É necessário que se quebrem velhos tabus e preconceitos que tanto sufocam o nosso sistema escolar como as nossas emissoras educativas. Elas não devem competir nem tentar copiar as emissoras comerciais, disputando pontos de audiência registrados pelo IBOPE. Elas precisam por em prática uma produção regional, voltada para as carências e necessidades detectadas pelo sistema educacional. Todos nós sabemos que uma televisão manejada com habilidade e criatividade pode facilitar o ensino e se os programas forem produzidos para suprir as necessidades dos currículos escolares

adotados, as emissoras passarão a ocupar mais espaço dentro das escolas, cumprindo o papel que lhes está reservado.

Por outro lado, enquanto as educativas não estão preenchendo totalmente o seu espaço, os educadores podem utilizar também os programas produzidos pelas emissoras comerciais como reforço de aprendizagem. Usando os telejornais ou até mesmo algumas telenovelas, podemos trabalhar vários aspectos políticos, socioeconômicos e culturais.

Para isto não é necessário que a Escola esteja equipada com televisores, pois o professor poderá indicar o programa que todos devem assistir em casa para poder participar das atividades a serem desenvolvidas em sala de aula no dia marcado. Caso a Escola esteja equipada e o horário de transmissão do programa coincida com o da aula, melhor. Caso a Escola possua além do televisor, aparelhos de videocassete, o professor poderá também gravar o programa e utilizá-lo no momento desejado, com a vantagem de poder parar a transmissão para explicações ou debates que se façam necessários. O uso do vídeo neste caso ainda tem a vantagem de se poder repetir a mesma cena quantas vezes sejam necessárias para melhor assimilação das mensagens. A possibilidade de repetição instantânea se constitui numa valiosa técnica facilitadora do processo de aprendizagem e pode ser aplicada em todos os campos do conhecimento e níveis de escolaridade. Entretanto, dentro do sistema instrucional, o videocassete só será eficaz quando utilizado corretamente e não como mero substituto da aula expositiva. Sua utilização deve ser planejada e os objetivos da instrução bem definidos.

O rádio, a televisão, o videocassete, o satélite e os microcomputadores são alguns dos meios e equipamentos usados pela chamada Tecnologia Educacional. O termo Tecnologia Educacional está pois associado ao uso destes recursos físicos com o objetivo de facilitar o processo ensino-aprendizagem. A Tecnologia Educacional se manifesta em três etapas: planejamento, implementação e avaliação. Na primeira são explicitadas as mudanças desejadas e os meios compatíveis; na segunda, realiza-se o que se pretende produzindo-se e utilizando; e, na terceira etapa as fases anteriores são julgadas e decisões tomadas quanto a continuidade.

Apesar dos avanços, até o momento, o uso desta tecnologia aplicada à educação não trouxe ainda uma contribuição expressiva para o ensino convencional, em nenhum de seus níveis (primeiro, segundo e terceiro graus). Entretanto, alguns avanços e



contribuições foram registrados no caso do ensino técnico, nas áreas de ensino supletivo, ressaltando-se o uso da teleeducação, instrução programada e ensino modularizado.

Rapidamente, podemos traçar uma visão panorâmica do uso da Tecnologia Educacional, dando alguns exemplos: O Ensino Supletivo é a área de maior tradição de educação de massa no Brasil. Existem inúmeros projetos que utilizaram ou continuam utilizando veículos de comunicação de massa. Os mais conhecidos são: Projeto Minerva, Mobral e o Telecurso.

O uso da teleeducação e de tecnologias educacionais no ensino regular ainda é limitado, mas as experiências das televisões educativas do Maranhão e do Ceará merecem destaque. As tecnologias educacionais têm sido usadas também para treinamento de professores, através do Projeto Logos II, Ceteb e Posgrad (este desenvolvido pela Capes), e na área do ensino não-formal, onde destacam-se as experiências da FEPLAM - Fundação Educacional Padre Landell de Moura, no Rio Grande do Sul, e o programa Globo Rural, produzido pela Rede Globo. No que diz respeito ao uso de videocassete e computadores, pode-se citar a experiência do NUTES-Núcleo de Tecnologia da Educação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. As tecnologias educacionais também tem sido utilizadas tanto pelo serviço público como por empresas privadas para Treinamento Profissional. Dentre os usuários destacam-se a Volkswagen, o Senai e a ESAF.

## LEGISLAÇÃO

Muito se tem falado, escrito e debatido sobre o compromisso dos meios de comunicação para com a educação. A legislação de radiodifusão brasileira é farta e todas as leis, decretos e portarias são claras na definição do papel educativo e cultural das nossas emissoras de rádio e televisão. Aliás, a finalidade educativa e cultural da radiodifusão brasileira é tratada em todas as leis desde o ano de 1932, quando o Decreto no. 21.111, de 01 de março (Regulamento para a execução dos serviços de radiocomunicação no território nacional), estabeleceu, em seu Art.11 que o "serviço de radiodifusão é considerado de interesse nacional e de finalidade educacional". Este

posicionamento também é constatado no Decreto no. 24.665, de 11 de julho de 1934, que trata da concessão e execução dos serviços de radiodifusão.

Entretanto, o conceito legal de TV Educativa foi tratado explicitamente no Decreto no.236 , de 28 de fevereiro de 1967, que complementou e modificou a Lei no. 4.117/62. No Art. 13 do decreto-lei pode-se ler: "A televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debate".

A restrição ao campo de ação das emissoras não - comerciais ainda é mais enfatizado no parágrafo único desse mesmo artigo: "A televisão educativa não tem caráter comercial, sendo vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através dos mesmos".

As emissoras comerciais, que são concessão pública, também têm suas obrigações para com a educação. A legislação que regula a atividade estabelece, no Art.3 do Regulamento do Serviço de Radiodifusão - Decreto no. 52.795/63 - que "os serviços de radiodifusão têm finalidade educativa e cultural, mesmo em seus aspectos informativo e recreativo, e são considerados de interesse nacional, sendo permitida apenas a exploração comercial dos mesmos na medida em que não prejudique esse interesse e aquela finalidade." Vale lembrar que o Decreto-lei no. 236/67 também assegurava horários específicos para a educação em emissoras comerciais.

A Portaria Interministerial no. 568, de 21 de outubro de 1980, também confirmava este compromisso, estabelecendo e assegurando horário obrigatório e gratuito para programas educativos nas emissoras de telerradiodifusão comerciais. O Art. 2 da Portaria 568/80 diz que: "esses programas educacionais poderão destinar-se à complementação do trabalho de sistemas regulares, à educação supletiva de adolescentes e adultos ou à educação continuada. Poderão, ainda, abranger, em qualquer nível de escolaridade, setores de divulgação ou orientação educacional, pedagógica e profissional ou de informações sobre unidades ou sistemas escolares de interesse das audiências."

Ao estabelecer através de Portaria que todas as emissoras de rádio e televisão eram obrigadas a reservar 5 (cinco) horas semanais para programas classificados como educativos pelos órgãos competentes, o Estado praticamente franqueava o restante do

horário das emissoras para fins não educativos. O pior é que os programas esportivos, durante a época em que a Portaria 568/80 esteve em vigor, eram classificados como de cunho educativo e para cumprir esta Portaria, uma emissora precisava apenas transmitir duas ou três partidas de futebol por semana.

Apesar destas facilidades e aberrações, a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão - ABERT, que congrega as emissoras comerciais, nunca deixou de, ostensiva e sistematicamente, solicitar a revogação da Portaria 568/80. Depois de muitas pressões e negociações a ABERT conseguiu revogá-la.

Em 28 de fevereiro de 1991, em consequência de um acordo celebrado entre o Ministério da Educação e Cultura -MEC, e a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão - ABERT, entrou em vigor a Portaria Interministerial no. 358, suspendendo a vigência da Portaria de no. 568/80.

No dia 23 de março de 1992, através de um termo aditivo, assinado pelo então ministro da Educação, José Goldemberg, e pelo presidente da ABERT, Joaquim Mendonça, aquele convênio teve sua validade prorrogada até o dia 31 de março de 1994. Com isto, o "Projeto Minerva", por exemplo, foi substituído pela divulgação de mensagens institucionais, relacionadas com os objetivos básicos da educação nacional, veiculadas pelas emissoras comerciais de rádio e televisão.

## CONCLUSÕES

Diante de tudo o que aqui foi exposto sobre o compromisso educativo dos veículos de comunicação, sobre a influência positiva que estes meios podem ter para promover o desenvolvimento do país pela educação só nos resta lamentar o fato de que as nossas leis, principalmente as da radiodifusão, não estarem sendo cumpridas.

Devemos lamentar o fato de que também, nós, educadores, não estamos sabendo ainda usar devidamente o potencial pedagógico destes veículos. Exatamente por isso precisamos lutar para engajar nossas Escolas no progresso tecnológico de nosso tempo, procurando desenvolver tecnologias alternativas, através das quais possamos usufruir os benefícios dos meios de massa no processo ensino aprendizagem, na perspectiva de

universalização das oportunidades educacionais. A educação é a solução para todos os nossos problemas.

#### BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ANDRADE, Arnon Alberto Mascarenhas. in *Humanismo e Tecnologia: os meios a serviço da educação*.(Anais do XV Seminário Brasileiro de Tecnologia Educacional), Recife, 6 a 11 de novembro de 1983, pp. 143-145.

GADOTTI, Moacyr. *Concepção dialética da educação: um estudo introdutório*. São Paulo: Cortez, 1983.

MENDONÇA, Euclides Pereira de. "Comunicação de massa e público receptor no projeto de construção democrática da sociedade brasileira". Brasília, Seminário Nacional sobre programação de TV e público usuário, Ministério da Justiça, 1981. (Mimeografado).

OLIVEIRA, João Batista Araújo e. "Tecnologia Educacional: Algumas reflexões sobre a experiência brasileira", in revista *Tecnologia Educativa*, vol. 8, nos. 3/4, 1983, pp.253-279.

# **O PAPEL DA IMPRENSA E DO JORNALISTA NO MUNDO DE HOJE**

(Reflexões para uma autocrítica)

Palestra proferida durante a solenidade de encerramento da III Semana de Imprensa realizada em Feira de Santana-Bahia, em 10 de setembro de 1993.

Desde o início da chamada Nova República que os brasileiros estão lutando intensamente por seus direitos, procurando entender e exercer a sua cidadania. Esta busca da democracia, após um longo período sob regime de exceção, tem nos levado em alguns momentos a extrapolar sobre o que vem a ser direitos e deveres. Muitas vezes, estamos cobrando direitos, sem, em contrapartida, exercermos os nossos deveres.

Com a promulgação da Constituição de 5 de outubro de 1988 passamos a viver sob um clima de maior liberdade (sem censura aos Meios de Comunicação) e democracia, apesar de não termos ainda encontrado o nosso caminho definitivo. Na verdade, estamos vivendo um período de transição democrática, onde vários ajustes ainda são necessários. Neste período, os excessos sempre ocorrem e são praticados com freqüência, pois na ânsia de exercer e cobrar os seus direitos, o cidadão atropela também os seus deveres e acaba, muitas vezes, pecando contra a disciplina. Para existir democracia é necessário o cumprimento das leis, tanto pelo cidadão comum como também pelos profissionais da imprensa e pelas autoridades.

Nesta busca pela democracia, a imprensa tem refletido, como um verdadeiro espelho todos os esforços, vitórias e derrotas dos mais variados grupos sociais. E ao acompanhar a história diária desta busca incessante desta luta exercida pelos mais variados grupos e camadas sociais, a imprensa tem registrado fatos positivos e negativos. Tem sido acusada de ser responsável pelo insucesso de certas empreitadas, como também tem recebido o crédito, nem sempre merecido, de outras conquistas sociais. A verdade é que a verdade nem sempre é colorida, nem sempre agrada a todos.

Neste caso encontram-se as denúncias de corrupção na administração pública. A imprensa muitas vezes tem sido acusada de inconseqüente e de ser irresponsável ao divulgar a corrupção eleitoral, policial, política e a administrativa, destacando a malversação do dinheiro público, apesar de não Ter sido ela, a imprensa, a autora das irregularidades.

Ao divulgar todo e qualquer tipo de corrupção e cobrar providências, os meios de comunicação de massa estão apenas exercendo uma de suas quatro funções sociais básicas, que são: Informar, Educar, Divertir e Fiscalizar.

Ao **Informar**, a imprensa mantém o cidadão consciente do que está acontecendo no seu meio social mais próximo e sobre o que acontece fora dele, em nível municipal, estadual, nacional e internacional. De alguma forma estas informações podem contribuir para o seu bem estar e desenvolvimento, como também pode alertá-lo no sentido de que tome providências para enfrentar mudanças, decididas por terceiros, que possam trazer ameaças ou modificar sua vida.

A informação também é **Educação**. Os meios de Comunicação de Massa contribuem para a formação da sociedade na medida em que procura informar corretamente, orientando o cidadão sobre como proceder perante todos os fatos, bem como fornecendo-lhe detalhes sobre descobertas científicas e tecnológicas que possam melhorar o seu padrão de vida. Informação é também educação na medida em que um cidadão bem informado é um cidadão capaz de tomar atitudes conscientes que possam ser traduzidas em benefícios da sociedade e do crescimento de seu país.

Ao **Divertir**, os meios de comunicação social cumprem outro papel que é o de oferecer opções de lazer à população. O lazer também é um direito do cidadão.

Ao **Fiscalizar**, a imprensa exerce o seu papel de cão de guarda da sociedade, chamando a atenção do cidadão sobre certos acontecimentos, através de denúncias ou cobrando das autoridades competentes as providências necessárias para solucionar problemas de ordem econômica, política ou social.

Não podemos esquecer que a imprensa é o elo de comunicação entre o leitor (o cidadão comum) e as fontes de informações, sejam elas públicas ou privadas, coletivas ou individuais. Não podemos esquecer ainda que a imprensa não inventa fatos, ela apenas registra os acontecimentos, transmitindo aos consumidores (leitores, radiouvintes ou

telespectadores) os fatos que foram testemunhados e investigados pelos jornalistas ou relatados por terceiros.

Entre as responsabilidades do jornalista está a de ser fiel aos fatos, transmitindo com acuidade o que viu, experimentou, sentiu ou ouviu. Compete também à imprensa, de posse de certas informações, emitir opinião, dando o seu apoio a toda e qualquer iniciativa que contribua para o desenvolvimento bem estar da comunidade, ou condenando toda e qualquer atitude e decisões assumidas por pessoas – individualmente ou em grupos – ou por instituições – publicas ou privadas –, que de alguma forma venha a prejudicar o exercício dos direitos do cidadão.

Exatamente por isso é que a imprensa vem abrindo cada vez mais espaços, no caso da mídia impressa, e concedendo mais tempo, na mídia eletrônica, às denúncias de corrupção constatadas através de todo o país.

Vale salientar que isto não significa que só agora, nos últimos anos, a corrupção passou a ser praticada. Não, a corrupção sempre existiu, mas nem sempre foi denunciada, divulgada e debatida tão abertamente pela sociedade como um todo devido, principalmente, à censura que era exercida. A verdade é que o cidadão está mais consciente e passou a exercer melhor os seus direitos, fiscalizando o homem público no que diz respeito ao trato da “coisa pública”, denunciando toda e qualquer irregularidade. E a imprensa tem acompanhado este processo de consciência nacional, registrando todos os fatos e cobrando providências.

A quantidade de denúncias de corrupção na administração pública registrada pelos meios de comunicação de massa é alarmante. Entretanto, isto nos abre a boa perspectiva de que ao iniciarmos a luta contra a corrupção estamos começando a resolver parte dos problemas que ainda impedem o desenvolvimento do país.

Este momento, no qual os problemas sociais e econômicos estão sendo debatidos nacionalmente pela imprensa e pela sociedade, é decisivo para o futuro do Brasil. Acredito que com uma imprensa livre, exercendo suas funções básicas e com os brasileiros, cidadão comum ou político consciente, exercendo seus direitos e deveres, eliminaremos a corrupção publica e encontraremos meios para transformar o Brasil num dos maiores países do mundo.

Entretanto, para que os meios de comunicação de massa e os profissionais de imprensa possam dar uma contribuição mais positiva, é necessário também que façamos uma autocrítica dessa nossa participação na sociedade.

Nos últimos anos, tenho observado uma tendência de mudança na linguagem utilizada pelos profissionais de jornalismo impresso. Uma linguagem que, a meu modo de ver, a cada dia que passa, mais parece com a linguagem da televisão, onde juntamente com os recursos da imagem e a mobilidade tecnológica o repórter se apresenta para o telespectador não como o transmissor da notícia, mas como um ator que dela participa. E quando não está participando, mesmo que indiretamente, procura passar a imagem de intimidade e proximidade com o fato ou com a fonte.

Ao transmitir os fatos, o repórter de televisão tem assumido a postura de dono da notícia, pois “o ministro fulano me disse há pouco...” ou “o governador beltrano me confidenciou...”. Esta intimidade e auto-importância talvez sejam as justificativas que encontram para, entre uma tomada de imagem e outra, emitir suas próprias opiniões sobre os mais variados temas, da economia, à engenharia eletrônica, como se fossem verdadeiros especialistas.

Isto quando não fazem a opção de entrevistar aleatoriamente uma meia-dúzia de pessoas nas ruas, sobre um assunto técnico (que provavelmente tomou várias horas de trabalho de especialistas) e transmitir sua conclusão: “população está contra tal medida” informando assim, irresponsavelmente, para milhares de pessoas, uma falsa ideia da realidade. Este tipo de prática está ficando cada vez mais freqüente. O que me assusta é que este mau exemplo verificado na televisão tem servido de modelo para os novos jornalistas que, entusiasmados com o sucesso que os da televisão fazem junto ao público, interpretam isso como sendo a nova linguagem a ser adotada na mídia impressa. Naturalmente, não estou me baseando em nenhuma observação de caráter científico para concluir isso. Estou apenas constatando o que leio nos jornais diariamente. E o que se pode observar lendo as notícias é que muitas delas estão cheias de opiniões dos repórteres, transmitindo aos leitores, com a cumplicidade dos redatores e editores, todos os preconceitos e incorreções que a falta de conhecimento técnico de um assunto acaba permitindo.



Se tudo isso não bastasse, constata-se também que as fontes utilizadas são sempre as mesmas e muitas vezes não gozam de credibilidade profissional nas comunidades a que estão vinculadas. Talvez seja a utilização de fontes sem credibilidade que esteja levando o jornalismo, que vem sendo praticado no país nos últimos anos, a despertar tanta desconfiança junto aos leitores.

Na verdade, o que está acontecendo é que estamos, como profissionais de imprensa, perdendo a credibilidade. Poderia ser até mais incisivo, dizendo que a imprensa brasileira de hoje passa por uma crise de qualidade e de identidade. A televisão, entre outros fatores que não podem ser considerados isoladamente, tem influenciado a prática de uma reportagem cada vez mais superficial e forçado o jornalismo impresso a adotar um grafismo um tanto quanto exagerado, preterindo o conteúdo. Este talvez seja um fenômeno que deva ser analisado principalmente pelas Escolas de Comunicação, que são responsáveis pela formação da mão-de-obra que vai atuar no mercado. Em vez disto, fica-se a criticar os métodos e técnicas de fazer jornalismo e não apresentam nada que substitua o tradicional.

Precisamos, com urgência, rever as nossas posições, a nossa linguagem e o modo como transmitir as informações aos leitores. Ao promover reformas gráficas sem mudar a linguagem com que transmitimos o conteúdo, estamos apenas maquiando o nosso produto. Dessa forma, não estamos buscando novos caminhos que possam inclusive substituir a velha técnica da pirâmide invertida e a existência do “lead”, tão combatido como limitadores da criatividade jornalística sem que, até o momento, nenhum desses críticos tão ferrenhos tenha apresentado uma proposta melhor.

Acredito que um dos problemas pode ser superado mediante a produção de pautas criativas que possam realmente ser trabalhadas por profissionais que acreditem na profissão e que vejam nela a importância que tem para a coletividade, formando a opinião, através do reforço educativo e do processo de transmissão da informação correta.

Muitos são aqueles profissionais, entretanto, que criticam a pauta, acusando-a de ser um elemento limitador do trabalho jornalístico, como também a identificam como um ou o meio que as empresas jornalísticas usam para impor os temas de interesse próprio. Esta crítica que se faz à pauta jornalística é um mito que está sendo criado por certos grupos ideológicos orientados sob a desculpa de se criar uma pseudo consciência nos

jovens jornalistas, para que se rebelam contra isto. Entretanto, a realidade se processa de modo diferente do que é pregado, Vejam só: quando um repórter recebe uma pauta para realizar uma matéria, salvo raras exceções, o chefe de reportagem indica quem ou sugere deve ser ouvido sobre aquele tema. Na prática, o repórter bem informado e que possui uma boa lista de possíveis fontes é quem, na verdade, acaba escolhendo o especialista ou autoridade a ser ouvida. E, naturalmente, esta escolha recai sobre pessoas, técnicos ou políticos com os quais o repórter m, de alguma forma, se identifica, Logicamente, a publicação da matéria vai depender do editor ou da linha editorial adotada pela empresa. Entretanto, desconheço editor com sensibilidade e responsabilidade profissional que não publique uma boa matéria, bem fundamentada e que tenham realmente, um significado para a comunidade.

Outro assunto que vem sendo muito discutido ultimamente tem sido a imparcialidade jornalística, Sobre isto, diria que a imparcialidade é um mito. Entretanto, compete ao jornalista atuar dentro da ética, procurando sempre dar os diversos lados da questão, fornecendo ao leitor todas as informações necessárias para que ele mesmo possa decidir que versão apoiar. Isto não significa que o jornalismo não deva opinar. Pelo contrário: compete também ao jornalista argumentar, apresentando todas as versões, a fim de fundamentar inclusive, a sua própria opinião a favor ou contra determinado fato. Para tanto, ele tem que executar bem a tarefa de levantamento de todos os dados para que seu trabalho não venha a ser identificado como uma investigação mal feita. Tudo depende do profissionalismo e da capacidade de mobilidade do jornalista,. Para bem executar suas tarefas ele tem que estar preparado e bem informado. O jornalista costuma cobrar muito a negligência de outros profissionais da sociedade, mas não costuma apurar suas próprias negligências. O jornalista pode até cometer erros, pois errar é humano, mas o que pode é pecar por omissão.

Como já foi dito, desde o governo da Nova República que vivemos uma fase de transição democrática. Apesar da Constituição de 88 garantir plena liberdade de expressão e de não termos mais a execução da censura prévia ainda não apreendemos direito o que é viver em completa liberdade, pois a liberdade não significa só “**o venha a nós ao vosso reino nada**”. Significa uma via de mão dupla, onde existem direitos e deveres e a imprensa tem que saber quais são os seus direitos e quais são os seus deveres

para poder exercer esta liberdade em toda a sua plenitude, resgatando a nossa credibilidade a fim de que possamos também dar a nossa participação no desenvolvimento da nação.

Assim sendo, só me resta afirmar que com criatividade, persistência e profissionalismo encontraremos o caminho certo para preservar a credibilidade do jornalismo impresso e promover mudanças na linguagem de modo a beneficiar o leitor. Só assim poderemos cumprir as funções sociais destinadas aos veículos de comunicação de massa. Para começar, devemos, primeiro nos tornar críticos do nosso próprio trabalho, do nosso próprio texto. Devemos fiscalizar a nós mesmos, buscando identificar nossos próprios erros, com humildade, e conhecer nossas deficiências.

A autocrítica e a troca de experiências dentro de uma redação são o primeiro e mais importante passo a ser dado por todos aqueles que acreditam e querem exercer um jornalismo dinâmico, sério, honesto e comprometido com a verdade.

## **EM BUSCA DE ALTERNATIVAS PARA OS LIVROS**

*Palestra proferida durante a sessão solene do terceiro aniversário de fundação da Academia de Letras de Santo Amaro – ALSA, realizada no dia 09 de julho de 1999.*

Ao ser convidado para falar neste evento, o tema “Livro” me foi sugerido. Para abordar um tema tão complexo e que envolve tantas nuances e interesses diversos, optei, como autor, pela perspectiva de prestar um depoimento baseado na observação e experiência pessoal. Ao longo dos últimos 30 anos venho batalhando para concretizar o ideal de colocar minhas produções, literárias e acadêmicas, no mercado, contribuindo para gerar, acumular e preservar conhecimento. Vale destacar que esta batalha tem sido desempenhada com a consciência de quem sabe que o livro tem um papel fundamental na preservação do saber e que, como negócio editorial, exige dedicação, pois sua principal característica é que seus frutos só serão colhidos a longo prazo.

Isto porque vivemos num país onde as estatísticas oficiais apontam que cerca de 30% da população é constituída de analfabetos e que apenas de 1 a 2% de toda a população detém o título de nível superior. Se isto não bastasse, apenas 5% tem rendimentos superior a cinco salários mínimos e 90% da população recebe um ou menos de um salário mínimo. Tais dados restringem ainda mais o público consumidor de livros. Mesmo dirigido àqueles que sabem ler, poucos são os que podem adquirir livros, pois os preços cobrados atualmente estão acima da faixa de poder aquisitivo da média dos leitores brasileiros. Tendo em vista as limitações de público, quem lida com a arte de escrever e de editar livros tem que encontrar meios criativos para atrair os consumidores, seja através da publicação de obras necessárias ou que atraiam as atenções dos leitores.

Apesar de possuir uma indústria editorial bastante desenvolvida, sendo a Segunda nas Américas, este setor produtivo brasileiro continua atravessando um período de crise, iniciada na década de 70 e causada pelo aumento constante dos custos de produção e redução progressiva do mercado consumidor devido à recessão econômica, sempre acompanhada da inflação.

Ironicamente, apesar da crise, dos altos custos do papel, do preço das gráficas, da má distribuição, do reduzido número de livrarias existentes no País, nunca se publicou tanto quanto agora. A indústria editorial tem conseguido manter, nos últimos anos, uma produção média de 2 a 3 livros para cada habitante por ano. Os grandes editores têm constatado que, apesar da crise econômica, a cada ano lê-se mais e compram-se mais livros no Brasil. Segundo eles, há um aumento convincente na venda de livros, mas nós não temos acesso a informações que comprovem que cada livro vendido é um livro lido.

No Brasil existe um pouco mais de 400 editoras (entre pequenas e grandes), trabalhando, em sua maioria, com esquemas de comercialização, distribuição e promoção do produto já totalmente ultrapassados. As livrarias, por sua vez, ainda não desenvolveram um método para se aproximar ou atrair o consumidor. O pessoal que trabalha no ramo, em geral, não conhece o produto que vende, tampouco é preparado para desempenhar a função. Tais fatos podem estar contribuindo para limitar o desenvolvimento da nossa indústria editorial. Em linhas gerais este é o panorama nacional.

Na Bahia, carecemos de grandes editoras e de distribuidores eficientes, apesar de já possuímos algumas livrarias bem equipadas. Em Salvador existe cerca de uma dúzia de pequenas editoras funcionando heroicamente dentro de um contexto deficiente e sem estrutura profissional. Isto é lamentável, quando sabemos que, durante as décadas de 1950 e 1960, Pinto de Aguiar, através de sua Livraria Progresso Editora, instalada na Praça da Sé, publicou quase 500 títulos na Bahia.

Entre os inúmeros obstáculos que limitam a produção, distribuição e comercialização de livros regionais podemos destacar três deles:

1 – As editoras regionais, com raras exceções, não possuem parque gráfico próprio, não possuem capital de giro e, geralmente, produzem edições com tiragens bem limitadas, impossibilitando que a obra saia da região onde foi produzida;

2 – A editoração regional apresenta inúmeros problemas de ordem técnica, pois os padrões de qualidade gráfica não são observados, da composição à montagem do texto, da fotolitagem à escolha do papel de impressão;

3 – A falta de distribuidores qualificados impede que a obra circule nas livrarias ou em outros pontos de venda credenciados, obrigando muitas vezes o próprio autor a

desempenhar as funções de distribuidor e a lidar diretamente com as livrarias. Estas , por sua vez, não colaboram na colocação dos exemplares em locais visíveis, só aceitam a obra sob consignação e ainda por cima atrasam na prestação de contas.

Diante deste quadro, o investimento na editoração de livros regionais torna-se difícil. Mesmo assim podemos identificar quem investe ou pode investir em livros, atualmente. Não necessariamente nesta ordem podemos listar:

- a) O governo, através de seus órgãos culturais específicos, através de suas agências financiadores, empresas gráficas, imprensas oficiais e Editoras Universitárias;
- b) Empresas estruturadas especificamente para atuar na área de editoração, ou seja as conhecidas editoras;
- c) Os próprios autores, através de produções independentes, apesar do forte preconceito que cerca obras auto-financiadas;
- d) Cooperativas formadas por autores que se cotizam e publicam suas obras, sob um determinado selo registrado, em regime de rodízio até que todos os associados tenham publicado seus respectivos livros;
- e) Empresas ou escritórios que se especializaram na publicação de livros, apesar de não serem registradas oficialmente como editoras. Trata-se de pessoas que cobram honorários pelo serviço de editoração, encarregando-se de todos os detalhes. O autor-cliente já recebe a obra pronta, paga pelos serviços prestados e marca o lançamento. Geralmente estes escritórios possuem um selo editorial, através do qual editam estas obras que podem ser individuais ou coletivas;
- f) Em algumas cidades, grandes empresas costumam também editar obras para distribuir entre os clientes, como brinde de fim de ano, durante os festejos natalinos.

Diante do exposto, conclui-se que, tendo em vista as dificuldades e limitações da indústria editorial local e nacional, quem milita no setor – autores, editores, distribuidores e livreiros – tem que encontrar meios alternativos e criativos para democratizar o livro e estimular o hábito da leitura. Precisamos também desmistificar o fato de que o livro tem que apresentar um tipo de composição do mais alto nível tecnológico e ser impresso em

papel de boa qualidade. Precisamos assumir como um axioma que o que realmente importa é o conteúdo e que o mesmo deve ser multiplicado para que esteja ao alcance do público leitor.

Para tanto, precisamos identificar os meios que permitam as editoras diminuïrem seus custos financeiros, adquirindo, por exemplo, papel a preços reduzidos e/ou subsidiados, obtendo isenções de impostos específicos e financiamentos a juros mais baixos do que os praticados no mercado.

Estes recursos diminuiriam os custos, facilitando que uma parcela significativa da população que não tem acesso ao livro, devido ao alto custo, passasse a tê-lo.

Precisamos também lutar para que o livro seja distribuído também através das bancas de revistas, supermercados, farmácias, e incentivar, cada vez mais, a utilização da mala direta e do reembolso postal. Divulgar o autor e sua obra, criando novos espaços e estimulando o habito da leitura, principalmente nas escolas, pode ser uma saída para aumentar a venda de livros no País.

Sabemos que toda e qualquer obra editada, cada autor, como todo e qualquer gênero literário, tem seu próprio público, que pode ser trabalhado coletiva ou individualmente. O que precisamos fazer, portanto, é buscar aumentar oportunidades e alternativas para democratizar cada vez mais o acesso ao livro.

## **O PAPEL DO BIBLIOTECÁRIO SOB O PUNTO DE VISTA DO JORNALISTA**

*Texto da conferência proferida durante o Seminário Sobre Valorização Profissional do Bibliotecário, realizado no Grande Hotel da Barra, no período de 28 a 29 de setembro de 1992.*

Não sou especialista da área, mas conhecendo um pouco a história do livro, posso deduzir que o bibliotecário existe praticamente desde que os egípcios começaram a armazenar informações em rolos de papiro escritos com tinta.

Exatamente por isso, pergunto-me: Teriam sido os escribas os primeiros bibliotecários? E por que não? Quem escrevia os papiros, os primeiros livros de que se tem notícia, eram as mesmas pessoas que os guardavam. Os rolos escritos eram guardados em jarras, em caixas de madeiras ou em bolsas de peles, cujas formas variadas podem ainda ser contempladas nos relevos e pinturas registradas em fotografias tiradas nas tumbas dos faraós.

Teriam sido aquelas jarras, caixas e bolsas os precursores de nossas estantes? Claro, não tenho dúvidas. Vale salientar que as bolsas tinham alças para o transporte do conteúdo, facilitando a consulta às informações em qualquer lugar. Já na naquela época, os papiros eram classificados e tinham títulos que geralmente eram colocados nos receptáculos em que eram guardados. Com frequência, figuravam também etiquetas de identificação na parte externa.

Independente das bibliotecas particulares da época, as primeiras instituições criadas para conservar os livros foram "A Casa dos Livros" e a "A Casa da Vida", que eram dirigidas pôr um chefe que exercia as funções de um verdadeiro bibliotecário.

"A Casa dos Livros" era na verdade um escritório que guardava livros e principalmente documentos administrativos, assemelhando-se mais aos atuais arquivos públicos do que às nossas bibliotecas de hoje. Apesar disto, entretanto, "A Casa do Livro" não deixa de ser uma espécie de precursora de nossa biblioteca. Estes arquivos



dos primeiros tempos colecionavam textos litúrgicos, planos arquitetônicos, textos de magia e outros.

As chamadas "Casa da Vida", por sua vez tinham uma função que ia além de uma simples biblioteca, pois funcionavam como um centro de estudos superiores. Ali se colecionava e classificava livros de todos os tipos, facilitando o trabalho dos escribas que consultavam os dados para obter informações complementares. A título de exemplo disto, conta-se que o faraó Djoser pediu a um célebre escriba notícias sobre as fontes do Nilo e este, por sua vez, disse que teria que ir consultar os livros da "Casa da Vida" para poder responder com segurança.

Da mesma forma que o bibliotecário de hoje tem, o escriba, o homem que dominava a leitura e a escrita, teve uma importante e grande função social. Graças aos escribas foi possível a manutenção quase imutável do Estado Egípcio por centenas de anos. Eles educavam a população, administravam a riqueza do Estado e fomentavam o conhecimento técnico disseminando o uso de equipamentos etc. O ensino da leitura e da escrita eram processados compilando-se textos e escrevendo ditados. Os alunos, geralmente filhos dos nobres, deviam dominar a redação escrita e com maior cuidado as técnicas epistolares.

Hoje, o bibliotecário planeja, implanta e organiza essas mesmas bibliotecas e centros de documentação. Eles também mantêm o controle da conservação, restauram e encadernam, zelando pelo acervo do material bibliográfico.

Assim sendo, quando se fala do papel que o livro tem desempenhado na formação, consolidação e mudanças das estruturas sociais e políticas da humanidade ou de um País específico, necessariamente temos que falar do trabalho paralelo executado pelo bibliotecário e de suas funções sociais. Não se pode falar de um sem considerar o outro.

Num País onde são publicados mais de 300 milhões de exemplares de livro por ano, como no Brasil, que apresenta um baixo índice percapita de leitura (na média, o brasileiro lê apenas dois livros por ano), compete também ao bibliotecário a missão de desenvolver novos leitores e incentivar o gosto pela leitura. Isto porque apesar da televisão e do computador, a palavra impressa não morreu. As pesquisas indicam que o uso de bibliotecas tem aumentado e que milhares de novos leitores se dedicam à leitura

de livros, revistas especializadas e jornais. É possível que no futuro, jornais, revista e livros mudem de aparência, mas eles sempre terão lugar na sociedade e um público fiel, ainda que a atribulada vida moderna não deixe muito tempo livre para a leitura.

Os índices de leitura podem ser definidos pelos números de leitores das publicações, vendas de livros, totais de circulação e frequência às bibliotecas. Estas amostras informam que existem crescimento do índice de leitura, mas também sabemos que proporcionalmente, cada vez mais o brasileiro lê menos e se informa mais através da televisão. Entretanto, a leitura - de acordo com pesquisas norte-americanas e européias - continuam dominando as atividades de lazer. Quando será que esta prática também chegará ao Brasil?

Não quero aqui afirmar que compete apenas aos bibliotecários, mas posso frisar que eles exercem um importante papel no estímulo à leitura e que seria excelente que se estimulasse também a prática da criação de bibliotecas móveis, que pudessem se deslocar até o público, para o empréstimo de livros em locais de grande aglomeração popular, tais como terminais rodoviários, terminais marítimos (ferry-boats) etc.

Como se pode ver, o papel do bibliotecário é muito vasto e complementa o do jornalista quando se faz necessário a consulta aos arquivos e bibliotecas em busca de informações históricas e complementares à reportagem a ser divulgada.

Graças ao papel exercido pelo bibliotecário, posso anunciar aqui para vocês, um exemplo de consulta que fiz. Estando trabalhando no levantamento de dados sobre os 80 anos do jornal *A TARDE*, que surgiu em 1912, gravei o número 12 aleatoriamente e solicitei uma informação ao arquivo da empresa sobre o que tinha acontecido há 12 anos na Bahia, envolvendo o setor da biblioteconomia. O resultado foi uma informação interessante a ser passada neste momento:

Há exatamente 12 anos, no dia 24 de setembro de 1980, realizava-se em Salvador o I Congresso Latino Americano de Biblioteconomia e Documentação, e naquele encontro, a então presidenta do conselho federal de Biblioteconomia, Nancy Corrêa, anunciou que tinha impetrado um mandado de segurança contra ato do presidente da Câmara dos Deputados, por ter nomeado pessoa não-habilitada para o Centro de Documentação da Câmara.

Desta forma, o bibliotecário auxilia o registro da história contemporânea documentada pelo jornalista. O trabalho de um complementa o do outro e juntos, jornalista e bibliotecário, registram, documentam e preservam a história contemporânea para no futuro auxiliar pesquisas que visem estudar o contexto histórico vivido no Brasil nesta ou em décadas passadas.

Portanto, sob o ponto de vista do jornalista vejo no papel do bibliotecário, uma importante missão social, tão importante quanto a que os escribas desempenharam durante a época do papiro.

## A IMPRENSA NA TELEVISÃO

*Transcrição da palestra proferida no dia 10 de setembro de 1999 no Auditório da UESC – Universidade Estadual de Santa Cruz em Ilhéus/Bahia, em comemoração ao Dia de Imprensa.*

Boa tarde, professora Norma Vivero, vice-reitora; professora Marluce Mendes da Rocha, diretora do Departamento de Rádio e Televisão; demais professores aqui presentes, senhor vice-prefeito de Ilhéus, Henrique Abobreira, que também se encontra aqui presente; demais autoridades presentes ou representadas; meus alunos, por que Universidade se faz é com alunos, não é com professor. Professor sem aluno não é nada.

Começarei falando a respeito do tema “A imprensa na televisão”. Este não foi um título dado por mim e não sei como ele surgiu. Mas achei interessantíssimo que fosse dado este título, porque ultimamente, temos assistido muitos programas na televisão discutindo a imprensa. Não sei se vocês têm acompanhado o programa de Alberto Dines, “Observatório a Imprensa” e outro intitulado “Jornalismo Online”, ambos na televisão. Quem tem televisão a cabo pode assisti-los. Nesses programas tem sido debatido o processo do jornalismo escrito. Esses programas na verdade estão demonstrando é que os veículos estão entrando num processo de interação cada vez maior. Sob o ponto de vista histórico dos veículos de comunicação, o mais antigo que nós temos ainda, com presença marcante, é o veículo impresso, o jornal. Posterior ao jornal surgiu a revista e depois o rádio. Nesse intervalo entre o jornal e o rádio surgiu o cinema, depois foi que a televisão chegou. A história dos meios de comunicação de massa tem registrado que quando o veículo rádio surgiu, muitos imaginaram que ele ia acabar com o jornalismo impresso, mas isto não aconteceu. Da mesma forma, quando a televisão surgiu, muitos imaginaram que ela iria acabar com o rádio, mas nada disso aconteceu. A televisão chegou e uniu a informação do jornalismo impresso, o som do rádio e a imagem do cinema. E nenhum destes veículos acabou. Continuam coexistindo. Cada qual, naturalmente, ocupando um espaço específico. Cada qual se dirigindo a um segmento da população, atingindo, portanto, a segmentos diferenciados. Além do mais os nossos veículos de massa estão

cada vez mais interativos com seus ouvintes, telespectadores e leitores e se isto não bastasse, um ainda divulga o outro. Por exemplo, a primeira coisa que os noticiosos das emissoras de televisão fazem é ler as manchetes dos jornais do dia. Estes por sua vez publicam as programações das emissoras de TV e ainda lhes dedicam cadernos especializados em televisão.

E agora, já nas portas do terceiro milênio, podemos testemunhar o surgimento de uma mídia via computação, via Internet. Já há quem afirme que a era digital, vai acabar com o jornal impresso, que novamente se encontra sob a ameaça dos avanços tecnológicos. Está se falando muito dessa tendência ultimamente. Mas o que existe na verdade, o que a gente está esperando que aconteça é que haja uma interatividade entre os veículos cada vez maior a partir desse momento. Isto porque o computador e a televisão já estão praticamente ligados um ao outro. Quer dizer, nós que já temos o jornalismo online, com o computador, passaremos a tê-lo junto com a televisão, numa única peça, num único equipamento. Do mesmo jeito que a televisão passou a representar um ponto muito importante na sala de visita das residências, substituindo os altares e nichos de santos de antigamente – quando as famílias se reuniam e rezavam –, hoje as famílias repetem aquele mesmo ritual, mas se reúnem frente ao televisor. Se reúnem na sala, perante a televisão para assistir aos programas que lhe são oferecidos.

Agora são os computadores que estão chegando para fazer parte das famílias, sendo que vez de serem colocados nas salas de visitas estão indo para gabinetes e para os quartos. O computador é um equipamento muito individual. Quer dizer, a pessoa está ali trabalhando ou se divertindo com os jogos ou navegando na Internet, mas de um modo muito individualista. Ele não é compartilhado simultaneamente como a televisão é. A televisão é mais coletiva, é mais aberta. O computador é mais individual. O computador exige mais atenção e interatividade direta do indivíduo. E a tecnologia está avançando a tal ponto que está unindo esses dois veículos (computador e TV) em um só.

Será que esse processo tecnológico vai acabar com o jornalismo impresso? Há aqueles que afirmam que o jornalismo impresso está com os dias contados. Eu diria a vocês aqui, sem medo de errar, que “esses dias contados” que teremos, quando somados, representam muitos anos para frente. Primeiro: nós não temos a tradição de ler longos textos na tela de monitores, como também a leitura de um texto maior, um texto mais

longo em um monitor de computador é muito cansativo. E nós não vamos conseguir fazer, mesmo com os avanços tecnológicos, que nossas vistas agüentem esse tipo de leitura que ainda podemos fazer num livro ou num jornal impresso. Quer dizer, isso é um impedimento físico do ser humano. O outro aspecto a ser considerado como garantia de que a mídia impressa não vai acabar tão cedo, é que a cada novo programa, para cada novo *software* lançado, junto a ele são publicados uns 20 ou 30 novos livros impressos exatamente para poder explicar como é que ele atua. Então, como é que o livro vai ser substituído?

Então, podemos constatar que existem alguns empecilhos de ordem prática que não nos permite imaginar, neste momento, que o computador, a informática, possa substituir, a curto prazo, a mídia impressa ou que isso seja possível. Não estamos afirmando que isto seja impossível. Mas ponderando que esta substituição levará ainda muitos anos para ocorrer e que é difícil prever quando isto acontecerá. Exatamente por isso teremos que aguardar ainda por muitos anos a substituição total do jornalismo impresso pelo jornalismo online, digamos assim, virtual. E depois tem outra: o jornal impresso em papel, como o conhecemos hoje, pode vir a acabar, mas isto não vai acabar com o jornalismo, com o processo da produção e da apuração jornalística. A produção jornalística é a busca da verdade, é o levantamento dos fatos, é se aproximar cada vez mais da verdade para poder transmitir aos outros.

O jornal impresso é apenas um veículo através do qual transmitimos o conteúdo, que são as informações. Assim sendo, o veículo através do qual nós vamos informar, pouco importa se ele é eletrônico, se ele é radiofônico, se ele é televisivo ou se ele é impresso. O importante é que jornalismo busque a verdade e que o profissional tenha liberdade para apurar e transmitir as informações. Hoje, por exemplo, estamos comemorando o Dia da Liberdade de Imprensa e espero que saibamos preservar esta liberdade de atuação para que os profissionais possam transmitir informações verdadeiras a todas as pessoas, garantindo-lhes o direito que elas têm de serem informadas.

No ato da transmissão da informação, não importando através de que tipo de veículo é que surgem os problemas. Trata-se da questão ética. A ética do profissional e a questão da qualidade da informação e a maneira como ela é transmitida. O jornalista

profissional tem que ter em mente uma que a tão propagada imparcialidade jornalística não existe. A imparcialidade total é um mito. Isto porque a partir do momento em que o profissional sai da redação de um jornal, rádio ou televisão para executar sua tarefa, ele já sai com uma pauta que foi elaborada pela equipe de planejamento (os pauteiros) e que foi previamente selecionada pelo chefe de reportagem que destacou um jornalista para cumpri-la. Por sua vez, se não recebeu indicação sobre quem deveria ouvir, o repórter também seleciona as possíveis fontes a serem ouvidas ou entrevistadas. Com a seleção da pauta e o condicionamento prévio das fontes que serão ouvidas para aquele assunto, já não existe a imparcialidade na produção da informação. Assim, o jornalista já sai para cumprir sua missão com a determinação de ouvir esta ou aquela fonte. Ele colhe as informações com a mais absoluta seriedade e consciente de estar cumprindo seu papel de maneira profissional e ética. Na hora de redigir a notícia, entretanto, ele executa uma outra seleção das informações coletadas. Com isto ele pode estar omitindo informações em função do pequeno espaço reservado para aquela notícia que talvez fossem extremamente valiosas para os leitores de seu jornal. Mas o repórter está produzindo uma informação baseando-se no ponto de vista técnico e jornalístico, seguindo as normas técnicas de redação e os critérios jornalísticos que indicam o que é que é jornalisticamente importante, quando a procedência, fonte, importância, etc. dos dados para a notícia. Os mesmos critérios serão levados em conta novamente para a edição e veiculação da informação, desta feita, um processo executado pelos editores, que em função da abrangência da informação e da proximidade ou devido a importância das declarações das fontes que são medidas pela importância de quem disse e onde disse, pode selecionar para publicar uma informação em detrimento de outra que, talvez, para os leitores fosse mais interessante e importante do que a selecionado pelo profissional.

Sobre o processo da produção da informação e edição da mesma é que levantamento aqui uma outra questão: Por trás da bandeira da técnica jornalística nós estamos escondendo as nossas fraquezas porque a gente não consegue ser totalmente real. A gente não consegue totalmente se aproximar da verdade. Para ser um bom jornalista hoje o profissional deve se esforçar para apresentar a realidade. Hoje já não podemos nos justificar dos nossos erros, falhas e omissões ou falta de vontade de investigar a verdade, dizendo apenas que o jornalismo é o espelho da sociedade, a

televisão é o espelho da sociedade, que a gente reflete o que a sociedade está acontecendo. Na verdade, o jornalismo mal feito seria mais ou menos isso. Porque a gente estaria refletindo apenas aquela superfície que a gente supõe que está entendendo.

O profissional da imprensa hoje não está olhando o que é que está abaixo da superficialidade das informações transmitidas. O jornalismo praticado hoje em dia nos nossos principais jornais ou telenoticiários são fatos apresentados '*en passant*'. Nós não estamos apurando os fatos corretamente. Nós não estamos levantando devidamente, em profundidade, os fatos, para que possamos transmiti-los para a comunidade. Para que isto aconteça o jornalista precisa ser consciente e está com os pés no chão, buscando o máximo possível retratar a realidade como ela é. Se tiver isso em mente, ele conseguirá fazer um jornalismo mais próximo da realidade, um jornalismo mais real, mais humano e que preste um serviço à comunidade.

Em resumo, pode-se afirmar que o que acontece hoje, o que sai publicado nos jornais, o que sai editado nas redes de televisão, o que sai divulgado nas rádios, ou é a opinião ou a seleção dos editores e dos jornalistas que estão envolvidos nesse processo. Assim sendo podemos questionar: Até que ponto o jornalista está preparado, ou o jornalista tem o direito de selecionar as notícias que o restante da população toda vai ler, vai ouvir, ou assistir na televisão? De que maneira nós, jornalistas, estamos sendo formados e orientados para servirmos de filtro para a comunidade?

Observe que nós estamos usando veículos poderosíssimos a ponto de sermos considerados como sendo o quarto poder. Há quem afirme que a gente, a imprensa, pode manipular opiniões, pode mudar ou direcionar informações, que a gente pode destruir uma pessoa da noite do dia, como também podemos transformar uma pessoa do nada em uma pessoa de grande prestígio social, cultural ou artístico, por exemplo. O poder de influência da imprensa é considerado como sendo muito grande. Mas a influência que ela exerce não chega a ser exatamente aquela que as pessoas esperam ou acham que ela tem. A imprensa pode ajudar e influenciar diretamente, mas não é ela quem executa as mudanças. Ela ajuda a formar e a consolidar a opinião dos líderes, que a multiplicam. Mas, os veículos de comunicação podem ser usados como instrumentos para a massificação de idéias e modismos através da propaganda.



Quando se fala, por exemplo, sobre a importância do papel do jornalismo ou da imprensa nas modificações, na mobilização popular, na mudança de hábitos, é bom que se diga que a imprensa apenas contribui para que o processo aconteça, ao multiplicar o desejo de todos refletidos por ela. A imprensa agiliza, informa, educa e diz como é que um cidadão pode encontrar determinados tipos de informação; que acesso ou facilidade ele pode ter para atingir aquilo que deseja. Dificilmente, entretanto, um veículo de comunicação vai conseguir mudar a opinião das pessoas diretamente. Dizer “façam isso” e elas passarem a obedecer.

Do mesmo jeito existem aqueles que pensam que pelo fato de certos profissionais aparecerem diariamente na televisão e, por isso, serem reconhecidos publicamente, ou pelo fato de um outro aparecer todos os dias nos jornais, que estes profissionais de imprensa possuem muito poder porque são reconhecidos. Mas, observem: se essa popularidade que as pessoas pensam que o jornalista tem fosse realmente muito grande, bastaria que esses profissionais se candidatassem que seriam imediatamente eleitos para qualquer cargo político. Mas na prática isto não acontece. Todo mundo pode conhecer o Cid Moreira e o Alexandre Garcia, em nível nacional, por exemplo, ou outro profissional local em nível estadual, mas isso não significa que ele consiga transformar sua popularidade em votos. Se esses profissionais se candidatarem a algum cargo eletivo pensando que a popularidade adquirida no exercício profissional vai elegê-los, eles estão plenamente enganados. Naturalmente que entre muitos profissionais da imprensa que já deram este passo, alguns que possuem outros atributos, outras empatias com o público conseguiram se eleger. Mas a maioria não consegue. Por que? Porque o poder da imprensa não é aquele poder todo que as pessoas falam que ela tem. Na verdade, o que existe mesmo é muita falácia por conta do imaginário popular.

Vale observar também que nós estamos vivendo o século da comunicação. Esse século é o século das comunicações. Tudo de grande efeito que aconteceu nas comunicações, aconteceu nesse século. E a comunicação foi ousada de várias formas, mas as funções sociais dos veículos de comunicação de massa sempre estiveram presentes na sociedade. As funções sociais da comunicação social são: educar, informar, entreter e fiscalizar. Os profissionais da imprensa pensam que estão cumprindo este papel social com perfeição. Será que nós, profissionais da imprensa, estamos realmente

contribuindo para a educação? Será que estamos contribuindo para formar o cidadão? Será que estamos oferecendo o entretenimento que a população precisa? Será que estamos exercendo a função de fiscalizador, de cão de guarda da sociedade?

De uma maneira geral a resposta seria sim. Porque se analisarmos, por exemplo, a televisão em relação às funções sociais, ela se dedica mais à área do entretenimento, um pouco menos na área de informação e um pouco menos ainda na área de educação e de fiscalização. Mas aí alguns podem questionar: seria por que as informações na televisão estariam limitadas apenas aos noticiários? Muita gente pensa isso, mas não é verdadeiro. Porque se você tomar como exemplo um filme exibido pela televisão, encontraremos nele um teor de informação, bem como encontraremos também aspectos de educação e de entretenimento. Então na verdade, tudo o que existe, o que está presente no conteúdo global da televisão, passa sempre por essas funções sociais.

Mesmo quando a televisão está veiculando a publicidade de uma caneta, ou de um lançamento de um novo e sofisticado liquidificador, podemos observar que primeiro aparece a imagem do novo produto que assim é lançado pela televisão para o conhecimento da população. O produto de uso doméstico é apresentado e durante a campanha de lançamento o telespectador aprende tudo sobre ele, como utilizar aquele produto, para que ele serve e quais as maneiras praticas de tirar proveito do novo equipamento. Colocando desta forma, percebemos que tudo está interagindo.

Muita gente identifica o século XX como o século da comunicação. Eu diria mais, diria que o século XX foi o século dos veículos de comunicação. Os veículos estão sendo sacrificados, acusados e elevados à potência de deuses. Os veículos de comunicação estão sendo considerados como capazes de fazer tudo, de promover tudo e são muitas vezes até responsabilizados por tudo de ruim que ocorre no país. Se tomarmos a história recente do país, poderemos constatar como os veículos de comunicação, nos últimos anos tiveram uma participação efetiva nas mudanças sociais e políticas do país, não é verdade? Sim, mas nós, veículos e jornalistas, não fizemos revolução. Nós não derrubamos ninguém. A imprensa apenas registrou os fatos. Nós apenas participamos de tudo. Estivemos sempre do lado da cidadania. Sempre do lado dos desejos e das aspirações da população, fossem eles desejos locais, regionais, estaduais ou uma grande aspiração nacional.

Os veículos sempre tentaram acompanhar a história. Houve um período, quando nós estávamos sob a censura do regime de exceção ditatorial, quando tudo o que a imprensa publicava era dito entre aspas, anunciando o que fontes palacianas informavam. Era uma época que nem as fontes davam informações. Depois, quando a censura policial foi suspensa, a imprensa passou a ter uma liberdade maior. Os jornalistas passaram a ter acesso a certas informações antes nunca cogitadas. Fontes que antes se negavam ou estavam impedidas de falar, passaram a falar e a serem procuradas. Então todos passaram a revelar certos aspectos antes proibidos. Esse período pós-censura coincide com a Constituição de 5 de outubro de 1988, a partir de quando a liberdade de imprensa foi assegurada ao jornalismo de um modo geral e a liberdade de expressão garantida para todos. Foi a partir de então que o jornalismo passou a ter uma evidência maior no Brasil porque passou a revelar aspectos de nossa história que antes nunca tinham sido revelados. Isto não significa que as podridões do país nunca tivessem ocorrido. Elas existiam antes, só que não eram divulgadas. Todos passaram a ter conhecimento do que estava ocorrendo através da imprensa, que passou a exercer um papel importantíssimo na sociedade. As pessoas passaram também a gerar uma expectativa maior em relação ao que a imprensa dizia, em relação às denúncias que fazíamos. Foi então que a imprensa construiu sua imagem, atingindo a altos índices de credibilidade junto à população. A ponto da imprensa ter obtido, em pesquisas realizadas, o maior índice de credibilidade no país, acima mesmo da Igreja, acima dos políticos e de uma série de outras instituições.

E hoje (1999) esta credibilidade está um pouco abalada, porque passado aquela fase do turbilhão, da tempestade, quando tudo foi revelado, quando tudo ou quase tudo foi dito, constatamos que nós jornalistas, e o jornalismo de um modo geral, carregamos e forçamos um pouco a barra. Muitas vezes deixamos de apurar como devíamos as informações divulgadas e que estavam mal apuradas. Muitas vezes revelamos coisas antes de serem totalmente apuradas e checadas. Com isso, criamos alguns problemas sociais terríveis e isso não foi dito, não foi revelado, não foi confessado, mas aconteceu. Não sei se vocês se lembram do caso da Escola de Base, em São Paulo, cujos diretores foram acusados de crimes de abuso sexual contra menores. Aquela foi uma denúncia veiculada sem que a informação tivesse sido realmente e devidamente apurada. E foi veiculada por um dos maiores jornais do país, a *Folha de S. Paulo*. Isto quer dizer que, na

ânsia de revelar e de denunciar as coisas, nós jornalistas cometemos vários equívocos. São esses equívocos, essa tendência ao denunciismo, esse exercício do direito pleno da informação, que começam a ser questionados pela sociedade.

Nós jornalistas, professores e pesquisadores temos buscado questionar, conversar e debater sobre o que é e onde está o real poder do jornalista. Qual é o poder, por exemplo, que o jornalista-editor tem realmente para selecionar as notícias que serão publicadas na imprensa e veiculadas na televisão? Como é que esse processo está sendo exercido? E nós já vamos entrar no terceiro milênio e estas questões ainda não foram devidamente esclarecidas. Estamos cheios de interrogações. Nós não descobrimos ainda o que é que seria o jornalismo real, a não ser o aspecto de que precisamos nos aproximar da realidade o máximo que pudermos para fazer um jornalismo de razoável qualidade. Quanto mais real for, quanto mais real e próximo da realidade estiver a notícia transmitida, nós estaremos transmitindo uma boa informação e praticando um bom jornalismo. Para que isso aconteça, é necessário que saibamos como apurar bem a informação e como buscar e selecionar as fontes corretas. Não podemos esquecer que as fontes também manipulam a informação. Quando uma informação sai truncada na imprensa, nem sempre a culpa é do jornalista. O jornalista pode estar cheio de boas intenções, mas a fonte pode não ter os mesmos objetivos do jornalista. Quando a fonte libera apenas meia informação, não fornecendo todos os dados, pode dar vazão a interpretações outras que não aquelas que seriam corretas. De posse de uma meia informação, mas acreditando que seja correta e total, um jornalista pode ser levado a tirar conclusões, pode ser levado a deduzir a partir dos dados que lhe foram passados, não é verdade? Então, quando a fonte omite informação cria problemas para o jornalista, pois as consequências pela divulgação da meia verdade acaba tendo um retorno negativo para a imprensa. A imprensa passa a ser acusada de irresponsabilidade por ter inventado aquela notícia. A imprensa passa a ser responsável pela derrota de um candidato. A imprensa passa a ser responsável denúncia do roubo da merenda escolar. Enfim, dentro deste panorama de transferência de responsabilidades, a imprensa passou a ser responsável por tudo. E o jornalista também passou a ser responsável por tudo.

Diante deste quadro o que nós jornalistas, militantes em todo e qualquer veículos, temos que fazer é lutar e procurar esclarecer para que as fontes de informação respeitem

o direito de dar informação. Que eles passem a dar informações corretas e completas para que os profissionais de imprensa possam evitar a transmissão de notícias incompletas e truncadas.

Outro aspecto importante que precisamos fazer é nos qualificarmos para buscar informações. Porque informação não significa só você procurar uma fonte, fazer uma pergunta e ouvir uma resposta. Isso nós temos observado principalmente na televisão, quando o repórter pega o microfone faz uma pergunta a quem ele está entrevistando e fica prestando atenção ao que está ocorrendo ao lado e quando a pessoa acaba de responder, outra pergunta é mecanicamente feita. Em suma, o repórter não está nem ligado nas respostas. Isso sem falarmos no aspecto de que muitas vezes quando ligado na entrevista o repórter utiliza o microfone como arma, exercendo o poder de cortar o pensamento do entrevistado repentinamente, quando não gosta da resposta, fazendo imediatamente outra pergunta. Muitas vezes o repórter não se limita só a cortar a fala do entrevistado, ele também passa a debater com a fonte que está dando a informação. Estas cenas, felizmente, não são levadas ao ar, salvo se por acaso forem transmitidas ao vivo.

Minha Nossa Senhora! O papel nosso não é esse!

O jornalista não está ali para debater com a fonte. O jornalista é o intermediário entre a fonte e a sociedade. Ter posições críticas e questionadoras é bom e ajuda a esclarecer questões nebulosas, mas isto não significa que temos que ser agressivos e descorteses com os nossos entrevistados. A gente tem que colher as informações corretamente e transmiti-las. Se você é um comentarista, você pega todas aquelas informações faz um comentário e depois dá a sua opinião. Mas você tem que respeitar a fonte que você está entrevistando. Você não pode entrar em debate com a fonte em pleno ar, salvo em se tratando de uma mesa redonda, um debate em torno de algum tema, onde a participação questionadora do jornalista seja necessária a fim de provocar respostas que esclareçam a audiência. Numa entrevista normal, do dia-a-dia, o repórter não podem e não deve discutir com a fonte, mesmo discordando de sua opinião. O jornalista tem que respeitar a opinião da fonte. A sua opinião nesse momento não vale nada. Você pode tecer a sua opinião a posterior, não durante a entrevista.

Cabe aqui e agora uma pergunta: Será que é só com o veículo televisão que constatamos esta arrogância ou onde se comete este tipo de equívoco?

Não. No jornalismo impresso também podemos identificar este erro de postura profissional. Muitos jornalistas de veículos impressos costumam fazer suas entrevistas com gravadores. E da mesma forma que o repórter de televisão, eles também fazem perguntas, colocam o gravador em frente ao entrevistado e quando não ficam conversando com pessoas ao lado, prestam, atenção ao que está ocorrendo, muitas vezes se virando totalmente para ver alguma coisa que esteja ocorrendo por ali. Quando este repórter chega à Redação, ao ser perguntado sobre o que foi dito na entrevista ele responde:

- “Ah, eu não sei. Ainda não ouvi a fita!”

- Mas como que isto é possível? – Retruca o editor – Você fez uma entrevista com uma pessoa e não sabe o que é que a pessoa disse?

Esta situação tem sido mais comum do que podemos imaginar. Em síntese, ela nos passa uma lição, ou seja, quer dizer que você, quando repórter, realizando uma entrevista, não pode se desligar da realidade do seu trabalho. As redações dos jornais estão cada vez mais cobrando do jornalista, que está atuando na área, que ele seja e atue realmente como um profissional; que ele se qualifique não apenas na parte teórica, mas que ele seja competente no que ele faz, prestando atenção no que está realizando. Isto porque a gente cobra a displicência profissional de todos os profissionais e não cobramos a mesma eficiência e eficácia de nós mesmos. Quando um médico esquece uma tesoura – Deus nos livre! – ou uma gaze dentro de alguém ou quando uma pessoa morre porque ele costurou um músculo ou nervo... sei lá, qualquer coisa, a imprensa denuncia e acusa o médico de displicência profissional. E a displicência jornalística onde fica? Quantas vezes nós somos displicentes no que fazemos diariamente, sem prestarmos atenção? Quantas vezes por conta da pressa, a gente se justifica afirmando ser um erro normal, o chamado erro, dito, de imprensa (o erro jornalístico) porque o jornalista trabalha sob pressão? Não importa! O médico também pode operar um cidadão sob pressão de vida ou morte, sem as condições e a infra-estrutura necessárias, mas ele tem que salvar a pessoa de qualquer maneira. Se ele não der uma injeção com determinado agente químico ele pode matar ou salvar uma pessoa. Ele sabe disso, mas tem que tomar uma decisão. O jornalista também, muitas vezes, não tem muito tempo disponível entre o tempo da coleta de informações, a produção do texto e o tempo em que a informação é veiculada, seja por

rádio, TV ou jornal, mas ele precisa ter consciência do seu real papel na sociedade e da importância do que ele está fazendo. Ele tem que ter consciência de que quando ele divulga um fato, ele pode estar tanto contribuindo para o bem como ele pode estar contribuindo para o mal, para a destruição total de uma empresa ou de uma pessoa.

Houve uma época, que vocês devem se lembrar, naquele programa de polícia na TV (O Aqui, Agora) quando o Gil Gomes começou a fazer muito sucesso na televisão e todo mundo começou a tirar conclusões de que Gil Gomes estava fazendo tanto sucesso que estava tomando o Ibope da Globo. Que a Globo também passou a divulgar notícias policiais no Jornal Nacional devido a influência do programa de Gil Gomes e assim por diante. O que foi que a Globo realmente fez naquela época? Ela tinha um intervalo entre uma novela e outra, que era exatamente quando começava o programa de Gil Gomes. Muita gente mudava do canal da Globo para o programa de Gil Gomes no momento em que acabava a novela, permanecendo naquele canal até o início da outra novela. O que é que a Globo fez? Simplesmente acabou com o intervalo de uma novela para outra. Quando acabava uma, a outra já estava entrando no ar antes mesmo dos créditos da anterior ter acabado de passar. Esta estratégia liquidou totalmente com a audiência de Gil Gomes. Como se pode observar a partir deste exemplo, nem tudo o que interpretamos como sendo realmente o que está acontecendo, é verdadeiro.

Já que o curso de Comunicação aqui da UESC, em Ilhéus, é voltado mais para rádio e televisão, voltemos à Rede Globo. Houve uma época que acusavam a Globo – devo salientar aqui que eu não tenho nenhuma procuração da Globo nem trabalho para ela –, afirmando que ela não veiculava determinadas notícias que eram divulgadas nas outras emissoras. Boris Casoy dava, a Tupi dava, a Manchete dava, não sei mais quem dava, mas a Globo não dava. E aí o noticiário da Globo era aquele pastel. Uma coisa fria que acabava sempre com uma “noticiazinha” engraçadinha ou uma noticiazinha de um animalzinho ou de uma menininha... e passava adiante. Quer dizer, era uma coisa assim mais para teatro do que para telejornalismo. Mas, as informações reais que os outros telejornais divulgavam, a Globo não noticiava. A partir desta constatação, muita gente passou a estudar e a investigar a razão. A partir daí muita gente começou a fazer levantamentos para entender porque em alguns noticiários da Globo algumas notícias não eram dadas. Pode-se até encontrar uma situação, neste caso um exemplo hipotético, no

qual o telejornal de Bois Casoy dá uma notícia de que um banco ia fechar porque estava com problemas econômicos, devido à corrupção, desvios seja lá o que for. No dia seguinte não teria acontecido nada no mercado financeiro. Suponhamos, entretanto o que teria acontecido se a mesma notícia tivesse sido veiculada pelo Jornal Nacional da rede Globo, que detém 88% da audiência do horário nobre da tele visão: no outro dia haveria uma correria aos bancos e todo mundo ia retirar o dinheiro, encerrar contas, levando aquela instituição bancária realmente à bancarrota, além de afetar todo o sistema financeiro do país, provocando crises nas bolsas de valores, elevação de taxas de juros, inflação etc. e tal. É exatamente em situações como esta que entra aquela outra responsabilidade profissional: a do editor da Globo. Ele tem que ter essa responsabilidade. Ele tem que assumir essa consciência de que existem certas notícias que ele não pode dar sem que haja uma certeza real de que a notícia é 100% correta. Ele tem que saber a maneira de como a notícia deve ser dada a fim de não provocar uma crise invés de simplesmente estar repassando uma informação confiável para a população.

É bom frisar que as pessoas que estão envolvidas no processo operativo de bancos, de corrupção, de investimentos, não acompanham esses investimentos através dos noticiários de rádio e televisão, nem de jornal. As informações que são divulgadas pela imprensa, são eles que repassam para a gente. As informações já passaram nas mãos deles há muito tempo. Eles já cuidaram de tudo. Então nós, a população de um modo geral, é que nos guiamos pelos veículos de comunicação. Daí a gente ter essa obrigação de procurar informar bem. Por que mesmo a informação mais recente, a informação que a gente pensa que é um furo pode conter dados velhos. Por conta disso, vou contar a vocês um fato vivido por mim mesmo, uma experiência que tive quando eu era repórter da Tribuna da Bahia, quando a Tribuna foi fundada em outubro de 1969. No ano de 1970, eu era repórter especial da Tribuna, realizando a cobertura jornalística do Palácio do Governo, da Prefeitura de Salvador, da Assembléia Legislativa, da Câmara Municipal e do Palácio do Bispo, que ficam próximos um do outro, entre a Praça da Sé e a Praça Municipal. Na época eu era um repórter que fazia tudo.

Hoje (1999), só para fazer a cobertura na Assembléia o jornal *A Tarde* destaca cinco repórteres e mais um editor e esta equipe não consegue fazer a cobertura que fazíamos naquela época porque tudo era menor, as distâncias principalmente. Tudo era



mais fácil. Um jornalista sozinho podia fazer toda a cobertura. E, no meu caso, além de fazer a cobertura política local eu ainda cobria o Palácio do Bispo, passando lá diariamente para saber as novidades. O repórter tem que estar sempre antenado. Não importa em qual veículo ele esteja trabalhando. Ele tem que estar atento ao que se passa ao seu redor. Ele tem que prestar atenção nas conversas das filas de banco, nas filas de supermercados, na padaria... em qualquer canto que ele esteja, ele tem que estar ouvindo, porque de repente pode surgir, a partir daí, uma grande pauta, uma informação para ser apurada e poderá ser transformada em uma grande reportagem. E aí é que entra a história que aconteceu comigo e que serve de exemplo de que nem sempre uma notícia que é veiculada como novidade é nova. Na verdade ela apenas está vindo à tona naquele exato momento, mas mesmo assim ainda causa impacto.

Vejam só o que aconteceu: Ao entrar no Palácio da Arquidiocese, na Praça da Sé, quando eu ia subindo a escadaria, pude ouvir perfeitamente um padre conversando com outra pessoa e ele dizia: "...e as jóias do Pilar sumiram..." As jóias do Pilar eram jóias centenárias da Igreja do Pilar. Eu ouvi aquilo e eu achei estranho. Mas nada perguntei àquelas pessoas que eu não conhecia. Subi e fui procurar o padre Sadoc, atualmente, Monsenhor Sadoc, que era o vigário geral da cúria e responsável pelo atendimento à imprensa. Todos os dias, às 16 horas, um cafezinho era servido num dos salões do Palácio, quando ele atendia aos repórteres nos passando informações. Então, blefando, eu disse: padre Sadoc eu estou com uma informação e gostaria de confirmá-la porque eu não gostaria de publicá-la sem ter acesso aos detalhes. (Eu gostaria de abrir um parênteses aqui para revelar que às vezes o jornalista tem que saber blefar para poder colher. Se você não tem a informação correta você tem que cercar as fontes, porque as fontes não revelam certas coisas. Só falam se você perguntar. Porque a única verdade que eles revelam são aquelas que eles têm interesse de divulgar.) Então ele perguntou: "Qual é a notícia que você tem?" E eu disse: o roubo das jóias do Pilar! O padre deu dois passos para traz e perguntou: "Como você soube disso?" As minhas fontes, respondi, acrescentando de imediato o que eu precisava: Agora, eu preciso saber realmente o que é que foi roubado. Aí ele me forneceu a relação e o jornal divulgou. A notícia foi publicada como manchete da *Tribuna da Bahia* e foi reproduzida em todos os jornais do país no dia seguinte. A notícia foi considerada como um furo de reportagem. Só que as

jóias do Pilar tinham sido roubadas há um ano e meio e ninguém sabia. Ninguém sabia! Na verdade não foi um roubo. Foi um desvio. Alguns padres estrangeiros, que estavam prestando serviço pastoral, começaram a vender as jóias e imagens e tudo o que tinha valor para manter a igreja. Mas depois da denúncia publicada o processo de venda de objetos sacros acabou, pelo menos na igreja do Pilar.

Como se pode verificar, o assunto era grave, a Cúria tinha conhecimento da venda, mas estava segurando as informações há um ano e meio, pois sob o ponto de vista da Igreja aquela informação não interessava ao resto da comunidade.

Outra situação, que também serve de exemplo de como o jornalista precisa estar ligado a todo e qualquer detalhe, também aconteceu comigo. Vejamos: eu era chefe de reportagem na *Tribuna da Bahia* (1970), e havia escalado um dos melhores repórteres para ir ao aeroporto militar entrevistar um ministro que estava sendo aguardado. Aconteceu porém o inesperado: o repórter escalado estava atrasado e foi substituído por outro. Quando ele chegou à redação foi justificar o seu atraso: “Sérgio, me desculpe, mas o que aconteceu é que hoje é aniversário de minha mãe e eu tinha prometido a ela que ia comprar uns cocos para o bolo e o lêlê que ela fazia todo ano. Fui ao supermercado, depois em uma venda lá na Ribeira e não tinha coco. Fui ao mercado das Sete Portas e não tinha. Fui na Feira de Água de Meninos, não tinha...” Aí enquanto ele ia relatando suas tentativas de encontrar o coco prometido à mãe, eu fui contextualizando a situação e percebendo que por trás daquele caso podíamos estar diante de uma grande notícia: estava faltando coco na Bahia, a terra do coco e da cocada.

Imediatamente eu disse: Essa pode ser a grande notícia local do dia. Coloquei o repórter e um fotógrafo em um carro com a missão de virar a cidade toda para descobrir se realmente estava faltando coco em Salvador e não deu outra. No dia seguinte, o assunto foi manchete da *Tribuna da Bahia*: “Está faltando coco na Bahia”.

Com estes dois exemplos vocês passam a ter a ideia de que, na verdade, a notícia que a imprensa veicula pode surgir de várias formas. A notícia pode surgir de uma entrevista, que é uma coisa previsível, é a informação previsível. A notícia previsível é aquela que você sabe que vai acontecer: uma solenidade, uma festa, uma conferência, etc. Mas se, por exemplo, aqui dentro durante este patê-papo, explodisse uma bomba, ou se o botijão de gás da cantina da faculdade explodisse, seria um acontecimento imprevisto que

mudaria totalmente o rumo e a importância do fato. Outros exemplos de notícias imprevistas são a queda de um avião, um incêndio, o descarrilamento de um trem, etc. Assuntos como estes não estão na previsão das pautas dos jornais, que mantêm plantonistas para estas eventualidades.

Quando acontecem acidentes de grandes proporções, os jornais (chefia de reportagem e editores) modificam totalmente o planejamento do dia para realizar a cobertura dos fatos que não estavam previstos. Mas a vida de redação nem sempre é tão agitada, pois existem aqueles dias em que não acontece nada de especial. Alguns dias, nem uma conferência está programada para acontecer; Não cai nenhum avião, não acontece coisa alguma e mesmo assim o jornal tem que sair no dia seguinte, a televisão tem que editar os seus noticiários do meio-dia e do horário nobre, à noite; as emissoras de rádios têm que transmitir seus noticiários e as revistas têm também que circular. E aí, como é que fica? São exatamente nesses dias que podem surgir as reportagens mais criativas. Os pauteiros precisam desencavar temas e provocar outros visando a geração de notícias. Mas aí alguém pode estar se indagando com surpresa: “Mas você vai inventar a notícia?” Não. Não é inventar notícia. É você buscar informações que as pessoas, os leitores, gostariam de saber.

Vamos supor que nós estamos aqui num dia desses que nada acontece. Aí poderíamos relacionar os principais temas discutidos hoje pelos jovens. Quais são estes temas? AIDS e o aborto, por exemplo, são dois temas muito debatidos. Aonde é que nós encontraríamos tantos jovens reunidos para a gente fazer uma coleta de informação sobre isso? Na universidade e nas escolas. Então podemos destacar dois repórteres para fazer uma pesquisa entre os jovens, procurando saber a opinião deles a respeito do aborto, a respeito da AIDS, etc. Mandaremos ouvir também um sociólogo, um psicólogo e um médico sobre o assunto. Desta forma construiremos uma matéria que pode ser ainda enriquecida com dados estatísticos estaduais, nacionais e internacionais sobre o mesmo assunto. Em geral, essas matérias sobre AIDS e aborto, salvo aquelas fundamentadas em dados de pesquisas, podem ser planejadas e executadas exatamente nos dias, chamados frios, sem notícias quentes.

Estas são matérias que podem ser geradas a partir de pensamentos, de ações ou de uma outra informação. Por exemplo, como todos aqui estão sabendo, a Ford está para se

instalar na Bahia. Então, um jornal pode provocar uma série de reportagens na região metropolitana de Salvador, visando a identificar o impacto que uma indústria automobilística em instalação vai causar na região. Como é que as pessoas vão agir a partir daí? O que é que vai mudar? Podemos fazer uma série de projeções, tomando por base o que ocorreu em Betim, em Minas Gerais, quando a Fiat lá se instalou; ou o que ocorreu no ABC paulista e assim por diante.

Poderemos também fazer projeções sobre como ficará a região daqui a cinco anos na Bahia. Esses levantamentos podem resultar numa matéria interessante, pois podemos projetar, por exemplo. Se haveria ou não aumento de distribuição de renda? Se haveria um aumento da melhoria da qualidade de vida dos habitantes daquela região? Poderíamos supor, um possível impacto na região com a migração de mão de obra de outras áreas para aquela região. Problemas como um possível déficit de habitações na região por conta da migração provocada pela instalação da fábrica, etc.

Como podemos observar, transmitir ao público leitor apenas a notícia da instalação da fábrica é muito pouco. Não podemos, como jornalistas, ficar limitados a divulgar apenas a fábrica em si. A fábrica em si não é nada. Mas o que ela vai gerar, além dos cerca de dois mil empregos diretos? Todas aquelas coisas a mais que vem, praticamente juntas com a instalação de uma grande indústria. Tudo aquilo que vai girar em torno dela é que vai ter uma projeção maior. Isso, até o momento, nenhum jornal, rádio ou televisão está apurando, ninguém está preocupado. Por que não estão preocupados? Primeiro porque estão acontecendo vários fatos que os jornais estão recebendo tanta informação oficial que não estão pensando em gerar fatos novos e pautas mais criativas. Quer dizer, o Brasil está em ebulição!

Todos os dias os órgãos de imprensa recebem muitas informações, muitas das quais de fontes oficiais. A cobertura dos nossos jornais está muito oficiosa e o que estamos precisando é ser mais criativos, principalmente porque nossos jornais não estão publicando nem 5% das notícias que recebem diariamente.

Isso é outra coisa que angustia muito o jornalista. Seja ele mais novo ou mais velho. É uma angústia permanente ver a quantidade de informação que a gente recebe e que não pode divulgar por falta de espaço ou de tempo. E aí fica, o jovem que está na faculdade querendo transformar o mundo. A primeira coisa que vocês têm que colocar na

cabeça é que o jornalismo não muda nada. O jornalista novo, recém formado, quando chega na Redação de um jornal, pensa e quer transformar tudo. Pode até vestir a camisa do justiceiro: “Vou dar um pau em fulano. Vou dar um pau naquela empresa e vou mudar tudo.” Isso não resolve também coisa nenhuma e depois de tudo, é bom que fique muito claro que jornalista nenhum tem este poder todo para sair dando “PA” a toa. Quer dizer, para o jornal fazer uma crítica contra alguém ou apresentar denúncias muito graves é preciso que ele tenha uma linha editorial voltada para aquilo. É preciso que ele esteja fazendo oposição direcionada. É preciso que haja realmente um problema social que gere aquilo. Mas, na verdade, tem muito jornalista que pensa que ele pode mudar o mundo e tem muita gente atuando dessa forma e fazendo um jornalismo pessoal.

Quando o jornalista pratica esse tipo de jornalismo pessoal, baseado na crença de que ele pode reformar e dar conta de tudo, ele está fazendo um mau jornalismo, não está dando contribuição social nenhuma e nem está exercendo a sua cidadania como ele deveria exercer. Então o que se espera hoje que as escolas de comunicação façam é formar cada vez mais profissionais éticos, profissionais com senso crítico e com capacidade de questionar os fatos com segurança. Isso é importante. O jornalista tem que saber questionar. Ele tem que duvidar. Ele tem que buscar a verdade. Ele não pode aceitar aquela primeira versão. Muitas vezes, entretanto, o jornalista é ingênuo e se deixa envolver por políticos, ou outras personalidades brilhantes da comunidade, deixando de divulgar certos fatos devido aos laços de amizade desenvolvidos com aquelas fontes.

A simpatia da fonte às vezes é tão envolvente quanto perigosa para o jornalista. Portanto, tenham cuidado para vocês não venderem (trocarem) a sua verdade por um cafezinho! Porque você às vezes chega no ambiente político (Câmara, Assembléia Legislativa, Senado) e o deputado que lhe atende bem, o deputado que lhe dá atenção, que sempre tem uma boa informação ou uma boa dica para lhe dar, aquela pessoa que você sabe que é uma boa fonte e que nunca vai voltar de mãos vazias; exatamente essa fonte pode ser a mais perigosa. Às vezes, podem ser as mais perigosas, porque podem se aproveitar daquela simpatia que você tem por ela, e arme um esquema para você e dar uma informação plantada com a intenção de atingir um adversário. Exatamente por isso temos que estar atentos também ao uso que as fontes fazem da mídia e como elas podem nos utilizar em proveito próprio. Isto porque, na verdade, as fontes usam muito mais a

imprensa do que a imprensa manipula as fontes. Somos, a imprensa, acusados de manipular as informações, mas muitas vezes nós é somos manipulados pelas fontes. Porque muitas vezes nós somos obrigados a acreditar que uma fonte constituída, uma autoridade constituída está dizendo sempre a verdade, porque uma autoridade tem fé pública. Então acreditamos na fé pública e acabamos entrando pelo cano porque confiamos na fonte.

Por falar em fonte, é bom frisar que ter boas fontes é uma coisa de fundamental importância para o jornalista. Ter uma agenda com a lista de fontes, com endereços e telefones, atualizada é importantíssimo. Jornalista sem fontes é um jornalista sem nada. Mas, é necessário ter consciência de que as fontes não lhe pertencem, não são exclusivas e que podem atender a outros profissionais também. Às vezes a fonte pode ser até um outro colega de profissão, que lhe passa ou confirma uma informação. O jornalista tem que ter fontes de referência, ou seja, fontes que são aceitas como sendo a autoridade neste ou n aquele assunto a quem você possa recorrer quando necessário. Por exemplo, qual é o primeiro nome que nos chega à cabeça quando precisamos entrevistar uma autoridade em reprodução humana na Bahia? Elsimar Coutinho é a resposta. Todo mundo procura Elsimar Coutinho. Mas poderia ser uma outra pessoa. Ah! Por que todo mundo está canalizado para Elsimar Coutinho? Na imprensa também tem isso: todo mundo (rádio, jornal e televisão) ouve a mesma fonte. Se olharmos os jornais, os noticiários de rádio, de televisão e de revistas com olhos mais críticos, poderemos constatar, sem surpresas que as fontes são sempre as mesmas, variando de tempos em tempos.

Com esta constatação duas coisas podem estar erradas: ou os profissionais de imprensa estão acomodados, procurando sempre a fonte mais fácil, que fala com a imprensa sem problemas, ou a cidade não tem fontes. Para qualquer das situações, constataríamos também que estamos produzindo um jornalismo muito estático, oficioso e burocrata. Isto porque não estamos buscando outras fontes, não estamos tentando outras alternativas. E o nosso papel é buscar alternativas. Quando a imprensa critica alguma coisa, devemos apresentar uma solução alternativa para o problema. A gente tem que apresentar os dois lados da medalha. Não podemos apresentar só um lado. Quando alguém está acusando alguém, você tem que ouvir o outro lado. O jornalista quando em exercício de sua função não pode tomar o partido de uma ou de outra fonte. Mas é aqui

que reside o perigo, principalmente quando o jornalista se encanta com uma fonte. Quando nos tornamos amigo de uma fonte, ficamos expostos, fragilizados e coremos perigo. Quando nos tornamos amigo de uma fonte, ficamos expostos, fragilizados e corremos perigo. Alguns jornalistas podem até omitir informações contrárias a uma boa fonte só porque “Fulano de tal é tão amigo, tão boa fonte”, que muitas informações negativas ou que poderiam comprometer aquela fonte acabam sendo esquecidas. E, às vezes poderia ser uma informação preciosa para a população. Desta forma, é preciso saber que uma informação pode ser ruim para aquela fonte amiga, mas o profissional de imprensa é obrigado a dar aquela informação, pois o compromisso do jornalista é com a verdade e com o público leitor.

Existem jornalistas que costumam dizer que “se não quer que eu divulgue, não me conte nada”. Porque tudo que ele ouve, ele publica. E aí você cria outro problema, porque você tem que manter um relacionamento ético e de confiança com sua fonte. Existem informações que as fontes transmitem para os jornalistas como sendo uma informação em *off*, que significa que você não pode usar imediatamente essa informação. Mas amanhã, passado dois, três dias, um mês, a coisa pode se esclarecer e você pode usar aquela informação junto com uma outra que acaba esclarecendo melhor uma situação que não estava ainda muito definida ou clara.

Em função disso, gostaria de aconselhar aos futuros jornalistas, futuros profissionais da área da Comunicação, aqui presentes, que procurem ler bons autores, assistir bons filmes, principalmente aqueles que tratam de questões jornalísticas. Mesmo tirando o floreio, o romantismo ou a ingenuidade com que o jornalismo ou o jornalista é apresentado pela sétima arte, sempre encontraremos pontos interessantes para servir de base para uma boa discussão em sala de aula. Debater as questões éticas, apresentadas pelos filmes, com colegas e professores é salutar para o desenvolvimento de um posicionamento consistente. Discutir a postura ética, a maneira como uma investigação jornalística foi realizada, a maneira como aquela situação aconteceu, se o enredo apresentado poderia realmente acontecer ou não e se a gente poderia reproduzir aquele método de investigação jornalística na prática ou não.

Em síntese, é importante que as faculdades de comunicação abram espaços para o debate com profissionais da imprensa a fim de que os estudantes possam, comparar, tirar

dúvidas, se posicionar e aprender a unir a teoria com a prática, pois sem a união das duas, não há solução para o futuro do jornalismo.

Gostaria agora de falar um pouco sobre a liberdade de imprensa. Tenho um livro, lançado pela EDUFBA – Editora da Universidade Federal da Bahia, em 1996, intitulado “O Controle dos Meios de Comunicação”. Esse livro surgiu como uma continuação de um outro, lançado em 1991, através do SINJORBA – Sindicato dos Jornalistas Profissionais no estado da Bahia, intitulado “Censura de Guerra”, quando da guerra do Golfo Pérsico, a guerra contra Saddam Hussein. Essa foi uma guerra que aconteceu na última década do milênio e foi um sofrimento para o jornalismo como um todo. Essa guerra serviu para mostrar como a realidade dos fatos transmitidos pelos veículos de comunicação foi totalmente manipulada. Tudo o que foi transmitido foi uma farsa. Uma grande mentira. Nenhuma informação transmitida naquele período, como em outras que aconteceram depois, foi a versão jornalística. As informações transmitidas sempre foram as versões oficiais autorizadas das Forças Armadas, dos aliados das Forças Armadas americanas. E isto não é surpresa, pois em época de conflitos a verdade e o jornalismo sempre foram as primeiras vítimas. Historicamente, os relatos jornalísticos em época de guerra sempre foram censurados desde a Guerra da Criméia, quando apareceram os primeiros correspondentes de guerra.

No livro “Censura de Guerra” faço uma retrospectiva desde o primeiro correspondente de guerra, que surgiu em 1854, até a guerra do Iraque, com o objetivo de mostrar como a imprensa sofreu e como a maior vítima foi a informação e os leitores. Porque tudo o que é transmitido, tudo o que é publicado, se resume na versão oficial dos lados em conflito. Na invasão de Granada pelos americanos, nem mesmo os jornalistas norte-americanos tiveram acesso à ilha. Eles ficaram do lado de fora e depois receberam as fitas de vídeo já editadas pelo Exército americano. Receberam também os boletins de imprensa prontos com o conteúdo que eles tinham que publicar. Naturalmente que o material fornecido passou por um processo de edição antes de ser transmitido pela mídia impressa ou pela mídia eletrônica, que podiam suprimir dados ou imagens, mas não podiam acrescentar qualquer informação àquelas repassadas, salvos comentários opinativos.



E assim, no mundo inteiro, ouvimos no rádio, vimos na televisão e lemos nos jornais e revistas apenas a versão dada e divulgada pelo exército americano ou a versão fornecida pelos aliados. Durante a guerra do Golfo, algumas agências de notícias chegaram a alertar seus clientes que aquelas informações havia sido censuradas e se limitavam à versão oficial. Na época, alguns jornais brasileiros, tais como a *Folha de S. Paulo* e o *Estado de S. Paulo*, registraram, para seus leitores, o fato de que o noticiário que estava sendo publicado tinha sido censurado. Ora, quando temos um noticiário censurado, isso significa que só está dando uma meia-versão dos fatos, as outras coisas a imprensa não sabia, nem tinha acesso e nem nunca teve, permanece em segredo. A censura aos relatos da imprensa, dos correspondentes de guerra, também aconteceu durante a Primeira e a Segunda Guerras Mundiais. Se isto não bastasse, até hoje continuamos assistindo filmes de guerra, produzidos na época, como propaganda de guerra, com o objetivo de fazer com que os soldados americanos sentissem ódio contra o sadismo dos japoneses. Os filmes de guerra retratam os japoneses como sádicos, estupradores e torturadores ente outras coisas. Aqueles filmes foram produzidos sob encomenda do governo americano, do Exército americano, para fazer com que os soldados americanos passassem a odiar o inimigo. Então eles faziam aquilo como uma propaganda subliminar contra o inimigo para que eles tivessem um motivo para matar o inimigo, pois indiretamente ele estaria livrando a humanidade da sanha e sadismo do inimigo.

Estes filmes de propaganda subliminar de guerra permanecem sendo exibidos até hoje e ninguém diz nada,. E, no entanto, o japonês é esse povo cordial e passivo que a gente conhece. Tudo bem, eles também foram partes da guerra e o outro lado da moeda também existiu e também devem ter cometido atrocidades, da mesma forma que os outros também cometeram. Mas, a história da guerra é contada sempre pelos vencedores, cuja versão prevalece.

No livro “Censura de Guerra” abordo estes aspectos a censura. Em “O Controle dos Meios de Comunicação” faço uma análise mais recente, apresentando os efeitos danosos da censura sobre a imprensa brasileira, principalmente no período após o Golpe Militar de 1964. É importante afirmar que qualquer tipo de censura é danosa à informação e à história contemporânea porque os veículos de comunicação na verdade

registram a história contemporânea. A imprensa tem o dever de registrar os fatos da história contemporânea corretamente para que o povo saiba, amanhã ou depois, lendo os jornais e revistas, assistindo vídeos passados, o que foi que aconteceu naquele período. A gente não pode escrever a realidade atual em entrelinhas. Uma prova disso é o que ficou registrado na imprensa, por exemplo, durante o período do regime pós-1964 quando a censura foi exercida de todas as maneiras. O que PE que ficou de imagem desse período? O *Estado de S. Paulo*, o maior jornal brasileiro na época, queria denunciar a censura que o jornal estava sofrendo, em uma época em que o censor chegava pegava a programação da página editada que deveria sair no dia seguinte e simplesmente riscava o que não deveria ser publicado: “Esse trecho não pode. Esse trecho não pode. Esse trecho não pode. Essa foto não pode”. Então, a redação/editor tinha que preencher as lacunas, substituir o que havia sido censurado por outras notícias.

Algumas vezes os cortes prejudicavam totalmente a informação, como ocorreu com o *Jornal do Brasil*, quando todas as fotografias da primeira página foram censuradas. Um jornalista foi cobrindo os textos e fotos censurados na prova da primeira página com máscaras pretas. (A máscara preta era usada nos jornais impressos a quente – processo tipográfico –, para mostrar que ali, naquele espaço entraria uma fotografia). A cada texto ou foto censurada era colocada uma máscara. Após o processo de censura foi perguntado ao censor se o jornal poderia publicar o que restou e se ele aprovava a página como estava (observe-se: com todas as máscaras). Então o censor autorizou e o *Jornal do Brasil* saiu no dia seguinte com as manchas pretas cobrindo todas as informações e as fotos que tinham sido censuradas, numa edição histórica que naturalmente foi recolhida imediatamente pelos órgãos censores pois a emenda saiu pior que o soneto, mas até ser recolhida os leitores tomaram conhecimento de que o jornal estava sob censura. A tentativa do jornal para denunciar aos leitores de que estava sob censura prévia foi criativa.

Por sua vez, o *Estado de S. Paulo* também usou de vários artifícios para denunciar aos leitores de que também estavam sob censura prévia. Ao invés de colocar máscaras nos espaços das notícias e fotografias censuradas, o Estadão usava poemas épicos, receitas culinárias e orientações sobre como cultivar flores. Quando, por exemplo, o discurso de um ministro do Exército teve trechos censurados, o dono do jornal autorizou

a redação a preencher os espaços censurados com poemas de Camões. O que era um “samba de crioulo doido”, como diria Sérgio Porto, pois o leitor vinha lendo a notícia e de repente começava a ler Camões, receitas de bolo etc., no meio do texto. E, vale salientar, isso o censor não podia impedir porque o jornal podia publicar aquele tipo de texto ou de informação em qualquer página ou local do jornal. Não havia impedimentos de se publicar Camões na primeira página. Só que estes textos eram publicados exatamente nos espaços que haviam sido censurados. Foi, de certa forma uma maneira inteligente de se mostrar que os jornais brasileiros estavam sob censura e que os censores não tiveram meios de impedir que o jornal fizesse aquilo. Estes momentos podem ser classificados como alguns *highlights* da inteligência do jornalismo brasileiro em épocas de censura para denunciá-la. Tornar público que a imprensa estava sob censura.

Para dar um exemplo regional de como a censura imposta foi denunciada aos leitores, podemos recordar um fato que aconteceu com o jornal *A Tarde*, de Salvador. Só que o período foi outro, mais precisamente durante o período de Juracy Magalhães que foi um dos interventores da ditadura de Getúlio Vargas. Conta-se que *A Tarde* estava sob censura prévia e, para denunciar o fato aos leitores, publicou o aniversário do censor. Diariamente, o censor chegava à Redação e cortava as informações dizendo simplesmente: “isso não pode. Isso não pode. Isso não pode”. Aí alguém teve uma idéia – podemos considerá-la brilhante – de fazer uma festinha para comemorar o aniversário do censor com direito a bolo e vela. Mandaram fazer um bolo, comemoraram o aniversário do censor que já estava há mais de ano dentro da redação e todo mundo era amigo dele. Fotografaram a festinha e um texto foi publicado – o censor deixou passar – com uma fotografia cuja legenda destacava que a redação comemorou o aniversário do censor fulano de tal. Com a veiculação da foto e do texto o ato da censura prévia foi ridicularizado, o censor deixou de ir lá, caindo em desgraça. O fato acabou se transformando numa piada contada de boca em boca, espalhando-se por toda a cidade de Salvador. Este foi o meio que os jornalistas encontraram para denunciar a censura prévia e a presença diária de um censor dentro da redação. O resultado da piada foi a retirada do censor e a decisão do governo de suspender a censura exercida no jornal *A Tarde*.

Para concluir, gostaria de dizer a vocês que o meu trabalho de pesquisa está muito relacionado à história institucional. Eu tenho alguns livros sobre a televisão brasileira nos

quais eu não trato, por exemplo, desta ou daquela telenovela, sobre o efeito da novela, sobre a audiência etc.. Eu abordo a televisão como instituição dentro de um contexto no qual ela está inserida. A gente não pode entender certos recortes se a gente não entender a história, compreendendo o pano de fundo, o contexto socioeconômico, político e cultural no qual a televisão, aqui como exemplo, se desenvolveu no país. Para entender o desenvolvimento dos veículos de comunicação de um país, precisamos não apenas entender primeiro a história dentro de um contexto político, histórico, cultural, econômico, militar, no qual os veículos estão inseridos, mas também precisamos identificar quais são as variáveis que estão influenciando o desenvolvimento de um determinado veículo dentro daquele contexto específico.

No livro “O Controle dos Meios de Comunicação” procuramos mostrar todas as formas de controle existentes, porque o controle sobre a imprensa não é exercido apenas com a censura policial. Tem a censura econômica que talvez seja a pior de todas. É aquela que o jornal deixa de publicar uma informação porque seu grande anunciante está envolvido nela, ou deixa de publicar uma notícia de interesse de uma empresa porque ela não é anunciante daquele jornal. E outra pior do que esta é a autocensura que nós fazemos quando deixamos de publicar uma notícia de deputado amigo, do amigo que lhe atende diariamente com cafezinho e boas notícias. Nós não temos o direito de promover a autocensura. O jornalismo é tido como uma profissão gostosa, dinâmica, mas também de risco. Que ela é perigosa, todos sabem, basta verificarmos que, só na última década do séculos XX mais de 10 jornalistas foram assassinados só na Bahia. Apesar de perigosa o jornalismo é uma profissão que eu voltaria a escolher se tivesse que começar tudo novamente hoje. Isto porque não existe coisa melhor, coisa mais dinâmica, coisa mais gostosa de fazer do que a gente viver com uma dose a mais de adrenalina no fechamento de jornal, sob a pressão do tempo.

É isso ao. Muito obrigado pela atenção!

(palmas)

## DEBATE

*Ramiro Aquino – jornalista: Qual é a grande responsabilidade do jornalista diante da tirania dos institutos de pesquisa? Onde ele fica na opção dar boas notícias,*

*mas que não dá ibope e acabam preferindo divulgar a má notícia que dá orgasmo no telespectador? Quando a imprensa divulga os grandes escândalos, ela, a imprensa e o país, e no país pululam grandes escândalos, ela, a imprensa, sabe que dali a dois meses aquele escândalo vai acabar no esquecimento ou pela morosidade da Justiça, se chegar à Justiça, ou porque surgiu um novo escândalo. É suficiente para nós jornalistas dizer apenas que cumprimos o nosso dever de denunciar?*

Bom Ramiro... vamos começar pela segunda parte de sua pergunta na qual você se refere aos escândalos. Nem toda informação que chega ao jornal é divulgada. Quando a gente divulga um escândalo ou uma “grande notícia”, ela inicialmente sai na primeira página do jornal. No dia seguinte ela já passa para uma página interna, mas continua sendo editada no alto do jornal. Depois vai caindo, vai caindo, passa para as páginas menos nobres, começam a sair no pé da página, depois some e ninguém fala mais do assunto. Mas que processo jornalístico é esse? Será que o jornal não pode continuar acompanhando aquele fato, aquele escândalo até ele ser esclarecido? É claro, o jornal pode continuar apurando. Ficaria enfadonho também para o leitor o jornal ficar publicando aquele fato todos os dias sem apresentar um dado novo. Então, se não surge um fato novo o assunto vai sendo relegado. Não apenas pela falta do fato novo, mas porque outros fatos também estão acontecendo. Devido à própria dinâmica do jornalismo, que vive das notícias do dia, um jornal tem que estar sempre publicando as notícias do dia. Exatamente por isso os assuntos já divulgados vão perdendo espaço para as novas notícias. Notícias mais importantes vão surgindo, outros escândalos surgindo e a imprensa acaba dando o acompanhamento merecido àquela outra notícia, publicada com destaque dias atrás, simplesmente porque aquele assunto não teve mais nenhum fato novo. Mas..., de repente surge aquele dia de paradeiro, nada acontece nem está previsto de acontecer. O chefe-de-reportagem então pode mandar desarquivar alguns assuntos, mandando levantar: Como é que está o caso de Fulano de Tal?” Aí vem à tona novamente, naquele exato dia que não surgiu outro escândalo, então o assunto volta à pauta. Às vezes pode voltar um ano depois. Está completando um ano e aquele caso ainda não foi concluído. Vamos saber se o relatório ficou pronto, se desvendaram o mistério etc.. Ou então: “...está fazendo um ano que houve aquele morte, assim, assim, assim, e nada de novo aconteceu...” mas o jornal está lá tentando recuperar aquilo. Quer dizer, o acompanhamento normal desses escândalos são no máximo de 5 a 15 dias. Golbery Couto e Silva, que era o mago da revolução, costumava dizer que não dava resposta a

jornal. Porque se ele fosse responder, estaria apenas ampliando o número de dias que a notícia estaria *on*. Então ele deixava para lá que era menos dias. As pessoas esqueciam porque logo depois vinha outra informação, mais outra informação e ninguém tomava mais conhecimento daquela. Se fosse responder ampliava. As pessoas que não tinham lido iam procurar ler. As pessoas que não tinham observado iam procurar saber, iam tomar conhecimento. Então outros iam tomar conhecimento daquele fato através da resposta dele. Então ele dizia que não respondia jornal. Na verdade, as notícias não são acompanhadas até o fim porque outros fatos mais importantes estão acontecendo e porque o espaço do jornal, o tempo em rádio e televisão são sempre limitados.

Quanto à primeira parte de sua pergunta, sobre a tirania do Ibope, vale ressaltar que essa tirania tem sido muito discutida pelos profissionais e pesquisadores de comunicação. Em recente congresso da Intercom, realizado no Rio de Janeiro (1999), o assunto foi discutido. A tirania do Ibope tem atingido mais as emissoras de televisão do que as emissoras de rádio e os jornais. Quer dizer, determinado tipo de informação não vai ao ar porque não dá Ibope. Isso tem sido terrível para os profissionais. A tirania está realmente quente. Principalmente na Globo. O pessoal da Globo está gritando muito, chorando muito, estão tentando ocupar esses espaços mas não pode perder audiência. Ou seja, na verdade é a audiência hoje que está mandando na notícia. Isso não é novo, pois a audiência sempre foi levada em consideração até na programação. Você deve lembrar que, antigamente, quando uma telenovela ia ao ar e não conseguia manter sua audiência ou atingir a audiência esperada ela tinha o número de capítulos previstos reduzido e era tirada do ar imediatamente, sendo substituída por outra. Se um programa era cultural, era considerado de muito bom nível, mas não tinha audiência, deixava de ser transmitido. Portanto, a televisão sempre teve este problema com a audiência. Isto porque se um programa não obtém audiência, significa que a emissora também não conseguiu obter os patrocínios desejados. E a televisão para ser aberta e *free*, livre de pagamento, ela precisa de patrocínio. E se um programa não atinge uma boa audiência, ele ficará sem o devido patrocínio publicitário. Por isso o Ibope da audiência vem sacrificando também, nos últimos anos, de maneira mais pesada, o telejornalismo. O problema com o telejornalismo é que 90% da população só tem essa fonte de informação. As pessoas não lêem. As pessoas não ouvem rádio, as pessoas não buscam outras informações e se

limitam apenas àqueles 20 minutos de informação na televisão. E se a televisão omite determinadas informações por causa do Ibope, para não perder audiência, significa que a população estará cada vez mais desinformada. E esse é um grande problema de ordem social. O assunto tem sido debatido, mas até o momento não foi detectada uma saída para o problema. Uma das possíveis soluções para o problema talvez venha a ser o jornalismo online. Disponibilizar nos sites das emissoras as informações que não foram transmitidas. Aliás esta prática já vem sendo utilizada por várias emissoras. Os jornais também estão disponibilizando, via Internet, as notícias que não foram impressas no jornal do dia. Essa é uma tendência que está sendo adotada por inúmeras empresas jornalísticas.

*(Platéia) – Boa tarde! Meu nome é Carlos Eugênio, eu sou professor do curso de Comunicação da UESC. Eu queria primeiramente agradecer a clareza e o pragmatismo da sua exposição professor. A minha pergunta é a seguinte: pela sua exposição ficou claro que é impossível qualquer espécie de neutralidade na questão da notícia. Hoje nós vivemos a questão da convergência das tecnologias... eu queria que o senhor discorresse um pouco sobre a questão da neutralidade no próprio desenvolvimento tecnológico. Se é possível, como é que os interesses se relacionam com a tecnologia?*

Esta é uma pergunta complexa! O problema da neutralidade a que nos referimos é que é difícil afirmarmos que a notícia é totalmente imparcial. O ponto de vista é realmente difícil, porque a gente tem sempre o filtro, não é? Mas temos que nos esforçar para nos aproximarmos o máximo possível da realidade. Se você se aproxima da realidade você está procurando ser o mais real possível. Quanto à convergência tecnológica, como falamos no início, esperamos que o computador, a televisão, o jornalismo online, tudo passe a acontecer em uma mesma máquina. Entretanto, vamos continuar tendo problemas porque não podemos transmitir todas as informações porque passa a ser cansativo alguém ler em um monitor, seja de televisão ou de microcomputador. Então as informações serão veiculadas resumidamente. Desta forma, os jornais online oferecerão aos seus clientes basicamente o *lead* e o *sublead* das notícias. Só o primeiro parágrafo, praticamente a mesma forma com que as notícias são dadas hoje pelo rádio e pela televisão. Então vamos continuar tendo esse problema. Atualmente, está sendo desenvolvido um projeto nos EUA, que é a venda da informação jornalística. Da mesma forma que existe a televisão paga, eles começam também a vender notícias através do jornalismo online. Por este processo o consumidor escolhe o que é que ele quer receber

diariamente, o dia inteiro, a qualquer hora, o processo como a notícia vai se construindo em tempo real. Os novos detalhes da notícia vão se sobrepondo aos detalhes antigos. Se o levantamento dos dados de uma notícia, por exemplo, de um terremoto, for mudando o consumidor vai recebendo novas informações sobre o tema durante todo o dia. Desta maneira, o cliente fica sempre atualizado. Então é um jornalismo online, permanente, contínuo e em tempo real. Quer dizer, isso é um meio de usar a tecnologia, mostrando uma convergência tecnológica aplicada ao jornalismo e um modo de prestar serviço com qualidade. Agora, vamos ver o outro lado da moeda. O negócio é o seguinte: quem é que vai ficar preso, durante todo o dia todo em frente de um monitor, para saber, minuto a minuto o que está acontecendo, o que foi que mudou, prestar atenção e acompanhar a mesma notícia o dia inteiro? Este é um questionamento que pode ser feito devido os hábitos de vida de cada um. Mas, o que importa neste momento, é que já se pode comprar esse tipo de informação. Isso vai ser muito bom para quem trabalha na área econômica. Informação econômica, informação financeira sim. Porque aí o consumidor terá acesso às informações em tempo real da bolsa de valores, sobre a cotação de preço de mercadorias, etc. Este é um tipo de informação que já está sendo vendida. As empresas estão vendendo essas informações via Internet, com uma atualização permanente, minuto a minuto ou de hora em hora. Para quem lida com esse tipo de informação e você vai tendo acesso. Então para quem lida com essas informações o avanço tecnológico é ótimo. Mas para um leitor comum isso não vai alterar em nada. Você sai de manhã com uma informação, retorna à noite para casa e passa a ter uma nova emissão da notícia atualizada.

*Villy Modesto, sucursal de A TARDE e rádio-jornal de Itabuna – Meu caro Sérgio é um prazer trabalhar com você. Eu gostaria que você relatasse um pouco a respeito desse projeto editorial de muito sucesso que você lançou na Bahia e também que você falasse um pouco de como deve ser a ética no jornal, no rádio e na televisão.*

Você está se referindo à Neon ou ao suplemento *A Tarde Municípios*. Ah! A TARDE Municípios. Pois bem falarei um pouco sobre os dois. O projeto *A Tarde Municípios*, que acaba de completar 15 anos, representa a nossa intenção principal era a gente fazer um jornalismo regional. Eu estava retornando dos Estados Unidos, onde fiz o mestrado e o doutorado, e lá comecei a desenvolver uma idéia de como fazer um jornalismo cada vez mais regional, com produção de notícias locais, que a gente deixasse de usar as agências de notícias com as suas óticas e suas perspectivas distorcidas, porque



na verdade o que ocorre é isso. As notícias que chegam aos jornais, às rádios e televisões provenientes de agências de notícias chegam com a ótica americana, a ótica francesa, ótica britânica, ótica russa e não com a ótica brasileira que é diferente da ótica de cada um deles. A maneira do profissional brasileiro analisar um fato é diferente da forma, por exemplo, que o americano analisa. E se nós não podemos fazer um jornalismo internacional com a nossa ótica, pelo menos podemos gerar uma maior quantidade de informações regionais, que é muito mais importante e ajuda a promover muito mais o nosso próprio desenvolvimento. É bom que se diga: a imprensa não faz o desenvolvimento, mas ajuda. De que forma? Vejamos, quando noticiamos em um jornal direcionado – como é *A Tarde Municípios*, voltado só para os municípios baianos –, que uma cidade desenvolveu um determinado sistema educacional e que eliminou o analfabetismo ou que um outro conseguiu zerar a mortalidade infantil, se a reportagem esclarece como esses municípios conseguiram isso, o jornal está dando uma dica, uma informação para que um outro prefeito, uma outra cidade, procure conhecer aquela experiência e possa repeti-la em seu município. Quando publicamos uma informação sobre alguma experiência bem sucedida em um município, logo um secretário ou o próprio prefeito de um outro município procura conhecer a experiência *in loco* e, se a mesma for viável, será aplicada em sua região. Na verdade, acredito que estamos fazendo um trabalho jornalístico também de integração municipal através deste projeto, defendendo a municipalidade, suas reivindicações, exercendo o papel de porta-voz junto aos poderes constituídos. Trata-se, portanto, de uma política editorial participativa, definida no sentido de ajudar, de manter, de fazer com que todos os municípios se integrem. Em função disso é que este projeto editorial tem credibilidade e continua fazendo sucesso junto ao público. Outro projeto que lancei esse ano [1999], é a revista *Neon*. Trata-se de uma revista mensal dedicada às artes, à cultura e ao entretenimento na e da Bahia. Apesar de publicarmos notícias de outros estados e países. A revista está ainda muito incipiente, apenas começando, com uma tiragem limitada que se esgota rapidamente. Pela procura e interesse que ela vem despertando, pode-se concluir que a *Neon* caiu na aceitação do público leitor. As pessoas compram exemplares da *Neon* nas bancas e enviam para fora, para parentes, para pessoas que moram, residem em outros estados e no exterior, para mostrar as coisas da Bahia.

*(platéia) – Existe uma versão on line da Neon?*

Ainda não. Por falta de recursos capitais. Mas no futuro com certeza teremos. Estamos com todas as edições gravadas em CDs e pretendemos montar uma *Home Page*, disponibilizando todas as informações e imagens que estamos veiculando. Agora, respondendo à segunda parte da pergunta de Vily Modesto, sobre a questão da ética. Em resumo, podemos dizer que não existe ética médica, ética de jornalística, ética daquilo. A ética é uma só. Ou você é ético ou não é ético. Não existe ética para homem, ética para mulher, ética para dentista, ética para médico, entende? A ética tem que ser ética. Você é ético em relação à maneira como você se porta. Você é ético no desempenho da sua função profissional. A ética tem que estar presente na maneira como você transmite suas informações para o seu paciente, ou para seu público leitor ou para seu público ouvinte. A ética aí é generalizada. Não existe uma ética diferenciada para cada profissão, apesar de cada uma delas ter desenvolvido um código de ética com detalhamentos específicos. No jornalismo, ser ético é ser real, ser concreto e ser fiel às informações e ter compromisso com a verdade e com seu público, seja ele leitor, radiouvinte ou telespectador.

*(platéia) – Boa tarde! Professor Sérgio, meu nome é Davidson Magalhães. Eu sou professor de Economia aqui da UESC. Primeiro eu gostaria de fazer uma pergunta que diz respeito ao processo da globalização e essa homogeneização da notícia. Qual é o espaço que existe para a imprensa alternativa fustigar outras versões dos fatos diante dessa homogeneização?*

Como é que a gente poderia através da imprensa alternativa ter condições de combater essa homogeneização das notícias? Como imprensa alternativa, nenhuma. Não teria chances de combater a homogeneização, mas pode contrabalançar com versões diferenciadas. Uma de suas características é que se enquadra na classificação de pequenos meios. Ela é segmentada, direcionada para pequenas comunidades, grupos comunitários, partidários ou ideológicos entre outros. Um veículo alternativo aos veículos comerciais, alternativo à grande imprensa trabalhando informações geralmente não abordadas ou consideradas pela grande imprensa. Sobre a globalização e a homogeneização da informação poderíamos, para melhor esclarecer, falar um pouco sobre como as notícias chegam aos jornais e o papel das agências noticiosas. Bom, a

homogeneização da informação existe principalmente porque a maioria das notícias chega aos veículos através das assessorias de imprensa e das agências de notícias, é claro, como já me referi aqui, as notícias distribuídas por agências chegam aos jornais com a ótica local da agência de origem. As agências de notícias foram criadas nos EUA na época da guerra da secessão, no sentido de facilitar e baratear os custos dos jornais. Eles formaram cooperativas de produção de notícias que eram distribuídas para todos. Porque os jornais tinham que enviar repórteres, fotógrafos, telegrafistas para remeter as notícias, mensageiros e tudo mais. Então era muito mais fácil ter um grupo produzindo para todo mundo porque os custos de produção seriam reduzidos. E essa decisão foi tão positiva, que deu certo lá e a experiência foi espalhada pelo mundo todo, com as cooperativas de produção de notícias passando a vender essas informações para os veículos que tivessem interesse. Os pacotes de informação passaram a ser cobrados de acordo com o potencial de pagamento e cada cliente. Se o cliente possui uma grande empresa e puder pagar mais, ele paga. Se não puder, paga menos, mas recebe a mesma quantidade de informação. Com isto, todos passaram a ter acesso às mesmas informações que são distribuídas praticamente da mesma forma, registrando-se aqui também um processo de homogeneização da informação. Agora, o que existe de errado por detrás disso é justamente a ótica com que a notícia é distribuída, a interpretação dada a uma notícia que acaba sendo divulgada da mesma forma, com a mesma ótica e opinião por todos os veículos. Por exemplo, uma notícia produzida no Brasil por uma agência americana acaba retornando ao Brasil. Ou seja, essa notícia de origem brasileira, captada no sei estado por uma agência estrangeira sai daqui, vai até Nova Iorque e volta novamente e os nossos jornais a publicam. Isto é que está errado. Não podemos deixar que isso ocorra, mas as empresas jornalísticas, em sua maioria fazem isso porque é mais barato do que contratar repórteres. Receber e publicar o material fornecido por agências de notícias é mais barato do que montar sucursais e contratar profissionais para cada uma delas. Sai mais barato contratar os serviços de uma agência do que colocar uma sucursal ou correspondente em cada estado ou em cada país. Aí os jornais podem contratar, por exemplo, os serviços da Agência Estado ou da Agência Folha, que são de São Paulo. Podem também contratar os serviços da Agência JB, ou da Agência Globo, que estão instaladas no Rio de Janeiro. Ou contratar os serviços das agências estrangeiras como

*Associated Press (AP), United Press International (UPI)* entre outras. Aqui é que tanto os leitores locais como as empresas jornalísticas que usam este tipo de serviço correm riscos, como recentemente, nós, aqui da Bahia corremos quando da decisão para a implantação da fábrica da Ford. O *Estado de S. Paulo* e a *Folha de S. Paulo*, defendendo os interesses paulistas concentram farto material noticioso contrário à instalação da Ford na Bahia. E o resultado foi que alguns jornais baianos e outros nordestinos, estavam publicando as notícias distribuídas através das respectivas agências destes jornais, que defendiam os pontos de vista dos paulistas contra os interesses da Bahia e do Nordeste. Imaginem agora a mesma situação em nível internacional. Como é que vocês acham que uma agência americana vai noticiar algum fato de interesse dos americanos em qualquer ponto do planeta? Será que vão defender os interesses locais? Entenderam qual é o risco que corremos? Compete, portanto, aos editores locais analisar as notícias, verificar os interesses locais, regionais e defender esses interesses mesmo quando a notícia chega à sua empresa através de uma agência nacional. Isto porque uma notícia produzida por jornal paulista e distribuída por uma agência vinculada àquele jornal, em princípio, vai defender os interesses paulistas, não os interesses baianos. Então nós também temos que ter esse ranço regional no sentido de defender os interesses locais porque eles defendem os interesses deles. O *Estado de S. Paulo* e a *Folha* não são jornais de caráter nacional, eles têm uma circulação nacional, mas são jornais paulistas como *O Globo* é um jornal carioca e *A Tarde* é um jornal baiano. Jornal nacional é quando você tem um jornal que circula nacionalmente e trata todos os assuntos de maneira semelhante, Aqui no Brasil não temos um jornal nacional, apenas jornais locais de circulação nacional. Nos Estados Unidos o *Washington Post*, o *New York Times*, *USA Today* e alguns outros poucos, apesar dos nomes regionais possuem uma dimensão nacional na forma de tratar as notícias. Os demais jornais americanos não noticiam outros estados, só se referem aos fatos a cidade ou estado onde estão instalados, apesar de também, a depender da importância da notícia, veicularem outras de cunho nacional. Eles são extremamente voltados para cada cidade ou para cada Estado. Se o leitor quiser, ele comprará um jornal local e um jornal nacional. E eles são fortes exatamente por isso. É o regionalismo que está cada vez mais forte. Isto porque, para dar certo, o próprio processo de globalização exige, de certa forma, que exista nas regiões e nos países um processo forte de

regionalismo cultural. Não estou me referindo aqui à globalização do capital, mas à globalização cultural de bens simbólicos. Assim, é necessário, entre aspas, que o regionalismo seja forte para que eles possam também atuar. Hoje se fala muito da “McDonaldização do mundo” porque encontramos McDonalds e Coca-Cola no mundo inteiro, mas ninguém está falando que também encontramos produtos e cultura de origem japonesa, chinesa e outros mais também espalhados por todo o mundo. A globalização também facilita esse trânsito multicultural, fazendo com que um produto regional praticamente deixe de ser regional e passe a ser mundial. Quer dizer, é um processo de mundialização da cultura e isso acaba fortalecendo também os processos culturais regionais.

*Mariana Amado e Lauren Argolo: O senhor disse que a maioria das fontes só revelam o que têm interesse em ser divulgado. Por outro lado, o senhor disse que a culpa de uma meia-verdade ser noticiada é da fonte que a divulga. Diante disso, não seria então irresponsabilidade do jornalista divulgar uma notícia confiando somente na sua fonte?*

Bom, existem fontes e fontes. Quando digo que o jornalista precisa ter fontes, quero dizer que ele precisa saber a quem recorrer para apurar determinado tipo de notícia. Então o profissional tem que possuir sua própria lista de fontes que ele pode recorrer para apurar melhor as informações, confirmando-as ou não. Um jornalista tem por obrigação saber, quem é que pode falar sobre isso e aquilo? Tem que ter uma agenda com o endereço, telefone e saber onde localizar aquela pessoa/fonte a qualquer hora do dia ou da noite. Isto não significa que a fonte é daquele jornalista, mas significa que ele pode ter acesso àquela fonte e que a fonte confia nele ou pode confiar nela. O bom relacionamento de um repórter com uma fonte depende do nível de confiança e credibilidade que cada um tem no outro. Tem repórter que procura uma fonte e ela pode se esquivar de atendê-lo ou coloca condições tais como: “eu só lhe respondo por escrito”. Isto pode ocorrer quando a fonte não confia no repórter por algum motivo que pode ter sido uma experiência negativa anterior, quando suas declarações podem ter sido deturpadas. Quando a fonte passa a confiar no repórter, até pelo telefone ele fala. Porque ela sabe que aquele jornalista não vai deturpar suas declarações. Devemos também, agora, chamar atenção sobre alguns riscos que o jornalista corre quando só confia numa determinada fonte. Aqui começam a surgir alguns problemas, porque mesmo as fontes mais

confiáveis, também estão sujeitas às suas fraquezas. Por mais confiável que seja a fonte, portanto, recomenda-se checar as informações. A fonte pode ser confiável, mas é obrigação nossa chegar toda informação recebida, mesmo quando a fonte é de confiança, principalmente em se tratando de assuntos políticos e econômicos, que envolvem pessoas, empresas e instituições.

*Pergunta de uma acadêmica não identificada – O senhor falou sobre a imparcialidade na imprensa. Como um jornalista que trabalha numa imprensa onde predomina a política e onde notícias são censuradas e escolhidas cuidadosamente poderia manter a imparcialidade?*

Eu disse que era difícil fazer um jornalismo imparcial a partir do momento em que você está envolvido na seleção das fontes, está envolvido na seleção das pautas, está envolvido na escolha das respostas das fontes e na seleção dos dados que ele vai transmitir. Aí é que se questiona a imparcialidade jornalística. Certo? Mas, é dever do profissional de imprensa buscar a verdade e a realidade dos fatos, transmitindo-os da maneira mais pragmática possível, da maneira mais real possível. Procedendo assim, o jornalista conseguirá se aproximar da realidade. Porque se ele conseguir se aproximar da realidade e da verdade, ele conseguirá ser, ou tentará ser imparcial na transmissão dos fatos.

*Emílio José, estudante de História e Comunicação e Radialista – O jornalista Mino Carta numa entrevista a Juca Kfoury, na CNT, no ano passado(1999), afirmou que a imprensa brasileira de um tempo para cá, mais ou menos seis anos, está sempre se colocando contra os movimentos populares. E faço uma segunda pergunta: como os jornalistas da capital encaram essa questão de não haver liberdade de imprensa na Bahia? A Bahia é considerado o estado mais violento para os jornalistas?*

Acredito que o maior problema que existe na imprensa brasileira pode ser resumido numa única palavra: arrogância. Eu nunca me senti e nunca vi um jornalismo tão arrogante quanto o que vem sendo praticado no país nos últimos anos. Os jornalistas estão se considerando como verdadeiros donos da verdade. É o jornalista que sabe das coisas, que sabe o que o povo quer. É o jornalista que sabe o que é que o povo precisa ler, o que é que a população vai assistir. Se isto não bastasse, além da arrogância ainda tratam as fontes com petulância. Nos últimos anos, a imprensa tem evidenciado muita empáfia e arrogância. Quanto maior é o jornal ou a emissora, mais arrogantes passam a ser os profissionais que neles trabalham. Temos que colocar os pés no chão minha gente! Nós,

da imprensa, não somos donos da verdade. Somos profissionais que devem transmitir as informações corretamente, cumprindo nossa função social de informar e educar da melhor maneira possível. O jornalista é o elo entre as fontes, entre os fatos e a comunidade. Quando uma fonte, um ministro ou um secretário de estado, um governador está atendendo a um jornalista, ele não está atendendo ao jornalista porque ele é importante. Não, ele está sendo atendido porque naquele momento, na verdade, ele representa 400 mil, 500 mil ou um milhão de pessoas que lêem o jornal para o qual trabalha. E isso, todo jornalista tem que botar na cabeça e se conscientizar desta realidade. Então, pode-se concluir que quando uma autoridade está atendendo a um jornalista, na verdade ela está atendendo aos milhares de leitores, radiouvintes ou telespectadores do veículo para o qual aquele profissional trabalha. Exatamente por isso que o jornalista tem que deixar de ser arrogante, porque nós não somos donos da verdade de coisa nenhuma. Não compete à imprensa de um modo geral nem a nenhum jornalista em particular, pré-julgar, julgar e agir como se fosse o verdadeiro juiz da sociedade. É por isso que digo que o maior problema da imprensa hoje é a arrogância.

Tentando responder agora a segunda pergunta do estudante Emílio José, gostaria de registrar que me senti meio sacudido quando você falou “jornalista de capital e jornalista de interior”. Para mim não existe isso. Jornalista é jornalista seja lá onde for. O que diferencia o jornalismo local do regional e do nacional são as facilidades ou dificuldades para o exercício da profissão. No suplemento *A Tarde Municípios*, do qual sou editor, nós evitamos usar a palavra interior. Procuramos evitar o uso da palavra interior porque nós não estamos falando da capital para o interior, nós estamos transmitindo notícias. Nós não nos sentimos superiores nem menosprezamos os fatos nem os profissionais do interior. A palavra interior só é usada quando não tem jeito. Por exemplo, o interior do município tal, a zona rural do município tal. Pois bem, vamos à resposta. Quanto menor o município, quanto menor o estado, quanto menor for o veículo, mais dificuldade o jornalista vai ter no relacionamento com as fontes de informações e com os poderes constituídos locais. Isso é óbvio! Porque quanto menor, mais dependente o jornal é ou dos órgãos públicos ou do poder central econômico que exista naquele município, isto para não falarmos das lideranças políticas locais, que também exercem um poder paralelo muito grande. Então compete ao jornalista o ponto de equilíbrio. Quer

dizem todos sabem as dificuldades regionais como sabem também das dificuldades que um jornalista enfrenta numa capital como Salvador ou como Rio de Janeiro ou Nova Iorque. Os problemas são os mesmos em dimensões diferentes. Mas os mesmos problemas que os jornalistas de Nova Iorque encontram no exercício da profissão, nós sentimos aqui também em Itabuna, Ilhéus, Salvador ou São Paulo, guardadas as devidas proporções.

Com referência à violência contra os jornalistas devemos esclarecer que somos contra todo e qualquer tipo de violência. Quanto a essa pesquisa de que a Bahia é a mais violenta e coisa e tal, eu não tive acesso a dados de outros estados ou países para poder confirmar aqui que o nosso estado seja mais violento ou menos violento. O que o Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado da Bahia – Sinjorba, a Federação Nacional dos Jornalistas – Fenaj, e a Associação Nacional dos Jornais – ANJ, têm feito é defender o livre exercício da profissão e condenar toda e qualquer agressão que exista contra a liberdade de imprensa ou contra o exercício da profissão. E seja ela qual for. Agora afirmar qual é a cidade que é mais violenta ou menos violenta porque aconteceu um fato, dois fatos, três fatos, a gente não pode considerar estes dados para classificar o nosso estado como sendo o mais violento sob pena de estarmos exagerando ou dando uma conotação política generalizada para casos específicos. Jornalista morre diariamente em todo canto do mundo. Se acompanharmos os noticiários transmitidos via Internet, constatamos que não é só aqui que se mata jornalista. Todo dia tem jornalista sendo morto por aí. O jornalismo é também considerada como uma profissão de risco e não é exatamente porque mandam matar jornalistas. Constatam as pesquisas que jornalista tem uma média de vida estimada de 45 anos, devido às tensões e pressões do dia-a-dia, da adrenalina, a uma vida atribulada, sempre correndo contra o tempo. Uma série de coisas. Por estas e outras é que o jornalismo também é considerado uma profissão de risco, como outras também o são.

Então o que precisamos acabar é com a arrogância jornalística. A violência de que tanto nos queixamos contra a imprensa, se for bem analisada, passa também pela arrogância. Muitos casos de violência contra jornalista ocorrem devido ao fato da divulgação de informações mal apuradas que acabam afetando a vida das pessoas. O



jornalista não mede as consequências da divulgação de determinadas informações envolvendo pessoas porque para nós estas informações já entraram na rotina do dia-a-dia. É rotina o jornal publicar notícias contra A, B, C etc. e tal, mas a imprensa não está avaliando que a divulgação de certas informações de modo irresponsável está afetando a vida das pessoas envolvidas e que podem ser ou estar inocentes de culpa e mesmo assim o jornal veiculou que ela é suspeita de ter praticado alguma coisa. O jornalista tem que refletir sobre isto com clareza. Temos que exercer a nossa profissão com liberdade e segurança, mas com responsabilidade, cumprindo com nossos deveres profissionais, exercendo as nossas atividades sem negligências. Porque se o profissional de imprensa não apura direito a notícia que ele pretende divulgar, ele pode até estraçalhar a vida de alguém. Quando a imprensa divulga um fato errado é porque ela apurou direito. Depois de destruir a vida de uma pessoa com a divulgação de notícias infundadas fica difícil voltar atrás, não adianta a publicação de direito de resposta com retificação. Aquele exemplo que eu dei da Escola de Base de São Paulo, não aconteceu nada com a Folha nem com os repórteres da Folha, mas as pessoas sob suspeita perderam seus negócios, tiveram um prejuízo econômico, tiveram problemas morais, além de terem sofrido uma série de penalidades públicas, mas nada aconteceu com a imprensa que precipitadamente divulgou informações sem as devidas apurações e checagem. Exatamente por não apurarmos direito as informações também é que tem alguns congressistas, que já sofreram nas mãos de alguns jornalistas ou veículo de comunicação, que querem aprovar uma legislação que vai criar uma série de limitações para a imprensa. Querem impor penas pecuniárias altíssimas, que vão acabar gerando a autocensura. Qualquer coisa que o jornalista venha a publicar, se a nova lei for aprovada, ele responderá judicialmente por ela. O trabalho jornalístico se tornará muito mais difícil porque vamos trabalhar sob a égide da autocensura. Ou a gente deixe de lado a arrogância, essa empáfia toda, e passamos a trabalhar com seriedade, em busca da verdade, ou não teremos saída. O jornalista não precisa ser agressivo para transmitir informações. Ao longo dos anos tenho constatado a atitude agressiva de alguns colegas para com as pessoas. Fazem perguntas às fontes parecendo que querem bater nelas. Exemplo disto podemos assistir, na televisão, quase que diariamente. Não é?

*Professora Raildes Pereira Santos, diretora do Departamento de Letras da UESC – Boa tarde professor Sérgio Mattos. Queremos parabenizar todos os profissionais da área pelo seu dia, os alunos da Comunicação, os profissionais do rádio, da televisão e, sobretudo, agradecer de forma especial a parceria aqui constituída com a Prefeitura municipal de Ilhéus, uma das parceiras na promoção desse n e ABI Regional Secção Sul aqui representada pelo seu presidente Valério Magalhães. Visitando a página do professor Sérgio Mattos eu encontrei uma poesia que sintetizou este momento aqui, que foi: “Que os poetas façam a revolução da canção./Que usem as flores, as palavras e os poemas como armas da libertação./ Que os poetas cantem o amor, a liberdade e usem a verdade como estandarte na luta contra a alienação.” Na exposição do professor duas questões me chamaram a atenção. Gostaria de louvar pela coragem de assumidamente o professor ter colocado aqui o mito da neutralidade da imprensa. E isso eu acho que é interessante, que se ressalte isso. Agora num outro momento o professor fala de que a imprensa de uma maneira geral não forma opinião. Aí eu me preocupo com uma parcela da população que não é pequena. A parcela que não é leitor crítico, é constituída por aquele leitor de que Paulo Freire fala, que é o analfabeto funcional, que decodifica sinais, mas não tem, até por conta de tudo, uma função social, ele interfere pouco naquilo que ouve ou naquilo que lê. Aí eu pergunto que preocupação a imprensa tem com essa parcela da população que seria, vamos chamar de uma maneira geral, aquele interlocutor acrítico. Isso colocando aí o interlocutor do rádio, da televisão, da imprensa de uma maneira geral. Até porque esses veículos trabalham muito com a sedução da linguagem o efeito do sentido. Então como a imprensa vê esse tipo de leitor?*

Bom, a primeira coisa que eu gostaria de fazer é esclarecer que eu não afirmei que a imprensa não forma opinião. Se assim entenderam me desculpem. O que eu tentei dizer é que a influência que a imprensa exerce sobre o seu público não é exatamente aquela que muita gente imagina. Ela exerce uma influência, mas não aquela total de que a imprensa pode, de que a imprensa faz e acontece. Com relação a formar opinião, dos veículos existentes, os veículos impressos são os que mais formam opinião. Primeiro, porque a imprensa escrita está lidando com uma elite, que sabe ler e escrever, que tem poder aquisitivo para se dirigir a uma banca de revista, meter a mão no bolso e tomar a decisão de comprar um exemplar deste ou daquele jornal. Ao comprar e ao ler aquele veículo, o consumidor pode se identificar com o mesmo, acreditar na linha editorial adotada por aquele veículo e passa então a absorver também as opiniões transmitidas por ele. Neste ponto o jornal passa a ser formador de opinião e aquele leitor um multiplicador daquela opinião. Ele poderá transmitir para outras pessoas a opinião que já está sedimentada. Ele pensa igual àquele veículo, ele busca naquele veículo mais argumentos para fortalecer ainda mais a sua própria opinião. Nesse sentido, dentre todos os veículos existentes, os impressos sedimentam e formam mais opinião. Os demais também exercem influências,

mas consideradas efêmeras. Com relação à formação do público leitor, por exemplo, todos os jornais brasileiros, de um modo geral, estão muito preocupados com a formação do público leitor. Isto porque durante essa última década, nessa década de 90, está havendo uma redução sistemática do índice de leituras de jornal. Então os jornais passaram a desenvolver uma série de pesquisas e projetos tentando alavancar novamente os índices de leitura. Através da Associação Nacional dos Jornais eles estão desenvolvendo projetos educacionais, como o Jornal Escola, objetivando levar os jornais para dentro das escolas, além de facilitar o acesso dos estudantes primários, secundários às redações de jornais. Estão também desenvolvendo projetos editoriais, imprimindo cadernos específicos destinados a essas escolas, com todo o conteúdo voltado para os estudantes no sentido de criar o hábito de leitura. Está havendo também, nos grandes jornais, uma preocupação no sentido de sedimentar e criar um hábito: fazer com que as crianças de hoje aprendam a pesquisar no jornal e que usem o jornal como fonte de nossa história contemporânea. Fazer com que usem o jornal como um instrumento de pesquisa nos trabalhos escolares. Para tanto, as empresas jornalísticas estão abrindo suas portas e seus arquivos para que os estudantes possam fazer pesquisas. Isso é uma preocupação real da imprensa voltada para estimular o surgimento de novos leitores. Com relação àquelas pessoas mais carentes, a parcela da população mais carente, que não teve acesso à educação, que não sabe ler e escrever ou que é semi-analfabeta, os jornais têm uma preocupação muito grande para com esta parcela da sociedade e esta preocupação começa exatamente com a linguagem usada. Se vocês observarem bem, principalmente o pessoal da área de Letras, vocês vão ter sempre uma crítica muito séria a fazer aos jornais no que se refere à qualidade dos textos publicados. O texto jornalístico é logo identificado como sendo um texto pobre, um texto sem muitos recursos lingüísticos, um texto que não é rebuscado, etc. Criticam e denunciam o texto jornalístico como sendo repetitivo, que usa palavras banais, etc. Mas o que talvez o pessoal da área de letras não saiba é que isso é proposital. Buscar a simplicidade, a ordem direta, a clareza e a objetividade no texto é uma das técnicas do jornalismo. No caso do Brasil, os textos jornalísticos são produzidos com a utilização de no máximo 800 palavras. E são exatamente essas 800 palavras que provavelmente eu usei aqui para me comunicar com todo mundo. Não usei nenhuma palavra diferente que já não fosse do conhecimento de todos. Não usei nenhuma palavra

rebuscada. Todos entenderam minha mensagem. O jornalismo diário trabalha em cima da simplicidade, que é muito difícil. Vocês sabem disso. O jornalismo trabalha com as 800 palavras mais comuns, exatamente aquelas palavras utilizadas pela população. Isto também acontece porque sabemos que os jornais possuem alguns leitores que quando vão ler o jornal soletram cada palavra lida mesmo. Ele pega, por exemplo, uma notícia na qual está escrita b-o-l-s-a, bolsa, ele não lê bolsa, ele lê, sacola por associação de idéias. E este exemplo também, nos reporta a Paulo freire e ao seu método de alfabetização, não é mesmo? A linguagem jornalística impressa tem que atender a doutores e a semi-analfabetos. E todos devem entender a mensagem que está sendo transmitida. Entretanto, essa preocupação jornalística não é percebida ou entendida nesse sentido pelos literatos, pelas pessoas que pesquisam a linguagem, a literatura, e que criticam a linguagem jornalísticas pela falta de rebuscamento. Ressalte-se que os jornais se reservam a utilizar uma linguagem mais rebuscada, mãos opinativa, exatamente em suas páginas editoriais, onde podem ser encontradas as suas colunas opinativas, artigos de fundo e os editoriais do jornal. Aí sim, o jornal opina e usa uma linguagem mais elevada porque a mensagem, necessariamente, não é dirigida à população de um modo geral, mas é dirigida aos formadores de opinião.

Gostaria de encerrar a minha participação neste evento agradecendo a oportunidade de poder falar aqui neste auditório da UESC, para uma platéia tão simpática e interessada no assunto e que me suportou por tanto tempo. Muito obrigado.

***Mesa:** Finalizando então esse evento cultural a gente vai ter a apresentação aqui do Remix. O Remix é uma colagem de textos poéticos, usando inclusive alguns poemas do professor Sérgio Mattos.*

## OS 50 ANOS DE NOSSA TELEVISÃO

*Palestra proferida como parte da programação da Bienal do Recôncavo, em São Félix, Bahia, no dia 4 de novembro de 2000. (Texto da palestra a partir da transcrição de gravação magnética).*

Boa noite para todos! É uma satisfação imensa retornar a São Félix durante a Bienal do Recôncavo ano 2000, promovida pela Fundação Dannemann. Vamos tentar, hoje à noite, não proferir uma palestra formal, mas através de um bate-papo descontraído traçar um histórico da televisão brasileira para que possamos entender como sua evolução ocorreu ao longo dos últimos 50 anos.

Como vocês devem saber, porque estão acompanhando as notícias e os programas especiais transmitidos pelos canais de TV, no dia 18 de setembro deste ano 2000 a televisão brasileira completou 50 anos de existência. Ela foi fundada oficialmente em 18 de setembro de 1950 e alguns dos personagens que participaram da festa de inauguração ainda continuam atuando, apresentando programas como a Hebe Camargo. Hebe Camargo foi uma das primeiras pessoas a aparecer na televisão brasileira. Ela estava prevista para entrar no ar no programa de inauguração, mas uma rouquidão de última hora a impediu de cantar uma música que havia sido composta especialmente para a ocasião. Hebe acabou sendo substituída por Lolita Rodrigues.

Em 50 anos de existência a televisão conseguiu se transformar no nosso maior veículo de comunicação de massa, detendo a maior audiência do país, maior do que a audiência de todos os outros veículos de comunicação juntos. A televisão hoje consegue atingir 99,5%, ou digamos, 100% de todo o território nacional. Na Amazônia, por exemplo, que é um local terrível para a televisão atuar, existem várias torres de retransmissões, satélites e redes de microondas, tudo para fazer com que a imagem da televisão chegue a todos os lugares possíveis.

A televisão chegou ao Brasil no período do pós-guerra, quando a influência americana estava no auge. Tudo no Brasil, em 1950, refletia aquela ansiedade da população por bens que pudessem representar alguma coisa de positivo, alguma coisa que

fizesse com que o país se sentisse modernizado. A televisão era o objeto de desejo das elites brasileiras na década de 50. E então apareceu um cidadão chamado Assis Chateaubriand, presidente dos Diários Associados, que com muita ousadia implantou a televisão no Brasil. Para que vocês possam ter uma idéia do poder dos Diários Associados em sua época de ouro, se, a grosso modo, fizermos uma comparação proporcional entre a influência que imaginamos que Roberto Marinho, da Rede Globo tem hoje, com o poder que Assis Chateaubriand teve com os Diários Associados no país como um todo, poderíamos chegar à conclusão que o poder proporcional que Roberto Marinho tem hoje não chega a 50% do poder de influência que Chateaubriand exercia no país através dos Diários Associados. Ele detinha uma rede com jornais, rádio e televisão no país inteiro. A revista *O Cruzeiro* que pertencia aos Diários Associados naquela época, tinha uma circulação maior do que a *Veja* tem hoje. E naquela época não tínhamos aeroportos e aviões tão rápidos como hoje, nem uma malha rodoviária igual a que temos hoje. Não tínhamos as estradas que temos hoje e a revista *O Cruzeiro* chegava em qualquer rincão deste país. A televisão brasileira foi montada de uma maneira rápida e improvisada, porque Chateaubriand queria que o Brasil conseguisse fundar a televisão antes do México e Cuba. Nós não conseguimos fundar antes do México e Cuba, mas por questões de dias. Cuba inaugurou sua emissora 15 dias antes do México e este, 15 dias antes do Brasil. Mas fomos o primeiro país da América do Sul a ter acesso a TV, um dos maiores símbolos de modernidade da época.

E assim nossa televisão surgiu como um fruto da improvisação e com toda a criatividade e características do famoso jeitinho brasileiro. Não houve um planejamento. Foi tudo arranjado. Tudo foi montado de última hora. Quando a data de inauguração já estava marcada surgiu alguém perguntando: "mas nós vamos transmitir televisão para quem? Não existem televisores no país". A transmissão das imagens da televisão não teria audiência. Então, rapidamente, Assis Chateaubriand providenciou a importação, mas não pelos meios e vias legais que poderiam demorar muito. "A importação", entre aspas, para não chamarmos de contrabando, de apenas 200 televisores foi providenciada. O governo sabia do contrabando e fez de conta que não sabia. Os televisores foram espalhados por vários locais de acesso público: foyer de um teatro, no hall de um hotel, em frente a própria emissora, em praças públicas, nos bares e em clubes sociais de São

Paulo. E assim, uma parcela privilegiada pode assistir à transmissão da nossa primeira imagem. O primeiro programa foi ao ar assim. Transmitido para 200 televisores e as pessoas que estavam nas praças públicas, nos bares e clubes assistindo as primeiras imagens acharam que a televisão era uma coisa sensacional.

Agora, a título de curiosidade e por ser interessante, é bom saber que, na verdade, a primeira transmissão de televisão no Brasil aconteceu em 1939. A primeira vez que um brasileiro assistiu a uma transmissão de televisão aconteceu durante uma feira de negócios realizada no Rio de Janeiro, em 1939, um pouquinho antes da Guerra. Foi a Telefunken que fez uma transmissão, naquela época os alemães detinham essa tecnologia, estavam bem avançados e fizeram essa transmissão. Notícias veiculadas nos jornais e revistas da época registram que Getúlio Vargas apareceu na telinha. O rosto dele foi mostrado, em circuito fechado, porque era uma feira de negócios. Vários artistas da época se apresentaram também nestas transmissões em circuito fechado interpretando canções de sucesso daquele ano. Como logo em seguida começou a Segunda Grande Guerra, esqueceu-se da televisão por completo. Ela só voltou ao Brasil em 1950 e chegou para ficar ocupando todos os espaços possíveis, chegando ao ponto de substituir os oratórios que ficavam na sala das residências dos brasileiros, que em vez de se reunirem para rezar na sala passaram a se reunir em torno do aparelho televisor para assistir aos programas transmitidos. E a televisão foi ocupando cada vez mais o tempo das pessoas, transformando-se também na maior fonte de entretenimento do brasileiro.

Hoje seria incrível para o cidadão comum não ter acesso à televisão. Seria estranho você encontrar uma pessoa e dizer assim: "mas você não sabe nada?! Não assistiu ao programa de fulano?! Não viu o que aconteceu na novela ontem?! Você não ouviu aquela notícia? Não viu fulano? Não viu beltrano?" Imaginem como seria difícil para qualquer um dos presentes manter uma conversação no dia seguinte sem ter assistido o que foi transmitido pela televisão no dia anterior! Estou me referindo a isto apenas para chamar a atenção dos que aqui se encontram para que observem o quanto que a gente fala, que a gente conversa no nosso dia-a-dia e que está baseado no que a gente assistiu, no que a gente observou no dia anterior e que foi transmitido pela TV.

Até as notícias de última hora, aquelas de grande impacto são transmitidas pela TV. A população toma conhecimento, em tempo real, do que está acontecendo ou logo

após o ocorrido através da televisão, que interrompe sua programação normal para dar uma notícia importante. Antes da TV, só o rádio detinha o poder de transmitir a notícia em tempo real. Aí, à medida que a importância da televisão crescia, diziam que ela ia acabar com o rádio, ia acabar com os jornais, ia acabar com o cinema e acabaria também com as revistas. Mas o rádio não desapareceu. O cinema também não desapareceu e ainda contribuiu para fortalecer o novo veículo de massa, passando a ser utilizado como base de programação da televisão. Ao longo destes anos, o rádio se segmentou, ou seja, se especializou. Ele passou a ser ocupado realmente com uma programação diferenciada. Porque antes ouvíamos o rádio-teatro. Os dramas que eram transmitidos pelo rádio, as novelas que eram transmitidas pelo rádio tinham até um sentido mais forte porque a gente se reunia ao redor do rádio para ouvir as novelas. A sonoplastia que vinha através da sonorização do rádio fazia com que a gente interagisse muito mais com o rádio do que uma pessoa interage hoje com a televisão. Por quê? Porque hoje a televisão é o que seria considerado como um meio frio. Você é passivo. Você senta perante a televisão e assiste. Com o rádio não. O rádio fazia com que você prestasse atenção e participasse usando sua imaginação e seus sentidos numa interação perfeita. Ouvíamos o barulho de uma porta abrindo, um cavalo trotando, alguém batendo na porta... os recursos da sonoplastia fazia com que as pessoas imaginassem como eram as pessoas que estavam falando, como eram os personagens daquela história. Apesar de ter mudado, de ter ocupado outros espaços por causa da televisão, o rádio não desapareceu. O rádio continuou e segmentou sua programação.

Na verdade, em seus primeiros anos, a televisão absorveu totalmente a infraestrutura do rádio. Os artistas que trabalhavam em emissoras de rádio passaram a trabalhar nas emissoras de televisão. Os artistas que cantavam no rádio passaram a cantar na televisão. Os artistas que faziam o rádio-teatro passaram a fazer telenovela e, às vezes, ao vivo porque nos primeiros anos nós não tínhamos ainda o recurso do videoteipe e tudo na televisão era transmitido ao vivo. Os recursos do videoteipe só chegaram ao Brasil em 1964, até então tudo era transmitido ao vivo e muitos foram os erros cometidos, alguns tão gritantes e escandalosos que entraram para o rol de piadas e do folclore que envolve a história da televisão no país.



Foi na década de 60 que a televisão chegou na Bahia, com a inauguração da TV Itapoan, então uma emissora do grupo dos Diários Associados de Assis Chateaubriand. A TV Itapoan, Canal 5, foi instalada no bairro da Federação, no mesmo local onde ainda hoje funciona. Próximo à sede da Itapoan, na época, havia uma fazenda e tinha muito gado e muitas moscas que estavam sempre presentes dentro dos estúdios. E por conta destas moscas é que se conta que as garotas-propaganda entravam para fazer os reclames, como eram chamadas as publicidades da época, e na hora que estavam falando sobre um biscoito, sobre um leite delicioso ou sobre o guaraná, o guaraná Fratelli Vita, coisas que anunciavam na época, uma mosca entrou na boca de uma delas provocando um vômito transmitido ao vivo.

As improvisações também estiveram presentes na TV Itapoan. Conta-se também que certa feita foi um cenário que despencou durante a transmissão de um programa ao vivo, quando um ator tinha que voar de um canto para o outro preso a uma corda, bem ao estilo de Tarzan, e na hora que ele se lançou de um canto para o outro o cenário foi junto. O ator se espatifou no chão e tudo foi transmitido ao vivo. Quer dizer, os erros dos primeiros anos de nossa televisão eram grotescos e podiam acontecer assim como estes exemplos dados. Os erros apareciam porque era tudo ao vivo, muito diferente dos que ocorrem hoje, quando os programas, as novelas são gravadas e os erros cometidos eliminados em nome da qualidade. Outra estorinha contada como tendo acontecido também na Bahia, na TV Itapoan, aconteceu durante uma encenação, na qual um personagem tinha que matar um outro com um revólver. Só que ele entrou em cena com uma faca na mão e a sonoplastia usou o ruído de tiros. No momento exato da cena, conta-se, o ator olhou para a faca, olhou para o cara que ele tinha que matar e fazendo de conta que portava um revolver resolveu improvisar e fazendo gestos como quem estava atirando ia também reproduzindo o barulho dos tiros com sua boca: "pou, pou, pou". Acabou matando o cara a tiros com a faca que estava em sua mão. E a história continuou sendo transmitida como se ninguém tivesse percebido o erro.

Diante destes fatos, vocês devem estar imaginando como era a televisão brasileira e como ela evoluiu para chegar a ser considerada hoje como uma das televisões mais técnicas entre todas as que existem no mundo. O Brasil possui hoje a rede Globo, que é considerada a quarta maior rede de televisão do mundo. A Globo só perde em tamanho,

em faturamento, em produção, em tudo, para as três maiores redes americanas que são a ABC, a CBS e a NBC.

Para se ter uma idéia do potencial de produção da Globo imaginem o que é produzir pelo menos uns seis ou oito filmes de longa-metragem, com duas horas de tempo cada um por dia, e vocês terão a noção exata da capacidade de produção dela, pois esta é a média de produção nacional das telenovelas, dos seriados nacionais, que a rede Globo exhibe diariamente. Contem cada duas horas de programa transmitido como se correspondesse à produção de um filme de longa-metragem e então vocês podem ter idéia do que é hoje a capacidade de produção da televisão no Brasil.

Ao longo dos anos a nossa televisão foi se aperfeiçoando e ficando cada vez mais técnicas a ponto de, na década de 70, a Globo começar a exportar seus programas para vários países. E essa exportação acontecia de que forma? Ela tinha que mostrar que tinha algo de especial, alguma coisa melhor do que os outros. Então ela criou o que todos nós conhecemos como sendo o padrão Globo de qualidade. Até hoje se fala no padrão de qualidade. O que era o padrão de qualidade? Era o referencial que a rede Globo tinha para poder oferecer os seus produtos. Mas antes dela chegar a este padrão de qualidade ela passou também pelos mesmos problemas das outras emissoras.

A TV Globo foi inaugurada no dia 26 de abril de 1965 quando a Tupy, dos Diários Associados, era a maior rede de televisão do país. A Globo começou com uma ajuda do grupo americano *Time Life*, que na época fez um acordo e a Globo fundou a sua primeira emissora com US\$ 6 milhões. Seis milhões de dólares hoje não é nada para montar uma televisão, mas na época, em 1965, era muita grana! Para vocês terem uma idéia do que representava este montante, basta dizer que a mais moderna emissora da rede Tupy que tinha sido inaugurada naquele mesmo ano, no Rio de Janeiro, tinha sido montada com US\$ 300 mil e a rede Globo começou com US\$ 6 milhões. A rede Globo se deu ao luxo, no seu início, de rejeitar até anúncios. Ela fazia o que ela queria porque tinha que sedimentar primeiro uma imagem e atrair as audiências.

Então para ela atrair e manter as audiências o que foi que ela fez? Ela começou a trabalhar exatamente com uma programação mais popular. Quem era o público da rede Globo? Era o público das classes C e D. Não era o público das classes A e B que assistia a programação da rede Tupy. Ela então investiu nas camadas que não estavam sendo

trabalhadas pelos Diários Associados. Começaram a oferecer programas de auditório, os programas tipo Chacrinha... "Quem quer bacalhau?!" Foi assim, com programas de apelo popular, que a Globo conseguiu conquistar audiência. Com um pouco mais de três anos a TV Globo já estava no primeiro lugar de audiência. A partir daí, então, o que ela fez? Ela começou a modificar toda a sua programação e passou a dizer que: "agora nós vamos oferecer qualidade." Ela tirou Chacrinha e outros programas semelhantes do ar e começou a produzir programas que ela considerava como sendo de melhor qualidade, buscando a técnica e a qualidade de conteúdo.

Agora vocês devem estar se perguntando como é que nós chegamos à década de 90 e continuamos assistindo a programas com o mesmo nível de padrão baixo que nós tínhamos nas décadas de 60 e 70, tais como os programas de Ratinho, de Leãozinho e outros que estão aí integrando o time de programas de baixa qualidade. Programas que estão explorando o grotesco, explorando as aberrações de todos os níveis e que tem feito com que o governo venha novamente a usar de sua autoridade para reprimir esse tipo de programação abusiva.

Durante a década de 60, a televisão teve uma fase de seu desenvolvimento que começa exatamente com o Golpe Militar de 1964, que foi o grande responsável pelas mudanças estruturais que influenciaram no conteúdo da nossa televisão. Nós tínhamos o quê em 1964? Vamos tentar relacionar o que estava ocorrendo naquela década: na área cultural nós tínhamos o Cinema Novo, que estava em plena efervescência; nós tínhamos a Bossa Nova; nós tínhamos as músicas de protesto com o Teatro de Arena, com Nara Leão, etc. [...] tudo estava acontecendo no país de uma forma direcionada mais para a esquerda do que para a direita. Então aconteceu o Golpe de 64 e tudo que dizia respeito àquele período foi banido da televisão. O Cinema Novo do Brasil que era reconhecido no mundo todo como de qualidade; que tinha Glauber Rocha fazendo sucesso no mundo todo, a Bossa Nova, etc. Tudo que era crítica foi alijado porque não podia haver críticas ao sistema. Enquanto no resto do mundo as produções cinematográficas locais ajudavam as emissoras de televisão a preencher suas respectivas programações com produtos culturais produzidos localmente, no Brasil a nossa televisão não podia fazer uso do cinema nacional. Nossas emissoras tiveram que preencher suas grades de programação com filmes importados, principalmente de origem norte-americana. Isto porque os

enlatados americanos não criavam problemas de ordem ideológica para ninguém, nem para o proprietário da emissora de televisão, além de ter a vantagem de serem muito mais barato do que a produção local. Era – e ainda é – muito mais barato importar um enlatado do que produzir um filme para transmitir na televisão. E também tinha o problema da censura. Se a emissora trazia um bang-bang americano, um policial americano e colocasse no ar, não teria problemas com a censura porque era americano. Logicamente, importar enlatados americanos era perfeito, era correto. Ao passo que, se alguma emissora colocasse no ar um filme de Glauber Rocha, iria ter problemas. Um filme de qualquer outra pessoa que tivesse sido produzindo no Brasil, iria ter problemas porque a censura estava interferindo.

Não podemos deixar de registrar que foi também na década de 60 que as emissoras de televisão, tais como a TV Excelsior e a TV Record e todas as outras, começaram a produzir os grandes festivais de música popular brasileira transmitidos ao vivo pela televisão. Foi a partir de então que começaram a surgir toda essa gama de cantores que hoje estão ainda dominando o espaço. Foi na década de 60 com os festivais da Canção que surgiram nomes como os de Gil, Chico Buarque, Caetano e outros. Eles surgiram e se tornaram conhecidos nacionalmente através da televisão. Com isso a televisão criou também novas perspectivas para a cultura nacional em várias outras áreas. Mas, é bom lembrar que Gilberto Gil, por exemplo, não surgiu lá nos Festivais da Canção. Ele, na verdade, começou a cantar na TV Itapoan aqui na Bahia, ainda garotão, fazendo jingles das lojas de Salvador como Sapatos Calba... ele cantava os jingles na televisão. A TV Itapoan tinha também um programa chamado "Escada para o Sucesso" aonde todos os hoje considerados grandes nomes da MPB da Bahia se apresentaram. Quando foram estourar nacionalmente, durante o período dos festivais da canção, eles já tinham estado presentes na televisão aqui, já faziam shows de sucesso no Teatro Vila Velha, que foi um teatro de vanguarda na Bahia, em Salvador.

Mesmo que de uma forma muito resumida e aqui transmitida sem o rigor das datas, acredito ter apresentado uma pequena e generalista retrospectiva, da participação da televisão na vida do brasileiro. A TV facilitou também a criatividade musical, estimulando, anos depois, o processo do cinema, porque passou a usar os cineastas, os

diretores da indústria cinematográfica brasileira e os artistas de filmes nacionais que passaram a produzir e a participar das nossas telenovelas....

Foi a partir de 1964 também, que o Telecine, uma máquina que permite a transmissão de filmes na telinha, chegou ao Brasil. Aí as programações que antes só tinham programas ao vivo, teatros encenados e coisa e tal, começaram a mudar com a inclusão de filmes de longa metragem e seriados importados. Na mesma época em que os avanços tecnológicos, o Telecine e o videoteipe chegavam ao Brasil, aconteceu o Golpe Militar. Convenientemente, o que não interessava à Revolução foi banido da televisão que passou a usar os novos equipamentos para a transmissão dos programas importados que além de serem mais baratos não causavam problemas ideológicos com o regime militar. A chegada do videoteipe contribuiu para que as novelas, antes transmitidas ao vivo, fossem gravadas e retransmitidas no dia seguinte por emissoras de outras regiões do país. A título de curiosidade, vale lembrar, por exemplo, que os videoteipes das novelas transmitidas pela TV Itapoan, em Salvador, vinham do Rio de Janeiro ou de São Paulo diariamente de avião. Quando o avião atrasava, a emissora anunciava que “a pedidos” a emissora exibiria novamente o capítulo da noite anterior porque muita gente não tinha assistido. Então o capítulo era reprisado “a pedido”. E, observe-se que os capítulos podiam ser repetidos, às vezes, por dois ou três dias seguidos porque um capítulo específico tinha seguido para outra cidade nordestina e só no retorno ficaria em Salvador. Quando o “a pedidos” não funcionava, a desculpa de “problemas de ordem técnica em relação à transmissão” era usada.

Mas, isto não se pode negar, foi durante os governos militares que foi criada toda a infra-estrutura necessária que proporcionou o desenvolvimento técnico de nossa televisão. As torres de microondas, implantadas prioritariamente para servir ao Serviço de Segurança Nacional, interligando todo o país, contribuiu para o desenvolvimento e expansão da nossa televisão e do sistema de telefonia nacional. Inicialmente, não tínhamos satélite, mas tínhamos as torres de microondas. Então, em 1969, mais precisamente no dia 1º de setembro, o Jornal Nacional, da Rede Globo, foi ao ar pela primeira vez. Em 1972 foi realizada a primeira transmissão oficial em cores no Brasil. Os avanços tecnológicos desde então foram tantos que hoje assistimos tudo transmitido em cores e via satélite. O telespectador nem percebe de onde é que o noticiário está sendo

transmitido. Os avanços tecnológicos têm contribuído e muito para o desenvolvimento da televisão em todos os sentidos e de um modo tão rápido que todas as novidades têm sido incorporadas com muita naturalidade pelos consumidores. Imaginem que a Lei do Cabo foi aprovada em 1995 e hoje todo mundo já tem acesso à TV a Cabo, através do sistema “Pay-per-view”, através da Direct-TV, Sky Line, entre outras. Hoje já se fala com naturalidade da interatividade do computador, do microcomputador com televisão, com rádio, todos estes serviços sendo prestados através de um único equipamento.

De posse de algumas informações já podemos imaginar inclusive como isto vai interagir com nossas vidas e com a nossa rotina do dia-a-dia. Podemos imaginar o que poderá acontecer: futuramente, por exemplo, qualquer pessoa poderá estar trabalhando em seu computador, fazendo o seu trabalho, e, através de uma outra janela aberta na tela do monitor, poderá assistir ao seu programa predileto. Em uma outra janela na mesma telinha poderá também, simultaneamente, escolher os produtos que uma determinada loja esteja oferecendo e que se a pessoa quiser clicar com o mouse em cima da figura do produto desejado vai poder realizar a compra automaticamente, via on line. Isto porque futuramente o computador de cada pessoa vai estar cadastrado ali como se fosse um cartão de crédito. Se você clicar e confirmar a compra o valor do produto será lançado na sua conta do serviço de cabo que você assina no fim do mês. A mercadoria adquirida lhe será entregue via correio ou via aérea e, provavelmente, você a receberá em casa. Quer dizer, isso é o que pode vir a ser a televisão do futuro, um produto totalmente integrado com o computador e usado de forma interativa pelo consumidor.

Entretanto, o que é que nós estamos testemunhando hoje [ano 2000], sobre o que está ocorrendo com a televisão? Nós estamos constatando que a nossa televisão vem transmitindo um conteúdo cada vez mais cheio de aberrações, cada vez mais cheio de aberrações, um conteúdo repleto de cenas de sexo, de um erotismo exacerbado, etc. Isto pode ser observado até mesmo em programas destinados às crianças. Podemos encontrar a exploração do erotismo nos programas da Xuxa, da Carla Perez, da Angélica entre outros. Todos os programas infantis estão explorando a erotização. Quer dizer, roupas muito justas, shortinhos, roupinhas e assim por diante, estimulando as crianças a imitar as apresentadoras de programas quando não as estimulam a imitar cantores e dançarinas que

estão fazendo sucesso. Esse processo de erotização da televisão brasileira está presente nos programas infantis e nas novelas exibidas por todo e qualquer canal de TV.[...]

*Intervenção da platéia – Mas a erotização faz parte da vida do brasileiro...*

[...] Sim, a erotização também faz parte da vida do brasileiro, mas isto não significa que devemos perder de vista as funções sociais e culturais que devem ser exercidas, principalmente, por um veículo de massa como é a televisão. É claro que não podemos nos esquecer que o erotismo faz parte da vida e da cultura brasileira, mas não precisamos exagerar. Em síntese, o que é mostrado na televisão é um reflexo também da cultura brasileira.

Agora o que é que ocorre diante do exagero? Tem muita gente, instituições como a Igreja e associações de pais querendo restabelecer a censura para conter os exageros. Eu, particularmente, sou contra todo e qualquer tipo de censura. Não há necessidade de se censurar absolutamente nada, pois as famílias podem, se não concordam com o conteúdo do programa exibido, simplesmente mudar de emissora ou desligar o televisor. Se a televisão aberta já nos oferece pelo menos de cinco a seis opções de canais, na televisão paga esta oferta salta para mais de 30 canais à nossa disposição. Isto aqui no Brasil hoje [2000], porque nos Estados Unidos e na Europa um assinante de televisão paga pode ter acesso a mais de 100 alternativas. Assim sendo podemos selecionar a emissora que esteja transmitindo programas cujos conteúdos sejam de nosso agrado, evitando aqueles que desagradam. Seja na TV paga ou na TV Aberta o telespectador sempre poderá selecionar o canal e mudar de emissora. Ninguém é obrigado a assistir aos programas da Rede Globo. Então se você não está gostando da Banheira do Gugu, pode passar para a Globo, se não está gostando do Faustão, pode mudar para a Record e assim por diante.

Se o telespectador tem essa facilidade, essa liberdade de mudar de emissora, de programa, de desligar a televisor, ele poderá influenciar diretamente no direcionamento do conteúdo dos programas, que serão automaticamente redirecionados para abordar assuntos que estejam agradando e dando audiência, deixando de exibir cenas que estejam chocando a audiência. O que nós precisamos aprender é a usar o nosso direito de cidadão, de desligar o televisor, de mudar de canal e de protestar, enviando cartas para a emissora que esteja exagerando o conteúdo e com a qual não concordamos.

Agora mesmo alguém na platéia pode estar se questionando se tomar uma atitude como esta não seria uma ingenuidade e que não mudaria nada. Como é que poderemos interferir no processo simplesmente mudando de canal? Como poderemos interferir mudando o conteúdo da televisão agindo desta forma?

Só para que vocês possam ter uma idéia de como a audiência de televisão é medida e como isto interfere diretamente no conteúdo, basta que se diga que dentro dos escritórios dos diretores da rede Globo, por exemplo, existem umas maquininhas, medidores de audiência, mostrando uns gráficos permanentemente. O gráfico é a medida da audiência minuto a minuto. O gráfico registra os picos de audiência por minuto. Então quando a audiência cai, a direção sabe exatamente o que foi que provocou a queda ou a elevação da audiência. O sistema é analisado e levado tão a sério que imediatamente eles ficam sabendo o que ou quem estava no ar naquele momento. Qual o personagem da novela que entrou no ar naquele momento provocando a queda da audiência. Os dados são analisados em relação ao conteúdo transmitido para saber o que provocou a atitude dos telespectadores, constatando-se, por exemplo, que determinado personagem da novela X tem provocado mais interesse do que o personagem Y e como resultado dessa constatação, o autor da novela poderá modificar o roteiro, dando mais espaço para o personagem de maior sucesso junto aos telespectadores. Em síntese, devido à facilidade do controle remoto, as pessoas mudam de canal na hora em que aparece um personagem ou durante a apresentação de um artista que elas não gostam.

Como mais uma curiosidade podemos citar, por exemplo, que quando a Carla Perez estava no auge do sucesso, toda vez que ela aparecia na telinha, não importava em que canal fosse, o programa registrava picos de audiência. Ela aparecia no programa do Faustão, dava o pico de audiência; ia ao Gugu, atingia também o pico. Então ela passou a ser disputada por todo mundo, aparecendo muitas vezes no mesmo dia em programas diferentes. Aonde ela estivesse, o programa e a emissora acabava registrando uma grande audiência. Agora também tem aqueles artistas que quando aparecem o índice de audiência cai e exatamente por isso são evitados. Se as emissoras acompanham as tendências da audiência, minuto a minuto, elas sabem exatamente quem são as pessoas e os conteúdos que contribuem para elevar os índices do IBOPE e também sabem aqueles que contribuem para a queda de audiência.



Vocês podem estar se questionando mais uma vez: Será que todas as decisões no que se refere ao conteúdo são tomadas com base nos gráficos de audiência dessa maquininha? Não apenas nela. Esta máquina que registra a audiência minuto a minuto representa apenas o imediatismo. A emissora passa a ter uma noção imediata sobre o que está ocorrendo. A rede Globo, por exemplo, realiza pesquisas e se utiliza também de Grupos de Discussão para analisar o andamento de seus programas. Quando uma nova novela da Globo atinge a média de 60 a 80 capítulos já transmitidos ela costuma formar um grupo de discussão bem heterogêneo, formado por telespectadores convidados, que se reunia para comentar, criticar e apresentar sugestões com relação ao enredo, aos personagens etc. Foi a partir dessas reuniões, por exemplo, que o bigode usado por um personagem interpretado por Tarcísio Meira, foi raspado porque, por unanimidade, o grupo assim o sugeriu e a Globo acatou a sugestão.

Nem sempre, porém, as sugestões são acatadas. Numa outra novela, por exemplo, O Salvador da Pátria, tudo indicava que dos personagens, um padre largaria a batina para ficar com uma moça. Uma pesquisa realizada indicava o desejo dos telespectadores para que aquele fato acontecesse, bem como o Grupo de Discussão que analisou aquela novela também indicou aquele final. A maioria dos telespectadores brasileiros esperava assistir o final feliz do padre com a moça, mas todos foram contrariados porque no momento exato uma das mais poderosas instituições do Brasil se pronunciou contra: A Igreja. Então a história mudou porque a Igreja não quis e naturalmente porque também a emissora não quis assumir uma posição que fosse de encontro à Igreja.

Estes são pequenos exemplos que servem para demonstrar que não é o Governo que deve assumir o papel de censor, de exercer a censura oficial. A própria sociedade é que constrói seus valores e seus limites, que podem inclusive mudar de tempos em tempos, mas de maneira livre, sem pressões autoritárias e a participação do Estado. O governo não precisa interferir neste processo porque a própria sociedade é que marca os seus limites e define seus valores e costumes. No caso do conteúdo da televisão, nós que somos audiência, nós que constituímos as audiências dos programas, nós que selecionamos qual o canal que queremos ver, qual o programa que queremos assistir, é que devemos determinar o nível dos programas que desejamos. Para melhorar a qualidade e o conteúdo de nossa televisão tudo vai depender da atitude da audiência.

Se todo mundo prefere assistir a Banheira do Gugu e o programa está dando uma grande audiência, a Banheira vai continuar sendo exibida. Agora se nós, telespectadores, passarmos a rejeitar o programa, mudando de canal ou desligando o televisor, ele vai sair do ar, sendo substituído por outro mais adequado. Primeiro porque a audiência vai cair e automaticamente o patrocínio vai sumir porque o patrocinador só coloca anúncio nos programas de audiência. Se o programa não tiver audiência, ele cancela o anúncio e o programa acaba saindo do ar por falta de audiência e de patrocínio. Se a audiência da televisão depende do telespectador, por consequência natural o nível dos programas também passa a depender do grau de consciência crítica dos telespectadores. Diante desta constatação para melhorarmos o nível do conteúdo dos programas de nossa televisão, vamos depender de como os telespectadores vão agir, como nós, portadores de uma consciência mais crítica, vamos nos portar e contribuir para conscientizar as pessoas, principalmente aquelas pertencentes às camadas menos favorecidas da comunidade. É necessário que passemos a formar grupos de discussão nas escolas, faculdades, nas igrejas, nas associações de bairro, nas cooperativas, nos sindicatos, etc. para discutirmos o assunto.

Vale ressaltar que vários grupos já estão exercendo esta prática em vários cantos do país. São as associações de pais, associações de mulheres, associações profissionais, associações de bairros, Igrejas, instituições constituídas, instituições que lidam com crianças tais como a UNICEF, ABRINQ, escolas e faculdades, etc. que já estão inclusive pressionando as redes de televisão.

Recentemente [setembro de 2000], o ministro José Gregório assinou a Portaria nº 796/2000 para classificar os programas por horário, determinando que certo tipo de cena ou conteúdo só poderia ser mostrado a partir das 22 horas, a partir das 23 etc. A portaria também classificou o tipo de programação, estabelecendo a propriedade de acordo com faixas etárias a partir dos 16, 18 ou 21 anos. A classificação dos programas não implica diretamente em censura como chegaram a denunciar algumas emissoras, reagindo contra a medida oficial. O sistema classificatório de programas nas televisões abertas de todo o mundo é uma prática normal, nos mais democráticos países que existem como os Estados Unidos e a Inglaterra entre outros. O aspecto positivo disto foi que o que levou o ministro

a tomar a decisão de reeditar a portaria classificatória de programas foi o desejo de proteger as crianças expressado por várias organizações da sociedade civil.

A ABRINQ e a UNICEF protestaram contra o excesso de erotização e os absurdos, que estavam sendo mostrados na televisão brasileira e que estavam afetando diretamente as crianças. É bom lembrar que muito antes disso, em meados da década de 90, houve também um movimento de mães, no sul do país. Um movimento muito forte que levou as televisões a mudarem os seus posicionamentos. Estes fatos demonstram como os telespectadores são fortes, mas para influenciar precisam se constituir em grupos para poder agir com maior precisão, pois outras variáveis também podem interferir no processo como o Plano Real acabou interferindo, e feio, no conteúdo dos programas de nossas emissoras.

Tomaram susto, não é? O que tem o Plano Real com o nível do conteúdo dos programas de nossa televisão? Muito. Vejamos: Com o controle da inflação e a estabilização da moeda, houve, indiretamente, um aumento do poder aquisitivo da população e entre os anos de 1994 e 1998 foram vendidos mais de 28 milhões de televisores no país, sendo que destes mais de seis milhões foram comprados por famílias que estavam tendo acesso ao televisor pela primeira vez e que eram integrantes das camadas mais baixas da sociedade, formado basicamente pelas classes C e D. Este novo contingente de telespectadores, estimado em mais de 30 milhões, passou a ser disputado pelas emissoras, principalmente pelo fato de que a televisão aberta estava perdendo sua audiência seletiva e de qualidade, classes A e B de maior poder aquisitivo, que no mesmo período estava migrando para a televisão paga: DirecTV, Sky e NET entre outros. Como as emissoras estavam perdendo a audiência qualitativa passaram a disputar com todas as armas, de todas as maneiras essa nova audiência que estava entrando no mercado. Trinta milhões de pessoas a mais para assistir televisão. E aí, como se tratava das classes C, D, E ou F, passaram a exhibir esses programas grotescos contribuindo para o surgimento e o sucesso de apresentadores do tipo do Ratinho e do Leão. Outros programas já existentes também passaram a apelar para quadros como o da Banheira do Gugu e o Sushi do Faustão.

Neste caso, a Globo chegou a distorcer também o seu tão badalado padrão de qualidade. Quer dizer: ela produziu um quadro de “alta qualidade” (entre aspas mesmo):

o quadro “Sushi Erótico”. Usando o sushi japonês, uma comida caríssima, consumida pela elite, para cobrir um corpo de uma modelo lindíssima, completamente nua numa bandeja enorme, enquanto artistas globais, daqueles que dão altos picos de audiência quando aparecem na telinha, iam se servindo e aos poucos deixando à mostra as formas da moça. A cada sushi comido tanto o auditório como os telespectadores em casa iam ao êxtase porque mais aparecia na tela detalhes da nudez da modelo. O “Sushi Erótico do Faustão” foi também uma grande apelação para concorrer com a “Banheira do Gugu”. A apelação foi tanta que provocou um verdadeiro debate público no Brasil através da imprensa, nas escolas, quando profissionais e acadêmicos, todos enfim, criticaram a Globo, denunciando que o sushi era uma apelação tão forte quanto a banheira do Gugu. Os dois programas só eram diferentes no estilo, mas tinham a mesma intenção: mostrar o nu, explorar o nu, com um nível de erotização maior porque as pessoas ficavam assim: "tira mais um pedacinho, tira o pedacinho ali que está cobrindo o bico do peito... tira mais um pedacinho não sei aonde". O que a Globo fez foi uma apelação mesmo.

E então, tanto a Igreja como outras instituições, passaram a discutir o problema e o resultado foi levado ao governo para que medidas visando limitar os abusos na televisão fossem adotadas. E como as emissoras de televisão não chegaram a um acordo, porque nenhuma queria admitir o exagero e reduzir a audiência, nenhuma queria deixar de fazer nada, foi necessário que o governo, através do Ministério da Justiça, publicasse a Portaria nº 796 que já está em vigor, e prevê multa por abuso.

Em resumo, poderíamos perguntar: que tipo de televisão nós temos hoje no Brasil? Temos uma televisão que surgiu da improvisação, na década de 50, evoluindo técnica e tecnologicamente a ponto de exportar seus programas hoje para mais de 130 países, que assistem as novelas e outros programas brasileiros, além de consumir um pouco da cultura brasileira, pois junto com a novela são exportadas também a música brasileira contida nas trilhas sonoras, os livros dos autores da novela, além da moda e o estilo de vida do brasileiro, entre outras coisas.

A primeira telenovela brasileira exportada foi “O Bem Amado” que fez muito sucesso na época. “A Escrava Isaura”, que data de 1976 por exemplo, ainda se constitui como tendo sido a novela brasileira de maior sucesso no mundo. Para vocês terem uma ideia, Lucélia Santos é a atriz mais conhecida na China. Todo mundo sabe quem é

Lucélia Santos, mas não sabe quem é o presidente do Brasil. Na China, os telespectadores sabem quem é Lucélia Santos, mas não sabem quem é o Bill Clinton. Assim ficamos sabendo que os programas brasileiros também fazem sucesso lá fora. E, se fazem sucesso, é porque estamos produzindo também com qualidade.

E agora, dando um salto para o ano 2000, podemos testemunhar que a evolução tecnológica está nos possibilitando um outro nível de televisão, um outro conteúdo que nos chega através da TV a Cabo, além de constatarmos que a interatividade das mídias está ficando cada vez maior, nos oferecendo inclusive a perspectiva da união entre o televisor e o computador em um só equipamento. Chegamos ao ano 2000 tendo o conhecimento de que em breve, num futuro próximo, o aparelho televisor, graças mais uma vez aos avanços da tecnologia, será como um quadro, uma obra de arte, que vamos pendurar na parede da sala. Neste novo aparelho não existirão botões, tudo será operado através de controle remoto e ao mesmo tempo nessa mesma tela, que é uma tela de cristal plano, como chamam, vamos poder receber e responder nossos e-mail, fazer compras, etc. Esta poderá vir a ser a realidade do processo de interatividade entre televisão e computador.

No presente momento estamos fazendo projeções especulativas sobre como poderá vir a ser a televisão num futuro não muito distante, isto porque algumas pesquisas já se encontram em andamento para a produção de televisores que poderão ser semelhantes a este que acabamos de descrever, mas que ainda não existe. Até o final do ano 2001 é possível que já existam alguns aparelhos com estas funções, mas de acordo com os cálculos da indústria americana e japonesa um televisor como este deverá custar em torno de cinco mil dólares.

É impossível hoje, fazermos qualquer projeção sobre o que vai acontecer daqui há 10 anos com a televisão? Alguns especialistas afirmam que a televisão, tal como a conhecemos hoje, vai desaparecer, da mesma forma como dizem que os jornais também vão desaparecer. Particularmente, não acredito que os jornais desapareçam. Os jornais vão ficar por muito tempo ainda. O que pode mudar é a forma como o produto do jornalismo vai ser apresentado, se em forma de papel ou via tela plana em sistema on line, mas, com certeza, a prática jornalística de coleta de dados, produção e distribuição da informação vai permanecer. A televisão é e continuará sendo um grande concorrente

dos jornais porque impede que a maioria da população leia. Noventa por cento da população brasileira hoje [2000] tem uma única fonte de informação, composta pelos programas noticiosos da televisão, o Jornal Nacional, o jornal do Boris Casoy, etc.

O que queremos dizer é que milhares de pessoas assistem aos telejornais e acham que estão bem informadas. Vinte minutos de notícias por dia e acham que estão bem informadas. Estas pessoas estão deixando de ler. Constatar a concorrência danosa que a televisão faz com a mídia impressa é uma coisa, mas a partir daí tirar conclusões de que a televisão vai impedir que os jornais continuem funcionando, é uma outra coisa, na qual não acredito. Até porque, vejamos o quanto um meio depende e interage com o outro hoje: quando a televisão encerra, de noite, o seu último noticiário, o que é que ela faz? Ela termina o noticiário lendo as manchetes dos jornais do dia seguinte. E quando começa, no primeiro telejornal do dia, pela manhã, a primeira coisa que fazem é ler as manchetes dos jornais do dia. As emissoras de rádio também continuam lendo os jornais, reproduzindo as notícias publicadas, enquanto algumas tecem comentários e entrevistam pessoas sobre os assuntos publicados, multiplicando também o impacto da notícia.

Agora, podemos perguntar: o que é que a televisão e o jornal estão fazendo hoje em termos jornalísticos? Um está pautando o outro. Nenhuma redação de jornal fecha sem antes assistir o Jornal Nacional e os telejornais do fim da noite para saber, pelo menos, quais são os principais fatos que a televisão está mostrando porque as pessoas que lêem jornal vão querer ler maiores detalhes daqueles assuntos que estão sendo anunciados. Porque o que a televisão faz é divulgar o título e as primeiras cinco linhas da notícia. As notícias veiculadas na televisão são como verdadeiras chamadas para que o telespectador leia os detalhes, no dia seguinte, nos jornais. De certa forma, se a televisão der uma notícia de última hora que o jornal não tenha ainda, o meio impresso vai ter que se virar para produzir e publicar no dia seguinte a notícia com todos os detalhes. Isto porque quem ouviu a notícia no telejornal, no dia seguinte, vai querer ler aquela notícia no jornal com todos os detalhes. É claro que existem certas notícias que o jornal não vai ter condições de publicar no dia seguinte, principalmente notícias de última hora, divulgadas depois da meia-noite, porque àquela hora o jornal já vai estar fechado e sendo impresso.

Mas o que temos que reconhecer é que os jornais continuam sendo os grandes formadores de opinião, enquanto a televisão continua tendo o maior público, o maior índice de audiência entre todos os veículos. A televisão é ainda o veículo de maior audiência que nós temos no mundo e nós vamos conviver com ela ainda por muito tempo.

É isso aí! Agora me coloco à disposição de vocês para esclarecer dúvidas e responder algumas perguntas.

Muito obrigado!

## DEBATE

**Pergunta** – *A Televisão então é a responsável pelo processo de erotização da cultura brasileira? O que podemos fazer para democratizar o conteúdo da televisão? Como selecionar programas se não temos opções? Do meu modo de ver a televisão brasileira é péssima e muito negativa, só mostra miséria e violência. Temos é que acabar com o poder de manipulação da Rede Globo...*

**Sérgio Mattos** - Não podemos acusar a televisão como responsável por tudo que existe. Os estudiosos da comunicação afirmam que os veículos de comunicação são como se fossem o espelho da sociedade. Eles refletem de alguma forma o que está ocorrendo na sociedade. Se existe muita corrupção ou muita erotização nos programas, a televisão está refletindo, de certa forma, o Brasil como um todo. Se ela mostrar um mundo diferente, se ela mostrar um mundo irreal ela não tem audiência. A televisão está refletindo até nas telenovelas o que está acontecendo no país. Quando a TV introduz, por exemplo, uma gíria, um termo que logo estará sendo usado em todo o país pela juventude, foi feito antes uma pesquisa para saber qual é a gíria que os jovens estão falando. Você é que vai tomar conhecimento, eu é que vou tomar conhecimento sobre aquela gíria que os jovens estão falando através televisão. Mas as emissoras de TV fizeram uma pesquisa para identificar as tendências da moda dos jovens, o que eles estão curtindo, etc., eles pesquisam antes para introduzir nas novelas. Por quê? Qual é o sentido que existe nisso? Para poder promover identificação, porque senão você não vai atrair aquele grupo para assistir aquela novela, para assistir aquele programa. Porque se o produto não falar a mesma linguagem do segmento que se deseja atrair, nada vai acontecer. Por exemplo, a partir do

momento que a televisão começa a transmitir alguma coisa que não casa com você, você desliga o aparelho ou muda de canal. A partir do momento que você não comunga com as coisas da televisão, quer dizer, você pensa de maneira diferente, você não deve assistir aquela emissora ou aquele programa. Mas a democratização da televisão está na quantidade de opções que é oferecida aos telespectadores. A televisão se apresenta com uma grande quantidade de programas. Existe uma multiplicidade de ofertas, tanto por parte da televisão aberta como por parte da televisão paga. O telespectador tem à sua disposição uma série de canais diferenciados, oferecendo programas 24 horas por dia. Agora, se na sua cidade você não tem acesso a todos esses programas e a todas estas emissoras, você tem que ser cruel, você tem que selecionar realmente só aquele programa que você realmente quer. Se você não concorda com nenhum deles, desligue e vá ler um livro, que é muito mais sadio do que ficar assistindo a Banheira do Gugu. Agora, é bom que se diga, essa tem que ser uma escolha sua, meu amigo! Tem que ser uma escolha sua. Você não pode exigir que a televisão faça aquilo que você quer. Por que ela vai fazer aquilo que é a tendência da coletividade. Se a maioria quer aquilo, ela vai mostrar aquilo. Isoladamente você não pode determinar a programação que a televisão deve transmitir. Você diz que a Globo manipula e que a televisão brasileira não presta, mas o que é que você prefere? Uma televisão como a da Rússia, antes da queda do muro de Berlim, quando o telespectador só tinha um canal e só podia assistir aquele canal; tinha emissora de rádio mas o cidadão quando comprava o aparelho receptor ele já o recebia com o dial marcado na emissora oficial, fixo, sem chances de mudar de emissora. Será que é isto que você quer, impor uma programação sem oferecer ao cidadão o direito de escolha do programa ou da emissora com os quais ele mais se identifica? A qualidade da programação e do conteúdo de nossa televisão só vai melhorar se nós telespectadores, conscientes e críticos passarmos a tomar posições, modificando os resultados das pesquisas de audiência.

Portanto, se você não concorda com o sistema brasileiro de televisão tal como ele se apresenta e como ele evoluiu, se você continua afirmando que a televisão brasileira não presta, a solução para o seu caso é desligar a televisão e passar a ler um livro, ir ao cinema ou então enveredar na área e passar a produzir filmes e outros tipos de programas, dando sua participação diretamente para produzir uma televisão como você acha que



pode ou deve ser de acordo com seus valores de qualidade. Por outro lado, discordo totalmente quando você diz que a televisão só tem coisa negativa, pois podemos encontrar programas excelentes! Tem programas de altíssima qualidade...

*Só encontrado na TVE...(diz o interlocutor da platéia)...*

[...] Não, não só na TVE. A própria rede Globo tem e transmite programas de qualidade. Eu posso citar para você, por exemplo, os programas educativos que a Globo exibe de manhã cedo, que são excelentes. Não tem nada igual! No mundo todo não tem nada igual! Para você ter uma idéia comparativa de qualidade, uma emissora de televisão alemã quando vai encerrar sua programação do dia – observe-se a televisão alemã é televisão do primeiro mundo –, ela transmite a imagem de uma porção de carneirinhos pulando um por cima do outro para que o telespectador que está assistindo deixe o televisor ligado e passe a contar os carneiros para dormir mais depressa. É assim que uma das emissoras de televisão alemã termina sua programação ... e é primeiro mundo, meu amigo! A gente não pode comparar a nossa cultura, o nosso modo de ver e de ser com a dos alemães. Se você sai daqui e assiste isso lá na Alemanha você vai dar risada e dizer: "que idiotice! Que maluquice!". Mas para o alemão não é. Para gente é.

Entretanto, eu concordo com você quando você diz que a televisão mostra muita miséria, mostra muita coisa ruim, muita violência, mas é o que está ocorrendo no mundo e a televisão tem apenas 20 minutos de noticiário para mostrar os principais fatos que estão ocorrendo no mundo. E os principais fatos, os de maior impacto, que estão ocorrendo no mundo são os desastres, são os grandes assaltos, as denúncias de corrupção que estão se multiplicando não apenas no Brasil, mas em todos os países do mundo, os assassinatos famosos, o caso de Bill Clinton com a menina lá na Casa Branca e assim por diante. Esses fatos são mostrados, mas também a televisão transmite e mostra assuntos positivos, tais como os avanços da medicina no combate ao câncer e a AIDS, as pesquisas agrícolas que aumentam a produtividade garantindo alimentos para as populações, os avanços tecnológicos que estão contribuindo para melhorar a qualidade de vida do cidadão e uma série de outras coisas boas e positivas.

*Pergunta – Tenho uma dúvida a esclarecer: o senhor quer dizer que o povo é responsável pelo baixo nível dos programas apresentados pela televisão?*

OK vamos esclarecer sua dúvida. Eu não estou dizendo e eu não disse isso aqui. O que eu disse é que o povo, a audiência, tem o poder de fazer com que a televisão mude. Eu acho que devemos assumir a nossa postura como cidadãos, conscientes que somos, e começarmos a selecionar os programas que assistimos. Então, se usarmos o nosso direito, nós vamos influenciar na programação. Porque se um programa de determinada emissora não conseguir atingir um determinado índice de audiência, ela acaba perdendo o patrocínio do programa. E exatamente por isso terá que produzir um programa diferenciado que consiga atrair audiência. Então, ela vai ter que pesquisar para saber o que é que o público quer assistir, certo.

*Mesa – Devido ao avançado da hora, precisamos encerrar esta etapa da programação para que possamos realizar o lançamento do livro e dos CDs do professor Sérgio Mattos e em seguida assistirmos ao show programado.*

## NOVAS TECNOLOGIAS E TENDÊNCIAS DO JORNALISMO

*Palestra proferida no dia 4 de dezembro de 1993, durante o VII Encontro de Jornalistas no Interior, realizado no Centro Cultural Amélio Amorim, em Feira de Santa, Bahia.*

O VII Encontro de Jornalistas no Interior é realizado num dos momentos mais importantes da vida nacional. Um momento de transição, de mudança, de conscientização, no qual a imprensa tem exercido um relevante papel, colocando em prática uma de suas principais funções sociais que é a de ser o “cão de guarda” da sociedade.

A imprensa tem fiscalizado, denunciado atos de corrupção, além de cobrar e acompanhar as providências oficiais necessárias para banir os culpados e restabelecer a moralidade pública. É preciso reconhecer que, na ânsia pela legalização, o jornalismo e os jornalistas estão transitando no perigoso terreno do denunciamento, que poderá abalar a credibilidade da imprensa junto à opinião pública. É necessário que tenhamos consciência da gravidade do momento nacional, pois estamos, inclusive, atropelando algumas questões éticas. Temos que ter a consciência da responsabilidade que carregamos em nossos ombros e desenvolvermos um apurado senso de autocritica, para mantermos os pés no chão, uma vez que não somos donos da verdade e que o poder da imprensa – considerado como o quarto poder – vem sendo questionado no mundo inteiro.

É de fundamental importância termos a real dimensão do poder da imprensa e das responsabilidades sociais dos jornalistas. Neste momento histórico, precisamos ter a plena convicção de que a maior e principal importância da imprensa não reside nos bens que ela promove, mas nos males que ela evita. E, sendo assim, apesar de estarmos atropelando algumas questões éticas no atual processo de denúncias políticas, é importante que se reconheça e afirme que, em momentos como este, é melhor a imprensa errar por excesso do que pecar por omissão.

A questão ética no jornalista e a qualidade do serviço prestado pela imprensa à comunidade passam pela Formação Profissional. Vale ressaltar que como resultado do momento histórico vivido pelo País, esta década está sendo considerada como a década da ética e da qualidade.

Década da ética porque os valores sociais e profissionais estão mudando em ritmo acelerado e todos os setores estão rediscutindo seus conceitos éticos. Década da qualidade porque todos os setores produtivos da sociedade estão analisando e buscando soluções para evitar o prejuízo e o desperdício, visando encontrar o melhor caminho para o desenvolvimento, onde o homem se satisfaça plenamente com o seu trabalho e que este esteja integrado às suas necessidades pessoais, da comunidade. O jornalista, o jornalismo e a imprensa como um todo não podem deixar de participar deste momento. Temos de estar abertos para aceitar as mudanças que as novas tecnologias estão nos impondo.

Precisamos, como profissionais de imprensa, nos adaptar às novas e positivas tendências do jornalismo mundial e estarmos atentos para não perdermos o momento histórico, acompanhando o desenvolvimento tecnológico e aproveitando seu potencial para melhor prestarmos serviços à comunidade.

Graças ao desenvolvimento tecnológico, os setores ligados à informação passaram a desempenhar e representar, nos últimos 20 anos, um papel-chave nos processos produtivos de bens e serviços, interferindo, direta e indiretamente, na produção de bens de natureza física e de natureza simbólica. Esta interferência tem sido tão forte que passamos a viver sob a chamada “Era da Informação”.

As tecnologias da comunicação e informação integram um dos grupos mais dinâmicos e competitivos dos setores industriais. A tecnologia eletrônica tem sido a maior responsável pelas mudanças que estão ocorrendo, tanto na mídia impressa – jornais e revistas – como na mídia eletrônica – emissoras de rádio e televisão.

As Novas Técnicas e Tecnologias têm sido responsáveis pelas principais transformações que os jornais brasileiros estão processando. Impossível seria comentar todas. Entretanto, entre as mudanças, podemos destacar o que se passou a denominar de “modulação do espaço gráfico”.

Este modelo, que utiliza módulos noticiosos, introduzido pelo jornal americano *U.S. Today*, tem sido adotado por inúmeros veículos, dentre os quais a *Folha de S.*

*Paulo*. O tradicional jornal *O Estado de S. Paulo*, aderindo também às flexibilidades permitidas pela informática, reduziu seu texto, ampliando o espaço dedicado às ilustrações e aos gráficos, a partir da constatação de que o leitor de hoje não dispõe de muito tempo para dedicar à leitura de jornais.

Na análise feita por Seymour Topping, diretor do *The New York Times*, sobre “O Futuro do Mercado Jornalístico Mundial”, durante o 3º Encontro Nacional de Jornais, realizado este ano [1993] em Porto Alegre, esta tendência é resultado das pressões competitivas exercidas pelo desenvolvimento da TV a Cabo, da TV via satélite, pelo surgimento de novas mídias, pelas fascinantes promessas eletrônicas, pela divisão cada vez maior do bolo publicitário e pela recessão econômica que acabaram levando os jornais a perderem leitores.

Segundo o diretor do *The New York Times*, “os editores reagiram à perda de leitores através de mudanças radicais no design dos jornais. Muitos ficaram mais acessíveis e convidativos. Mas outros apelaram para outros tipos de recursos para reter e atrair leitores. As cores foram esparramadas indiscriminadamente e gráficos sem substância abundavam, como se o aspecto decorativo, e as notícias, fosse o meio de garantir leitores”.

Apesar de reconhecermos que tal modelo pode dar maior agilidade e passar a idéia de leveza, além de facilitar a leitura, concordamos também com Seymour Topping, e não podemos deixar de destacar que, em sua maioria, os jornais que adotaram esta tendência de modulação gráfica passaram a ser mais superficiais, valorizando uma acentuada tendência ao grafismo em detrimento das notícias. Como diz o professor Ismar de Oliveira Soares, “as vantagens da informatização consistem numa grande elasticidade para variar a apresentação e a confecção das notícias, mas não garantem a profundidade das mesmas.”

O uso das novas tecnologias pela imprensa nos leva a um problema que teremos de estudar e analisar para evitarmos que as flexibilidades e facilidades oferecidas pelos equipamentos eletrônicos venham influir negativamente, conduzindo ao empobrecimento da qualidade e da função jornalística.

Segundo o pesquisador italiano Mauro Wolf, já se observa nos jornais “um incipiente processo de desprofissionalização pelas contínuas transformações induzidas

pela introdução da informática e dos sistemas de edição eletrônica e da penetração do marketing editorial”.

A constatação de Mauro Wolf serve de alerta aos profissionais de imprensa, que, para melhor trabalharem com as novas tecnologias, vão precisar estar melhor treinados e assumir cada vez mais uma postura consciente, a fim de que possam processar uma análise crítica da realidade e transmiti-la aos leitores; Entretanto, não podemos ser pessimistas quanto às mudanças que podem ocorrer, uma vez que as novas tecnologias nos abrem também novas perspectivas profissionais.

O que os jornalistas não podem perder de vista é o objetivo do jornalismo. Temos que ter consciência das necessidades dos nossos leitores para, usando a flexibilidade das novas tecnologias, atraí-los. Através da tecnologia, os jornais tanto podem diminuir seus custos de produção como estimular cada vez mais o interesse das pessoas pela mídia impressa. Jornais mais informativos e comprometidos com os anseios das comunidades onde estão inseridos; jornais equipados com melhores e modernas máquinas impressoras, um melhor sistema de distribuição e a utilização de todas as possibilidades que a informática nos oferece, poderemos continuar atraindo e aumentando o número de leitores de jornais.

Para tanto, necessitamos conhecer melhor os nossos leitores, aprendendo a utilizar os dados que nos são fornecidos pelas pesquisas realizadas pelo IBOPE, Marplan e outras instituições similares. Essas pesquisas identificam e traçam o perfil do consumidor de notícias. Tais resultados já são utilizados, com sucesso, pelas agências de publicidade e departamentos de marketing de certos veículos, a exemplo das televisões. Não basta, portanto, conhecermos o índice de audiência e circulação comprovada de nossos jornais. Precisamos aprender a analisar e a utilizar melhor os dados destas pesquisas para conhecermos os nossos leitores, identificando e atendendo aos seus anseios e características.

Os jornais precisam estar conscientes de que as pesquisas não ajudam apenas os jornais a manterem seus espaços publicitários. Elas também podem contribuir, definitivamente, para melhor adequação e definição da linha editorial a ser seguida.

Precisamos, em síntese, estar atentos para não perdermos o momento do salto para o futuro. A evolução tecnológica é tão dinâmica que nenhuma empresa de mídia, tal como a conhecemos hoje, deverá ter, no futuro, a mesma forma atual.

Devido à revolução tecnológica, existem pessoas que acreditam que os jornais são uma espécie em extinção em curto prazo. Isto porque uma corrente de informação poderá ser repassada ao consumidor por meio de simples televisores ou monitores de microcomputadores através de uma chamada telefônica, o que, na opinião desses visionários, transformaria os jornais em instrumentos obsoletos. Para tanto, bastaria que a pessoa possuísse um “modem” para fazer, por exemplo, consultas na biblioteca do Congresso americano sem precisar sair do Brasil. O acesso a este tipo de informação já é uma realidade concreta e está ao alcance de qualquer cidadão que possua os instrumentos necessários e esteja disposto a arcar com as despesas da conexão.

Entretanto, como afirma Seymour Topping, do *The New York Times*, “informação não é sinônimo de notícia. A notícia é o produto final de um processo no qual o jornalista age como um árbitro. A televisão pode ser uma maravilhosa janela aberta para acontecimentos, mas nós sempre compreendemos completamente as ramificações do que estamos vendo ou ouvindo? Certamente que não. É o jornalista que seleciona e interpreta os acontecimentos para qualquer audiência. Fatos relevantes, imagens e eventos pertinentes são selecionados pelo jornalista e fornecidos muito rapidamente em formas digestíveis. Ao classificar e selecionar o enorme dilúvio de informações às quais nós temos acesso, o jornalista desempenha uma função mais crucial do que nunca nesta “Era da Informação”. Sem jornalistas treinados e responsáveis, nos arriscamos a ser inundados por uma abundância de fatos e imagens sem contexto, muitos dos quais trivialidades. As pessoas não poderiam enfocar as questões e temas vitais aos seus interesses”.

“O jornalista, portanto – continua Seymour Topping – “é indispensável. E também o são os meios de fornecimento do jornalista: os jornais, a televisão e o rádio. Naturalmente, a mídia de notícias se desenvolverá na forma. Os jornais não desaparecerão. Sim, o uso do papel para a impressão de jornais poderá diminuir gradualmente. É mais do que provável que, logo depois do ano 2000, alguns dos seus clientes irão alimentar eletronicamente o conteúdo selecionado de jornais e revistas num computador de painel plano do tipo que está sendo desenvolvido atualmente nos Estados

Unidos. Eles poderão guardar o painel em suas valises e levá-lo dentro do metrô, ônibus ou carro. Quando quiserem, eles chamarão a primeira página de um jornal e com um toque na tela recuperarão o texto ilustrado do artigo que lhes interessa. O ato de tocar um anúncio solicitará mais detalhes de marketing; Atraídos por um anúncio de restaurante, com um toque na tela, eles poderão chamar o menu detalhado das refeições com os preços. Esta tecnologia de painel plano e outras semelhantes nos ensinam a não temer, mas a empregar equipamentos eletrônicos na venda de jornais. É uma tecnologia que também preserva a aprendizagem e os valores sociais da impressão”.

Estes são exemplos do que poderá ocorrer no futuro, mas hoje em dia já existem alguns precursores utilizando-se dessa tecnologia em serviços computadorizados on-line. A *Time Magazine* é pioneira no serviço interativo. Seus leitores podem fazer perguntas diretamente a seus editores e repórteres. O audiotexto é um outro tipo de exemplo que já vem sendo posto em prática nos Estados Unidos por alguns jornais que passaram a oferecer seus serviços informativos durante 24 horas por dia. Se o leitor quer saber alguma coisa, basta telefonar para o jornal, que o sistema de audiotexto fornece as informações solicitadas. O *New York Times*, por sua vez, está distribuindo uma edição resumida, via fax, o “*Timesfax*”, em mercados onde o jornal não pode ser encontrado com facilidade.

Aqui no Brasil já existem jornais que mantêm serviço de informação para fornecer resultados esportivos por telefone e que antecipam, para seus leitores, via fax – em sistema exclusivo –, as notícias que serão publicadas no dia seguinte.

Como se pode ver, o futuro já está chegando, e isto é apenas um começo. Não precisamos temer as novas tecnologias. Entretanto, devemos procurar adaptá-las às nossas necessidades e às de nossos leitores. O que a tecnologia não pode, e não deve, é sacrificar a notícia e os leitores.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

SOARES, Ismar de Oliveira. A era da Informação, in: *Tecnologia Educacional*, Rio de Janeiro, ABT, Ano XXII, jul/out. 1993, pp.11-19.

*Jornal ANJ*. Brasília, maio de 1995.



TOPPING, Seymour. O futuro do Mercado Jornalístico Mundial. Paper apresentado durante o III Encontro Nacional de Jornais, realizado em novembro de 1993, em Porto Alegre.

WOLF, Mauro. Modelos periodísticos en transición – la influência de los sistemas de edición eletrônica. Telos, *Cuadernos de Comunicación, Tecnologia y Sociedad*, Madrid, dez/fev. 1991, pp. 13-19.

## **INTERATIVIDADE E DESENVOLVIMENTO DAS MÍDIAS NO BRASIL**

*Texto da conferência gravada no dia 14 de maio de 1994, durante o seminário intitulado “Cultura e Política e Política Cultural na Televisão do Brasil e da Alemanha”, promovido pelo Instituto Cultural Brasil Alemanha e Universidade Federal da Bahia - Departamento de Jornalismo da Faculdade de Comunicação, no período de 9 a 14 de maio de 1994.*

Boa-noite!

Acredito que coube a mim talvez a tarefa mais difícil, uma vez que, depois de uma semana inteira de seminário, quando tivemos oportunidade de ouvir exposições brilhantes e uma contribuição muito rica, praticamente não sobrou nada para mim. Na verdade, esvaziei um pouco a minha fala, exibindo ao longo da semana alguns dos casos que gostaria de mostrar hoje. Durante a semana fui sempre intercalando as conferências com alguns casos de programas da televisão brasileira que, acredito, serviram para que tivéssemos uma visão global da nossa TV.

Nós temos como tema geral hoje “Mídia impressa e mídia eletrônica: política atual e reflexo cultural”, cabendo-me a tarefa de falar sobre a interatividade entre as mídias. A fim de que os participantes deste seminário possam entender melhor como a mídia evoluiu no Brasil, se faz necessário falar um pouco do contexto histórico de maneira mais didática, considerando que a platéia se constitui, em sua maioria, de estudantes de Comunicação e curiosos.

Quando a gente se refere a mídia eletrônica e a mídia impressa, é óbvio e bem definida a constituição dos dois grupos: (1) rádio e televisão, como mídia eletrônica e (2) jornais e revistas, outros impressos, livros, como mídia impressa. Como é que poderíamos identificar o que é que influenciou, quem influenciou o que ou como foi influenciado o desenvolvimento da mídia brasileira?

Se considerarmos a evolução dessas mídias no Brasil, vamos chegar a uma constatação de que não houve bem uma competição entre elas, mas uma interação. A nossa mídia impressa, que surgiu por volta de 1808, com a chegada da corte portuguesa, já começou sob os efeitos da censura. O primeiro jornal brasileiro, o “Correio Braziliense”, era impresso na Inglaterra, mais precisamente em Londres, para fugir da censura. Historicamente, tivemos problemas para desenvolver a mídia impressa porque o maquinário era importado.

Em torno de 1920 foram implantadas, no Brasil, as primeiras emissoras de rádio. As nossas primeiras emissoras de rádio e revistas começaram a ter um grande potencial de audiência e uma influência tão grande sobre a população que, para vocês terem uma idéia, entre 1940-1945, a revista “O Cruzeiro” circulava no País com cerca de um milhão de exemplares. Só agora [1994], a revista “Veja” está atingindo esta circulação. Em uma época em que não tínhamos estradas, um sistema rodoviário como temos hoje, apesar dos buracos das nossas estradas; em uma época em que não tínhamos muitos aeroportos, nem aviões a jato; a revista “O Cruzeiro” já circulava em todo o País, atingindo quase um milhão de exemplares. Era a revista vinculada ao grupo dos Diários Associados e, apesar de ser mensal naquela época, era lida e relida, permanecendo guardada pelas famílias sempre como fonte de informação e lazer. Ela tinha uma influência muito grande. O que saía em “O Cruzeiro” era uma coisa digna de respeito, tinha credibilidade.

Mas, o rádio também tinha uma influência muito grande. Os jornais, em sua maioria, eram regionais e pequenos e tinham circulação restrita, mas existiam, em todos os estados, aqueles tidos como muito influentes. A revista “O Cruzeiro” e as emissoras de rádio exerciam uma influência tão grande que, quando se pensava, quando se falava na implantação da televisão no Brasil (a TV foi implantada aqui em setembro de 1950), se afirmava que ela não tinha futuro, que o rádio é que era o grande veículo. Diante da influência do rádio e principalmente da revista “O Cruzeiro”, se pensou, realmente, que a televisão não iria vingar.

Ontem, numa das exposições de *videoteipes* feitas aqui no seminário, tivemos oportunidade de ver o exemplo da BBC de Londres, que transmitia as notícias na televisão de maneira estática porque o rádio tinha uma influência muito grande e se levou muito tempo para que a televisão passasse a transmitir notícias com as imagens como nós

temos hoje.

Vale lembrar que o cinema também ocupava um espaço muito grande, em termos de cultura, em termos de influência. Nós tínhamos muitas casas de exibição de filmes espalhadas por este país e nesta Bahia. Até duas ou três décadas passadas, nós tínhamos mais casas de espetáculos de cinema do que temos hoje [1994].

Lembrando a influência do cinema, das rádios e das revistas, estamos traçando um caminho para chegar à televisão. Pois, quando ela chegou, de imediato, começou a usar todos os fundamentos do rádio, quer dizer, os primeiros profissionais da televisão, todos, sem exceção, vieram do rádio. Todo o pessoal que trabalhava em rádio foi trabalhar na televisão.

Assim, a implantação da TV no Brasil foi feita de maneira amadorística e improvisada. Tão improvisada que a inauguração da nossa televisão virou uma piada, apesar de existir quem ateste como verdadeira a piada da inauguração da nossa primeira emissora, a TV Tupi. Quando foi inaugurada, a Tupi tinha apenas duas câmeras, e na inauguração, como era praxe se quebrar uma garrafa de champanha, se quebrou em uma das câmeras, danificando assim uma das duas primeiras câmeras que colocaram a nossa televisão no ar.

Isso é contado como uma piada que rola no meio televisivo brasileiro, e a gente não sabe, eu pelo menos não tive ainda acesso a qualquer fonte que afirmasse isso como sendo verdadeiro. Entretanto, essa “estória” consta em vários livros que registram a inauguração da televisão brasileira. Vários autores falam desse ato que inutilizou uma das câmeras na solenidade de inauguração de nossa televisão.

A verdade é que a televisão brasileira foi instalada com uma deficiência muito grande em relação à televisão americana, que quando surgiu já encontrou a indústria cinematográfica de Hollywood muito bem estruturada e que lhe serviu de fonte inesgotável de programas. A televisão americana se baseou e se utilizou muito dos filmes produzidos em Hollywood. Nós, ao contrário, não tínhamos uma indústria cinematográfica desenvolvida. Como conseqüência, a nossa indústria cinematográfica não pôde ajudar no desenvolvimento da televisão, apesar do formato da nossa televisão ser igual ao formato da TV americana. Mas, o rádio, que era a nossa mídia mais forte e influente, na época, ajudou e muito nos primeiros passos de nossa televisão, inclusive no

formato dos programas.

Desta forma, resumidamente, nós temos a mídia impressa e a mídia eletrônica. E o que importa neste momento é como se dá a interação entre eles. A televisão começou com a ajuda do rádio, com muita gente achando que ela não iria vingar. O rádio serviu de suporte para a implantação da nossa TV. O cinema, no mundo inteiro, por sua vez, serviu de suporte para a televisão, e no Brasil, a partir de 1965, teve papel decisivo.

Com o sucesso da televisão, entretanto, não faltaram os visionários que diziam que “os jornais vão acabar, o cinema vai acabar”. O cinema não acabou, nem os jornais acabaram. A televisão tem o sucesso que tem sem ter eliminado o cinema, sem ter eliminado o rádio, sem ter eliminado a revista, sem ter eliminado os jornais. O que é que houve? Se segmentaram em termos de mídia. Mídia eletrônica e mídia impressa permanecem e vão ocupar o espaço ainda por muito tempo, definitivamente segmentadas.

Mas, apesar dessa segmentação de mercado, cada qual ocupando seu espaço, a gente observa hoje que existe uma simbiose entre elas, uma interação entre as mídias. No momento em que começamos a assistir aos telejornais da manhã, a primeira coisa que a gente vê são os apresentadores lendo e exibindo as manchetes dos jornais do dia. A primeira coisa que fazem é ler as manchetes dos jornais impressos do dia. Aí se pergunta: mas por que se lê primeiro as manchetes dos jornais do dia, se as notícias que estão dando, na melhor das hipóteses, são notícias de ontem?

Se os telejornais começam lendo os noticiários dos jornais, as manchetes dos jornais, então a gente já começa a sentir que existe um espaço para os jornais e um espaço para a televisão. Um não está invadindo o espaço do outro. Muito pelo contrário, um acaba ajudando o outro. Porque, no momento em que a televisão lê a manchete do dia, ela está estimulando o leitor a procurar maiores detalhes sobre aquela notícia, comprando o jornal do dia.

Se considerarmos que no Brasil temos uma tiragem média de jornais estimada em quinze milhões de exemplares por dia, e se multiplicarmos esse total por quatro (cada jornal é lido por uma média de quatro pessoas), vamos encontrar um elevado percentual de leitores de jornal em relação à população brasileira. Com isto se constata que não podemos dizer que o Brasil é um país que não lê. Se considerarmos apenas esse fato, constataremos a existência de um elevado índice de leitura no Brasil. Um índice além da

expectativa.

Senão vejamos alguns dados estatísticos: o Brasil tem 140 milhões de habitantes e 15 milhões de exemplares de jornais diários. Se considerarmos os números secamente, o Brasil lê muito pouco. Apenas a média de 10% da população está lendo jornais. A tiragem da nossa imprensa representa 10% da população.

Entretanto, estes números estatísticos não podem ser lidos como uma relação direta entre a quantidade da tiragem dos jornais e o número de habitantes. A leitura estatística tem que ser feita levando-se em conta quantas pessoas lêem em média cada exemplar. Ou sejam, quinze milhões vezes quatro. O resultado será o índice médio de leitura de jornais no País. Se considerarmos ainda que metade da população está abaixo de dezoito anos, verificaremos que nossa população apresenta um alto índice de leitura.

Os jornais brasileiros possuem dias de maior tiragem, que ocorrem geralmente aos domingos. Eu acredito que todo mundo pode imaginar o porquê. As explicações são muitas, podem dizer: é que tem leitor que só compra jornal dia de domingo porque recebe dinheiro por semana. Outros só compram aos domingos porque, ao longo da semana, lêem o jornal na empresa ou na repartição. E assim por diante.

Existem até estudos estatísticos indicando que no Brasil apenas 20% dos leitores compram jornal todo dia e 80% são flutuantes. Então, seria mais ou menos assim: de cem pessoas, vinte compram jornal todos os dias e oitenta compram o jornal apenas às segundas-feiras, porque dia de segunda-feira o jornal oferece um suplemento de esportes. Dia de terça, um outro grupo de oitenta compra o jornal, porque outro suplemento segmentado é oferecido, por exemplo, o caderno de turismo. Dia de quarta, porque tem um caderno de automobilismo. Dia de quinta, porque tem um caderno y, um caderno x.

Mas, apenas 20% lêem o jornal permanentemente, os outros 80% são flutuantes. São pessoas que compram o jornal em média uma vez por semana. Mas, aos domingos, os jornais brasileiros apresentam quase o dobro da tiragem que costumam tirar nos dias úteis. Vocês podem imaginar a razão por que aos domingos?

**[Intervenção de uma ouvinte – *Eu mesmo compro jornal dia de domingo para ler na Revista da TV os resumos das novelas.*]**

É verdade, isso é verdadeiro. Os jornais aos domingos publicam cadernos sobre televisão, cadernos de leitura, com artigos de fundo e reportagens amplas e especiais que

são responsáveis hoje pelo dobro da tiragem de qualquer jornal do País. Então, aos domingos, os jornais conseguem dobrar suas respectivas tiragens – podemos inferir – por causa também dos suplementos de televisão, que trazem reportagens sobre as novelas, os artistas em destaque, os resumos das novelas e dos filmes que serão exibidos ao longo da semana. Publicando informações sobre a televisão e seus programas, os jornais também interagem com a televisão. Pode-se inferir que os jornais conseguem aumentar a circulação em quase o dobro, em função dos cadernos de televisão.

Então, observem que a interatividade existente entre a mídia impressa e a mídia eletrônica permanece. Quer dizer, enquanto programação e conteúdo, não existe, por exemplo, uma competição entre elas. Uma completa a outra. A competição das mídias hoje está centrada basicamente no bolo publicitário, nas verbas dos anunciantes.

Então, como é que uma completa a outra? Um veículo completa o outro em termos culturais e em termos jornalísticos. O noticiário foi o primeiro exemplo dado: as televisões lêem as manchetes dos jornais. Por outro lado, nas redações dos jornais, todas as noites, antes do fechamento dos jornais, os editores costumam assistir aos telejornais para ver quais são as notícias que estão sendo destacadas. As notícias locais, nacionais e internacionais destacadas nos telejornais, geralmente são dadas com um tempo máximo de dois a três minutos. Os assuntos abordados nos telejornais de certa forma estarão com mais detalhes nos jornais no dia seguinte. Então, na verdade, o que ocorre é o seguinte: a televisão noticia e desperta o leitor para aquele assunto, levando-o a comprar o jornal no dia seguinte para saber maiores detalhes.

Há quem diga que as televisões pautam os jornais e vice-versa. A partir do momento em que os principais assuntos do dia na televisão são identificados, no outro dia fica mais fácil encontrá-los nos jornais. Óbvio. Pelos critérios jornalísticos, as notícias veiculadas na mídia eletrônica ou na mídia impressa são as mesmas. Então, tanto faz ser na televisão como no jornal impresso, nas revistas, os assuntos importantes serão os mesmos. Desta forma, as notícias destacadas nos telejornais durante a noite serão encontradas com maiores detalhes nos jornais do dia seguinte. Então, a televisão acaba fazendo uma chamada prévia do que você vai ler no dia seguinte. Sob este ponto de vista, há uma interatividade nesse sentido. Um veículo ajuda o outro. No dia seguinte, os jornais dão as manchetes, a televisão volta novamente a ler as manchetes dos jornais do dia.

Aqui se poderia levantar outra questão: como é que a televisão pauta os jornais? A influência que esta poderia ter sobre os jornais estaria diretamente relacionada com o imediatismo da mídia eletrônica. Pela abrangência de sua audiência, o governo pode anunciar alguma coisa de última hora, levando os jornais, se não tiverem conhecimento do assunto, a buscar mais detalhes para publicá-los no dia seguinte. Este é o único exemplo no qual as televisões poderiam furar os jornais ou dar a dica para os jornais, um ponto de pauta para o dia seguinte. Isto pode ser dito porque, hoje, com a tecnologia que temos, todos os veículos têm acesso às mesmas informações. Todos têm acesso a tudo. Seja jornal, rádio ou televisão, as fontes de informação são as mesmas. O que um leitor lê num jornal e não encontra no outro é porque, por decisão dos editores ou por causa da linha editorial de cada veículo decidiu-se privilegiar uma notícia em detrimento de outras.

Nos últimos anos, em função da tecnologia e de um maior profissionalismo das mídias, os furos jornalísticos já não existem como há duas ou três décadas, quando só um jornal, só uma emissora, tinha o poder de dar aquela notícia porque ele furou os demais. Hoje, todo mundo tem acesso a tudo. E quando o veículo não vai à fonte, ela manda a informação para o veículo. Quer dizer, se o jornal ou a televisão não for lá, receberá o *release*, ou vídeo com as informações, do mesmo jeito, porque todas as instituições, públicas e privadas, têm hoje assessorias de imprensa, departamentos de *marketing* e de relações públicas, mantendo um sistema de informação direto com os variados meios de comunicação.

O jornal, rádio e televisão têm acesso às mesmas informações. O que vai diferir é o processo de edição dessas informações com maior ou menor aprofundamento. Quem vai dar mais destaque a esta ou aquela notícia ou quem não vai divulgá-la; como aquela notícia será tratada pela televisão ou pelos jornais, se um jornal ou uma televisão vai ignorar ou veicular este ou aquele assunto, por uma questão política, por uma questão ideológica ou porque achou que outra notícia era mais importante do que aquela. A mídia impressa trabalha com espaço, enquanto a mídia eletrônica trabalha com tempo. Na televisão, praticamente é noticiado apenas o *lead* (o primeiro parágrafo das notícias) e os títulos das matérias que serão lidas no dia seguinte nos jornais. Feitas essas colocações com relação à influência de um tipo de veículo no outro, gostaria de exibir um vídeo que trata da influência e da competição entre eles.



Quando os veículos rádio e televisão competem entre si, eles basicamente estão competindo em relação ao lucro que podem ter. No Brasil, nós temos a mídia constituída basicamente pela iniciativa privada e que, antes de tudo e qualquer coisa, visa ao lucro. Apesar das funções sociais dos meios de comunicação serem: educar, fiscalizar, informar e entreter, isso vem depois do lucro. Depois do lucro eles procuram atender às funções sociais.

A audiência significa lucro para qualquer um dos veículos. Quanto maior for a audiência do rádio e da televisão, quanto maior for a circulação do jornal ou da revista, maior será o lucro que esses veículos terão. Porque o custo por milheiro ou o custo por minuto de uma televisão, de uma emissora de rádio ou do jornal de uma televisão está relacionado diretamente com a audiência que eles têm. Então, se um jornal tem uma circulação muito grande, ele tem uma audiência muito grande. E aí ele pode cobrar pelo espaço que vende preços maiores. A televisão do mesmo jeito. De certa forma, a luta pela audiência acaba determinando ou orientando o conteúdo dos programas televisivos e dos veículos impressos.

As redes de televisão no Brasil recebem em média 60% do que se investe com publicidade no País. O total das verbas publicitárias no País gira em torno de 1% do Produto Interno Bruto. Um por cento do PIB, portanto, é o que se gasta em publicidade neste país, que gira em torno de 2,5 a 3 bilhões de dólares. Para vocês terem uma idéia, 60% do total vai para as emissoras de televisão, cerca de 25% a 30%, para os jornais, 8%, para o rádio, e o resto é veiculado em revistas, *outdoor*, *display*, cinema e outras formas de anúncio.

Para que os participantes do seminário tenham idéia dessa competição por audiência e comerciais, vamos exibir um *teipe*, produzido pela Associação Nacional dos Jornais (ANJ), que procura demonstrar como o veículo jornal é mais importante do que a televisão, do que o rádio e do que qualquer outro meio. [Videoteipe *exibido*.]

O *teipe* exibido foi interessante para se ter idéia de como é a competição entre jornal, revista, rádio e televisão, sempre em busca de atrair mais anunciantes e de atingir maior lucro.

Em resumo, o que a ANJ está tentando mostrar no exemplo exibido é que o veículo jornal tem uma penetração maior, além de ser formador de opinião. Afirma que quem

anuncia em jornal vai atingir as pessoas que tomam decisões. Apesar de ter proporcionalmente uma circulação menor do que a audiência da televisão, o público consumidor de jornais e revistas sabe ler e escrever, é um público ativo, é um público que, para adquirir o jornal, tem que tomar uma decisão. Então, se um anúncio é feito através dos jornais, o anunciante atingirá um público que tem poder aquisitivo, mesmo esse público sendo também parte da audiência nas emissoras de televisão.

Apesar de jornalista militando na imprensa escrita, procuramos usar os recursos televisivos para transmitir parte do conteúdo do tema de hoje. Embora “furado” anteriormente por outros expositores, fizemos questão de exibir estes dois *videoteipes* hoje, porque eles dão uma idéia da política cultural do País, o que está havendo em termos da política de comunicação e a competição em relação as mídias entre si. Assim sendo, para acrescentar ou esclarecer outros detalhes, nos colocamos à disposição dos presentes para debater um pouco mais.

Desde o primeiro dia do seminário, procuramos mostrar através de vários *videoteipes*, a evolução do telejornalismo e suas formas de produção. Hoje, fechamos a temática com o jornalismo impresso, com a mídia impressa, deixando transparecer a interação existente entre as mídias, influência que um exerce sobre o outro, além da discussão sobre a política de comunicação no País, destacando a nossa Lei de Imprensa em tramitação no Congresso Nacional desde 1992, cuja aprovação haverá de trazer um reflexo muito grande na postura da imprensa de modo geral.

Sobre política cultural, poderíamos concluir dizendo que, apesar de termos uma no Brasil, tanto dentro da mídia impressa como da mídia eletrônica, nós não temos ainda uma política definida, planejada, específica, de cultura para as mídias, mas ela existe.

Muito obrigado!

## DEBATE

*Pergunta* – Na década de 30, antes do aparecimento da televisão, o que mais se passava nos cinemas eram produções norte-americanas ou tudo se resumia a pornochanchadas brasileiras?

A década de 30, de certa forma, era considerada quase que uma década de ouro, onde a música tinha influência muito grande. O cinema estava em pleno apogeu, nós

recebíamos principalmente filmes norte-americanos, o rádio tinha um domínio maciço, tinha dez anos de implantação no País e uma influência muito grande. As chanchadas não são bem dessa época. A gente estava começando, ensaiando os passos ainda na década de 30. Na verdade, a gente recebia mais filmes importados. Nós tínhamos mesmo os jornais impressos, as revistas e o rádio.

**Pergunta** – *No jornal existe espaço nobre, fazendo uma analogia com o horário nobre da TV?*

Sim, existe. Se considerarmos o jornal como um todo, você vai observar o seguinte: qual é a parte mais importante que tem no jornal? É a primeira página. Após a primeira página, você tem todas as páginas ímpares e em seqüência, o 1º Caderno, 2º Caderno e 3º Caderno. Então as páginas nobres são sempre as páginas ímpares. Em termos de publicidade também são sempre as páginas mais caras. Porque exatamente você começa a ler a página um, que é a capa; quando você abre o jornal, a próxima página que vem ao seu alcance direto é a página três, a página ímpar. Então, todas as páginas ímpares são espaços nobres, e dentro de cada página, o alto da página é mais nobre do que o pé da página. Na nossa cultura a gente lê da esquerda para a direita, então o espaço do alto à esquerda é mais nobre do que o alto à direita. E o centro da página por sua vez é mais nobre do que o canto baixo esquerdo e o canto baixo direito de cada página. Enfim, os espaços nobres dos jornais são: a capa, a contracapa, o alto das páginas e as páginas ímpares.

**Pergunta** – *Qual seria a justificativa política para o fato de o governo criar toda uma infra-estrutura de telecomunicação e concedê-la a grupos particulares para que estes se beneficiem?*

Eu acredito que sua pergunta está relacionado com a televisão. Vamos tentar recapitular. Por exemplo, em 1964 existia por detrás dos conceitos do Golpe Militar uma doutrina de nacionalização, uma doutrina nacional que era divulgada pela Escola Superior de Guerra do Brasil. No momento em que se deu a revolução, houve toda uma preocupação com a política específica de comunicação dirigida aos meios de comunicação, pois tanto o rádio como a televisão eram tidos – e de fato o são – como veículos que poderiam alcançar grandes massas. Ao mesmo tempo em que o governo criou toda a infra-estrutura para prover o País de uma rede de telecomunicações, a gente

não pode esquecer que todas as torres de microondas, satélites e tudo, mais de 50% estavam reservados para os serviços de informações do Exército e da Polícia Federal. Quer dizer, existia também por trás a intenção de poder cobrir em termos de segurança nacional todo o território nacional e essa infra-estrutura foi montada basicamente para isso com fins militares. Naturalmente que os meios de comunicação se beneficiaram disso direta e indiretamente. Existia também a tentativa de fazer com que o Brasil tivesse fronteiras de telecomunicações, porque, como o território era muito grande, ninguém queria investir naquela área. O governo implantou torres de microondas por todo o País para ter um controle permanente sobre o que ocorria nessas áreas fronteiriças. Primordialmente, a rede de telecomunicações no Brasil surgiu por um interesse militar de segurança nacional e os meios de comunicação, principalmente a televisão, e os serviços de telefonia a usavam. Mas usaram apenas 50% dessa capacidade, porque os outros 50% estavam reservados para os meios de segurança.

**Pergunta** – *As vantagens de se ler jornais são inegáveis, porém o vídeo aqui exibido mostra apenas um lado da questão. Diz que os jornais informam e que são inteiramente confiáveis tendo uma abrangência maior e mais completa que a televisão. Por que não foi abordado que o jornal também fragmenta, deforma e atende aos interesses ideológicos de um determinado grupo?*

Nenhum leitor é obrigado a comprar e ler um jornal do qual discorda ideologicamente... A mesma coisa acontece também em relação à televisão. Se você se identifica com determinada linha de uma emissora, você assiste, se não se identifica, você muda para uma outra.

Na verdade, os jornais são vinculados de uma certa forma a grupos empresariais, políticos ou a grupos familiares. Os maiores jornais do País são vinculados a grupos de família. Temos, por exemplo, em São Paulo, os Mesquita, que têm “O Estado de S. Paulo”; os Frias, a “Folha de S. Paulo”; no Rio de Janeiro, os Marinho controlam “O Globo”; na Bahia, nós temos os Simões, que possuem “A Tarde”.

Em cada estado brasileiro, o maior jornal geralmente está vinculado a um grupo familiar. Normalmente, esses têm sido considerados como jornais independentes, pois não são jornais partidários. Os demais, que não se enquadram nesse grupo de jornais familiares, são os vinculados a grupos empresariais ou a grupos políticos. Quer dizer, se o

vínculo pertence a determinado político, que segue uma determinada linha partidária, seu veículo também seguirá. Se ele é do PMDB, vai adotar políticas do PMDB, se é do PT, seu jornal adotará uma linha editorial que defenderá as políticas do PT e vai fazer oposição ou não aos outros.

Com referência à crítica que foi feita em termos de que um jornal influencia no texto, na edição... Veja só, jornalisticamente, o profissional, eu, pelo menos, tenho mais de vinte anos de profissão, de jornalismo impresso, e jamais recebi nenhuma orientação dos donos dos jornais onde trabalhei no sentido de que publique isso ou não publique aquilo. No exercício de editor, sempre tive liberdade de editar o que eu recebia.

Então, os critérios jornalísticos que a gente recebe e que usa para editar as matérias são aqueles critérios de importância da informação. Se a notícia é muito abrangente e atende a muita gente, ela é importante. Por exemplo: uma notícia sobre o aumento dos salários dos funcionários públicos fatalmente vai para a primeira página dos jornais e para a cabeça das páginas. Vai ser as manchetes das páginas internas e provavelmente a cabeça da primeira página. Isto porque esta é uma notícia que interessa a milhares de pessoas.

Mas isso é um critério jornalístico em termos de abrangência. A grosso modo, entre dezenas de situações e de critérios, as notícias são consideradas importantes pela abrangência que podem ter em termos de público, pela sua proximidade. Uma notícia que ocorre localmente, regionalmente ou no País é mais importante do que um terremoto que ocorre no México ou no Japão.

Outro aspecto que existe em relação à importância da informação e que gostaria de destacar é aquela de que nem sempre a notícia mais importante que o jornal publica, sob o ponto de vista do jornalista, que é a manchete, é a mais importante para uma pessoa que lê o jornal. A notícia que diz respeito ao leitor, que está diretamente relacionada com ele, é a notícia mais importante que o jornal publica naquele dia. Se você é técnico de futebol, jogador de futebol ou policial, a notícia mais importante que tem para você é a que faz referência a sua profissão. A primeira coisa que um delegado de polícia faz é olhar a página de polícia, depois é que ele vai ver a primeira página e o resto do jornal. A mesma coisa vai fazer o esportista, o técnico de futebol, o jogador de futebol. Primeiro eles vão ler a parte de esporte para depois ler o resto. E aí vai sucessivamente.

Assim sendo, sob o ponto de vista do consumidor, a notícia mais importante que o jornal publica nem sempre é a manchete da primeira página. Por exemplo, se você é aposentado e sai uma notinha no jornal, dizendo que os aposentados vão ter tantos por cento de aumento ou vai ser liberado um atrasado, esta notinha de três linhas ou quatro linhas passa ser a notícia mais importante para ele. Portanto, os critérios de importância são variados.

