



## O jornalismo no divã: a crítica de mídia no Observatório da Imprensa e no Clube de Jornalistas<sup>1</sup>

Meghie de Sousa RODRIGUES<sup>2</sup>  
Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH), MG

### RESUMO

Observar a mídia é uma atividade essencial para chamar os produtores de conteúdo à sua responsabilidade com o público. A necessidade de transparência, ética e valorização dos direitos humanos na cobertura dos fatos levou vários países democráticos a criar seus próprios órgãos de monitoramento midiático. Sua atividade também funciona como uma forma de educar os cidadãos para um consumo consciente e crítico do que lêem, vêem e escutam, tornando-se assim instrumentos importantes no fomento da educação para os meios de comunicação. Os observatórios de mídia são um fenômeno que não pode ser ignorado e que, mesmo tendo em conta algumas de suas falhas e lacunas, são instrumentos importantes para desenvolver a democracia, já que têm como objetivo principal o aperfeiçoamento do Jornalismo. É isto em favor do objetivo maior, que é fazer com que a qualidade e a identidade do Jornalismo sejam preservadas a fim de conferir a ele a legitimidade que lhe cabe junto à sociedade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo; ética; crítica de mídia; televisão pública.

### INTRODUÇÃO

O que habilita o jornalista a ser canal de interpretação da realidade? Como reinterpretar esta mesma realidade recortada sob um viés crítico, como julgar sua construção? A absorção destes recortes do real se dá pelo simples olhar de relance para uma página de jornal, um programa de televisão? Tudo isso e outras questões dependem do exercício do olhar, ver e observar – que não são exatamente a mesma coisa.

Como bem lembra Christofletti (2008), estas ações têm intensidades e intenções distintas. O público vê aquilo que a mídia veicula de uma forma não-especialista, descontraída, enquanto o jornalista depende do seu olhar clínico que transforma fatos em notícias. Por outro lado, os observatórios de mídia, ou veículos que exercem *media criticism* ou *media watching* – ao se inscrever naquilo que se chama de *accountability systems*, os sistemas de prestação de contas – assumem seu papel de observar com mais acuidade aquilo que os jornalistas olham e as pessoas vêem, no esforço de fazer com que o papel social de informar o público seja cumprido da maneira

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Este trabalho é parte da pesquisa realizada como Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo no Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH), orientado pela prof<sup>a</sup> Dra. Nair Prata.

<sup>2</sup> Graduada em Jornalismo pelo UNI-BH em dez/2009, atualmente aluna do curso de Ciências Sociais na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). E-mail: [meghie@gmail.com](mailto:meghie@gmail.com).

mais ética e com maior qualidade o possível. E como aponta o autor, observar “é marcadamente um olhar do cuidado, com claras e sérias intenções de criticar condutas e conteúdos” (p.92). E também é,

portanto, um olhar mais amadurecido, com vistas a estabelecer um contato mais comedido com as informações. Não é o olhar jornalístico, pois esse é o da captura das notícias na superfície dos acontecimentos. Não é apenas ver, pois este é o acolhimento acrítico, sem proteções e inquietações, acomodado e passivo. O observar é um exercício de leitura de alguma profundidade, preocupado com as condições de veracidade daquelas informações, com as circunstâncias de produção e de difusão daqueles conteúdos e mensagens (CHRISTOFOLETTI, 2008, p.92).

Este artigo propõe uma breve análise de dois casos específicos da crítica de mídia: os programas televisivos Observatório da Imprensa, brasileiro, e Clube de Jornalistas, português. Não é apenas o formato, o veículo, a proposta, a língua e o tema aqui tratado que os aproxima e faz assemelhar. Esta comparação também pretende tentar perceber alguns caminhos, concomitâncias e divergências entre os objetos analisados, a fim de estabelecer alguns traços de base sobre os quais se possa elaborar uma reflexão crítica sobre a forma como a cobertura de determinado tema é visto, e, num campo mais geral, a forma como o Jornalismo é visto por ele mesmo, e o que pode fazer para aprimorar-se. As asserções da pesquisa bibliográfica são, então, aliadas à análise empírica – que se deu através da observação sistemática, não-participante e individual – a fim de cruzar informações, contrapor estilos e investigar as diferenças que um mesmo gênero televisivo pode assumir em países distintos – ainda que com tantas características afins.

## **O UNIVERSO DA ANÁLISE**

Há aspectos sobre a televisão que independem do modelo de negócio, seja público ou privado, e servem de premissa a toda e qualquer análise sobre o tema: a natureza do próprio meio, sua matéria-prima e as restrições que impõe àqueles que tratam a informação através de imagens em movimento. Ainda que inescapáveis, tais aspectos deixam espaço para a escolha no tratamento da informação, tal como cita Rincón (2002), ao propor que a televisão pública tem por entre suas funções provocar a reflexão, reservar espaço para o diálogo cultural, proporcionar às pessoas instrumentos para a leitura crítica do que vêem e assumir sua responsabilidade social perante o público – além de recuperar sua narrativa audiovisual, a fim de que não seja apenas uma extensão da escola. E justamente este é um ponto importante na análise que faz: é uma falha se falar em televisão pública levando em consideração apenas seu conteúdo, em detrimento da sua linguagem audiovisual e a polifonia dos vários gêneros e discursos que abarca (p.31). Tal polifonia, aliás, é uma das características definidoras do meio, como lembra Machado (2005) quando diz que as formas fundadas no diálogo conferem identidade à narrativa televisiva – e que tal diálogo apenas

pode existir quando há uma pluralidade de vozes no espaço público porque “não há diálogo possível quando todos pensam exatamente da mesma maneira” (p.73).

Um dos parâmetros para medir a qualidade no discurso (jornalístico) televisual é tal multiplicidade de falas e diversidade de opiniões, que são, também, valores que o Jornalismo tem como norteadores da sua prática. Implicam a tão cara busca pela verdade – mesmo que tal conceito seja altamente discutível pelo fato de sermos todos seres subjetivos, e tanto produtores quanto leitores das informações contribuírem para construir a realidade através de suas próprias interpretações (BERGER e LUCKMANN, 2005). Ainda assim, a busca pela verdade deve ser o ponto cardeal da prática jornalística, porque, como sublinham Kovach e Rosenstiel (2004), esta é a principal responsabilidade do jornalista para com a sociedade: a busca de “uma forma prática e funcional da verdade” (p.68), através da qual as pessoas possam orientar-se em sua vida diária. É, então, a busca de monitorar a prática de valores como estes que justifica a existência de dispositivos de crítica de mídia. De acordo com Dines (*apud* Barbosa e Rabaça, 2001), “o jornalismo não é arte para ser julgado apenas pelos aspectos técnicos. Dada a função social da imprensa, os aspectos éticos e políticos são mais relevantes” (p.477). Por isso, é de muita importância que o público possa compreender os processos, para que possa também julgar aquilo que vê, lê e ouve mais criticamente, fazendo o caminho que Christofolletti (2008) aponta, o de “passar do ver ao observar” (p.93) – daí a necessidade dos dispositivos de crítica dos meios, dentre os quais serão contrapostos dois casos: um no Brasil e outro em Portugal, a fim de conhecer qual diferença se pode notar na crítica da cobertura de um mesmo assunto por dois programas do mesmo gênero, mas em países distintos. Funcionam como uma espécie de telejornal? Que a importância dão ao tratamento da imagem? Ou prioriza-se o discurso em detrimento dela? Como se mostram como instrumentos de educação midiática para o público espectador de seus países? Estas e outras observações serão destrinchadas na análise que se segue.

## 1. COMPARANDO OS PROGRAMAS

Restringindo-se a estes dois universos – Portugal e Brasil – escolheu-se os programas Observatório da Imprensa<sup>3</sup> (OI) e Clube de Jornalistas (CJ), para cuja análise foi utilizada uma edição de cada programa, ambos tratando sobre o tema comentado. Trata-se das gravações do dia 30 de setembro

---

<sup>3</sup> O Observatório da Imprensa, que surgiu a partir do *site* de mesmo nome, tem por objeto de debate a imprensa e a cobertura que ela faz dos fatos jornalísticos. Iniciativa do Projor (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo) e projeto original do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), o Observatório teve sua estréia na internet em abril de 1996, com o texto “E a Sociedade Civil?”, assinado pelo jornalista Alberto Dines<sup>3</sup>. Já a versão televisada estreou no dia 5 de maio de 1998, também apresentada por Dines e produzida através da parceria entre a TVE do Rio de Janeiro e a TV Cultura de São Paulo. O programa é transmitido às terças-feiras pela Rede Pública de Televisão (TV Brasil) e o apresentador/mediador atual é Alberto Dines (que também é o editor responsável pelo programa).

de 2008 do Observatório, “Crise Econômica nos EUA” e a edição de 22 de abril de 2009 do Clube de Jornalistas<sup>4</sup>, “Como é que a Comunicação Social Portuguesa está a cobrir (ou encobrir) a crise?”, edições número 480 e 181, respectivamente. A diferença de aproximadamente seis meses entre uma edição e outra é não-intencional, deve-se unicamente ao fato de o mesmo assunto ter sido tratado nos programas com esta distância temporal.

O método utilizado para recolhimento do material foram gravações feitas em DVD, recolhidas diretamente com a TV Brasil e na sede do Clube de Jornalistas. Por este motivo, não se verificou a presença – no caso do Observatório da Imprensa – de publicidade entre os blocos do programa, impedindo-lhe a análise. No caso do CJ, não há uma intervalos para publicidade entre blocos, sendo que é exibido inteiramente sem interrupções durante toda a sua extensão. Estas gravações são as fontes primárias da pesquisa.

### **1.1 Análise da forma**

Para cumprir o parâmetro da análise visual, o primeiro ponto do qual se deve falar são as características da abertura de cada edição (número 480 do Observatório da Imprensa e 181 do Clube de Jornalistas). No primeiro programa, vê-se a projeção de uma folha de jornal, colocada sob uma câmera em movimento horizontal, que observa palavras como “fato”, “manipulação”, “crítica” e “cidadania” sendo projetadas para o exterior do jornal. Há um som de fundo e logo depois aparece o jornalista Alberto Dines abrindo o programa, cumprimentando o espectador e apresentando os fatos da semana através de um VT, “a mídia esta semana”. No segundo, por sua vez, também há alusão a um jornal ao fundo, mas ele é apresentado com fotos e cores, embora não destaque nenhuma palavra ou expressão que reforce a ideia ou orientação de pensamento do programa. São utilizados elementos audiovisuais mais modernos e de melhor visualização estética, e na abertura as luzes do estúdio vão se acendendo gradualmente, e depois da aproximação da câmera, Dina Soares dá as boas-vindas ao telespectador, apresentando o programa como “um espaço quinzenal de debates sobre o Jornalismo e os jornalistas”. Esta diferença na apresentação visual lembra a discussão de Rincón (2002), quando diz que a televisão pública deve atentar também para a linguagem audiovisual que lhe cabe, pois, mesmo sendo de caráter educativo e não-concorrencial, a estética é

---

<sup>4</sup> O Clube de Jornalistas, por sua vez, existe desde 1984 como entidade, a partir da assinatura do estatuto em 1983 que estabelece a sua criação, bem como a cooperação com o Sindicato dos Jornalistas e a Casa da Imprensa em Portugal. Desde 2000, o Clube publica a revista Jornalismo e Jornalistas, que trata de temas relacionados à carreira e ao cotidiano dos jornalistas, a discussão de vários assuntos e análise de temas referentes ao universo midiático, tal como o faz a sua versão televisiva, o Clube dos Jornalistas, lançado em 2004 – cujo mote principal é a crítica de mídia, assim como o Observatório da Imprensa, no Brasil. Com a sua primeira edição em 11 de janeiro de 2004 e debatendo o tema “O que é ser jornalista hoje?” (mediado pelo jornalista Ribeiro Cardoso), o Clube de Jornalistas começou com periodicidade semanal e depois passou a ser transmitido quinzenalmente por decisão da Rádio e Televisão de Portugal (RTP)<sup>4</sup>, e mantém esta periodicidade até o momento.

um elemento importante para manter a atenção do público – um traço inerente à própria televisão. Percebe-se logo na abertura que o programa brasileiro tende a privilegiar mais o diálogo e o conteúdo em detrimento da forma, enquanto o português consegue equilibrar as duas componentes de maneira mais acertada<sup>5</sup>.

Em ambos os programas se faz uso do *videotape*, em que no programa 1 são utilizados dois tipos: um primeiro, logo na abertura, para fazer um comentário factual de acontecimentos marcantes da semana (no caso, o crime de censura eleitoral contra o jornal Extra!, no Rio de Janeiro e a crise financeira na Argentina – e o furo que os jornais brasileiros levaram por demorar a falar de um caso grave de corrupção no país vizinho). Em um segundo momento, um outro *videotape*, mais longo que o primeiro, contextualiza o tema com entrevistas (a um jornalista de economia e um correspondente estrangeiro) e narrações em *off*. No programa 2, isto também é feito, mas apresentando a opinião de dois *ombudsmen* portugueses sobre a cobertura da crise em Portugal, com intervenções da apresentadora fazendo um resumo do que está a ser falado, para situar o telespectador. Excetuando-se o primeiro VT sobre assuntos factuais no Observatório da Imprensa (e ainda assim, que ocupa poucos minutos), trata-se do tema proposto – a cobertura da crise econômica e financeira provocada pela bancarrota de grandes bancos norte-americanos – em toda a duração em ambos os programas, sem seccionar espaços para o tratamento de temas secundários relevantes não relacionados diretamente à crise referida.

Na apresentação do primeiro programa estão os jornalistas Alberto Dines e Cláudia Tisato, e na moderação do segundo programa está a jornalista Dina Soares. Como convidados do Observatório, estão o jornalista Altamir Tojal, no estúdio do Rio de Janeiro, e em São Paulo, o economista Luiz Gonzaga Belluzzo e o jornalista Noênio Spinola. No Clube, estão os jornalistas Pedro Santos Guerreiro, Camilo Lourenço e Miguel Carvalho, sendo que os dois primeiros cobrem Economia. Pode-se perceber, a partir desta composição, que a análise e a construção do discurso é feita predominantemente por jornalistas que têm acompanhado o assunto mais de perto.

Uma outra característica interessante de ambos os programas é o fato de que, ao se pautar principalmente na discussão da mídia e seu tratamento de determinado tema, também são, em menor extensão, uma espécie de telejornal. Isto porque situam o espectador no assunto de que estão a tratar, e não assumem que este público tenha um alto grau de especialização – nem no Jornalismo e nem em economia, neste caso específico. Ambos discutem, ainda que em caráter não exaustivo, as

---

<sup>5</sup> Embora que para se poder confirmar tal constatação de maneira categórica seja necessária uma investigação mais profunda sobre a forma de investimento e financiamento destes programas e seus processos de produção – o que, por ora, o trabalho não abarca, retendo-se apenas nos aspectos da análise visual.

causas e os desdobramentos desta crise econômica, bem como o papel desempenhado pela cobertura da mídia tanto no Brasil quanto em Portugal, e, de uma forma mais geral, no mundo (muito embora a sensação que se tem ao assistir ambos os programas é a de que o Observatório faz uma contextualização mais abrangente e completa que o Clube).

Um outro ponto em comum entre ambos é o fato de a análise incidir majoritariamente sobre os veículos impressos. Isto já era sabidamente um traço idiossincrático do Observatório – ditado pelo próprio slogan, na ideia de que uma pessoa que assiste o programa “nunca mais vai ler jornal do mesmo jeito”. No Clube de Jornalistas isto se deu porque, além de dois dos três jornalistas presentes trabalharem em meios impressos, a discussão se centrou na cobertura de jornais como o Jornal de Negócios, além de várias alusões ao Financial Times e Wall Street Journal, e outros veículos majoritariamente de natureza impressa.

Quanto ao uso dos recursos audiovisuais, nota-se uma clara divergência: o Clube de Jornalistas faz um uso notadamente mais apurado e mais envolvente destes recursos do que o Observatório da Imprensa. Isto nota-se desde o manejo da câmera, com seus cortes, enquadramentos e movimentos, até a constituição do cenário, a qualidade da película utilizada nas gravações, as caixas de assinatura, outras informações que aparecem na tela e recursos sonoros.

Isto não significa que o segundo programa se enquadre na lógica da espetacularização do conteúdo através da importância excessiva dada à imagem, mas que ambos são tratados de forma coerente e consonante, que faz com que o debate seja mais envolvente, visualmente mais dinâmico e mais confortável – já que não rompe com a fórmula visual do formato nas TVs comerciais tão marcadamente como o faz o primeiro programa. A dinâmica visual do Clube é extremamente necessária, dado que não há intervalo para publicidade em toda a sua extensão. São 46 minutos de emissão ininterrupta, que pretende reter o espectador até o final. No Observatório, existem espaços para o intervalo – o programa é dividido em quatro blocos: o primeiro, ocupando praticamente metade da duração total do programa (cerca de 25 minutos) tem por objetivo situar o espectador historicamente no tema; o segundo e o terceiro, ambos com uma duração média de 10 minutos, são um espaço onde as perguntas dos telespectadores são respondidas e é também o lugar onde o debate crítico se desenvolve; já o último bloco (com 5 minutos aproximadamente) é reservado às considerações finais dos convidados. Isso permite ao espectador dispersar e condensar a sua atenção no programa, o que confere a ele, assim, certa dinâmica. Note-se que a exibição do programa em um bloco único como é feito no programa português, não funcionaria da mesma maneira, tendo em

vista que seria mais difícil ao espectador prender sua atenção a um programa de ritmo relativamente mais lento e menos chamativo visualmente, mesmo embora o debate seja enriquecedor.

Ainda acerca dos traços visuais, físicos (predominantemente o cenário e as vinhetas de abertura, bem como as caixas em que as informações extras são acrescentadas na tela), vale lembrar também o uso de dois elementos determinantes do ritmo na linguagem audiovisual: os cortes e os enquadramentos. No programa 1, eles são feitos de forma tradicional, enquadrando-se todos os participantes do programa, em todo o tempo e sem exceção, de frente, contra o fundo do cenário, e em primeiro plano, com o foco na pessoa que está a falar e de quando em quando, mostrando as reações dos outros participantes, mas sempre neste formato. A câmera permanece estática em todo o tempo e os cortes são feitos de uma forma um pouco brusca. A iluminação é uniforme do início ao fim e não é muito confortável visualmente – o que mostra uma fuga em relação à lógica dos programas audiovisuais comerciais, que privilegiam a forma ao conteúdo, com o intuito de apenas prender a audiência do espectador. Quanto ao segundo programa, tal como já foi falado, os elementos audiovisuais não rompem frontalmente com a lógica imagética comercial da mesma forma que o Observatório, e nem por isso o conteúdo deixa de ser privilegiado. Uma marca disso é que os enquadramentos, movimentos de câmera e efeitos de luz imergem muito mais o espectador no cenário, e são feitas de forma bem pensada a fim de conferir movimento às narrativas. *Travellings* (horizontais e verticais), *closes*<sup>6</sup>, o uso intercalado entre plano médio e primeiro plano<sup>7</sup>, enquadramentos de vários ângulos, captando o espírito do debate, são muito bem trabalhados e servem como elementos de reforço dos discursos proferidos, porque conseguem captar e prender a atenção do espectador mais facilmente.

Outra causa que contribui para esta diferença na dinâmica, agora não apenas visual, mas espacial, é a organização e a distribuição geográfica dos convidados. No Observatório, estão três pessoas no estúdio do Rio de Janeiro – os apresentadores e um jornalista, enquanto os outros dois convidados estão em São Paulo, participando à distância e ao vivo via teleconferência. É uma forma muito interessante de mobilidade e de se usar a tecnologia disponível a fim de abrir espaço para a participação de pessoas que não podem estar fisicamente no estúdio principal – isto diminui também a restrição às escolhas de convidados e permite uma variabilidade muito maior do que se estivesse restrita a uma única localização geográfica – mas por outro lado dificulta no programa que

---

<sup>6</sup> O *travelling* é um movimento de câmera no sentido horizontal. Pode ser feito também no sentido vertical, quando a câmera filma de cima para baixo ou de baixo para cima. *Close* é o nome que se dá ao “primeiro plano”, enquadramento que capta o personagem dos ombros para cima, de modo a conferir grande destaque às suas expressões faciais.

<sup>7</sup> Plano médio é o nome que se dá ao enquadramento que capta todos os personagens e parte do cenário. Já o primeiro plano é o mesmo que *close*, tal como referido anteriormente.

o debate de fato, notadamente no seu caráter de sobreposição de vozes, flua livremente. Por outro lado, nota-se que no Clube de Jornalistas esta sobreposição existe e se manifesta em diversos momentos do debate. A co-presença espaço-temporal de todos os participantes, neste caso, permite à apresentadora intervir menos marcadamente na organização dos discursos dos convidados, fazendo com que a dinâmica do programa seja mais ágil e mais natural.

Esta organização do espaço da fala é um dos elementos determinantes em ambos os programas, pois, como no conceito de Machado (2005), os debates descendem das formas orais de expressão, pautando-se pelo diálogo. No primeiro programa, observa-se um diálogo vincadamente mais restrito e dependente das intervenções e da organização do moderador, Alberto Dines, do que no segundo programa, pelos motivos técnicos citados anteriormente. Por isso, observa-se um domínio do espaço da fala por parte do apresentador também maior no primeiro programa. Todas as intervenções dos convidados foram feitas dentro dos espaços que lhes cabia, concedidos e ordenados pelo apresentador, e estava a seu cargo estipular o assunto e o momento da intervenção de cada participante. Nota-se também uma maior presença da opinião do apresentador permeando o discurso mais marcadamente no Observatório de Imprensa do que no Clube de Jornalistas. Mesmo em face destes traços percebidos, nota-se um certo diálogo entre os convidados, não exatamente da mesma forma – direta e incisiva – que acontece no programa 2. No Observatório, um convidado pode discordar, estender, explicar ou aprofundar a fala anterior, mas sempre dentro do espaço que lhe é devido, nunca interferindo na fala do outro.

No Clube, também, nota-se que os convidados discordam ou concordam entre si e chegam a estabelecer um diálogo entre eles. Isto não significa que a moderadora não intervenha, ou não conceda a palavra a outrem em determinado momento, mas quer dizer que este não é a única forma de organização do espaço da fala. Por isso, a presença da moderadora é bem menos marcante e sua opinião, embora transpareça, aparece de forma mais sutil, e a dinâmica dos discursos não depende tão pesadamente de suas intervenções e da concessão da palavra a um ou outro participante. Uma outra característica que poderia contribuir para a maior fluidez é o fato de o programa ser feito em um bloco apenas, dando assim espaço para que o fio do pensamento e do discurso dos participantes se desenvolva de uma forma mais encadeada e linear, dado que a única seção marcada como tal no programa é o *videotape* que aparece introduzindo o assunto no início.

Por outro lado, não existe espaço para a participação dos espectadores no Clube da mesma forma que existe no Observatório. No programa brasileiro, é feita uma consulta à enquete da semana, realizada via internet, e é lançada outra pergunta para a enquete posterior, cujo resultado será

exibido no programa da semana seguinte. No Observatório, também, a participação do público é estimulada através de chamadas feitas pela co-apresentadora Cláudia Tisato, em que o espectador pode enviar suas perguntas (e escolher quem as responderá) por meio de telefone, internet ou fax. É feita uma triagem das perguntas e algumas delas são respondidas no segundo e no terceiro blocos, o que é feito também de forma interessante, dando espaço para perguntas confluentes ou que se complementem, a fim de que uma contextualização mais aprofundada tome lugar. No segundo programa, o mais próximo que se percebe de estímulo à participação do público é o aparecimento de uma caixa com o endereço – físico e virtual –, telefone e e-mail para que as pessoas se informem mais e conheçam a entidade do Clube de Jornalistas. Mas a comunicação de fato entre convidados do programa e público espectador não existe. Isto seria um ponto interessante para uma qualidade ainda maior para o programa português.

## **1.2 Características do discurso**

Aprofundando um pouco mais o assunto no que toca o estudo de algumas características do discurso, nota-se que o uso da linguagem em ambos os programas é feito de forma clara, em que os interlocutores fizeram o emprego da língua portuguesa entre o formal e o coloquial, sem pender demais para nenhum dos extremos. Utilizaram-se daquilo que é corrente na linguagem jornalística, que, como lembra Lage (1986) encontra-se entre o que é permitido no uso formal e possível no uso coloquial. Nota-se o uso de alguns jargões do campo econômico em ambos os programas, mas sem atrapalhar a compreensão do contexto. Pode-se inferir que um espectador de escolaridade média, diga-se, que tenha um pouco mais que o ensino fundamental, consegue ter acesso ao cerne da discussão, ainda que porventura lhe possa escapar algumas nuances que exijam um pouco mais de conhecimento. Principalmente no caso do Clube de Jornalistas, dado que a contextualização no Observatório da Imprensa, tal como já foi referido, é mais abrangente e mais detalhada.

Em ambos os programas também existe uma certa convergência de opiniões e perguntas que se fazem sobre o tema. Saber se os meios fizeram o que lhes foi possível para informar e prevenir as pessoas sobre as possíveis consequências da crise, as críticas ao excesso de otimismo por parte dos jornalistas e a ênfase ao retorno à responsabilidade social da imprensa para com o público foram alguns dos traços de discurso mais evidentes nos dois casos. Uma consideração importante a se levar em conta é o fato de que as datas em que os programas foram exibidos pode influenciar grandemente na forma como o discurso foi construído. Mesmo a sensação de contextualização mais sistemática e abrangente feita pelo Observatório da Imprensa pode ser explicada pelo fato de o programa ter ido ao ar no dia 30 de setembro de 2008, um dia depois de o pacote de salvamento dos bancos proposto pelo governo norte-americano ter sido reprovado no congresso. O Clube de

Jornalistas em questão foi exibido em 22 de abril do ano seguinte, quase cinco meses após este acontecimento em específico.

No tocante ao discurso, pode-se dizer mesmo que é possível distribuir papéis entre os convidados, cooperando para o equilíbrio e ritmo da conversação: no programa 1, o economista Luiz Gonzaga Belluzzo se ocupa majoritariamente de contextualizar o assunto histórica e socialmente, trazendo informações muito importantes para a compreensão do espectador, a fim de possibilitar que se possa apreender melhor o conteúdo do debate e fazer sobre ele uma reflexão crítica. O jornalista Noenio Spinola também faz uma contextualização, em um sentido menos teórico, oferecendo pontos de vista de modo a fazer a ponte entre sua experiência de editor de economia no Jornal do Brasil e de diretor de imprensa e mídia na Bolsa de Mercadorias & Futuros, ligada à Bovespa. O jornalista e escritor Altamir Tojal contrabalança seu ponto de vista centrando-se sobre as mazelas, deveres e feitos da cobertura midiática da crise econômica e financeira, de uma forma menos sistemática e mais descontraída que os outros dois participantes. No programa 2 estão Pedro Santos Guerreiro, diretor do Jornal de Negócios (JN), que, juntamente com o também jornalista econômico e professor Camilo Lourenço, fazem uma contextualização mais sistemática dos fatos, além de comentá-los e criticá-los. O jornalista e colunista da revista Visão, Miguel Carvalho, faz o contraponto, analisando fatos e participando do debate como quem tem a percepção da cobertura econômica, mas sem estar diretamente envolvido com ela.

Posto isto, é possível perceber convergências e divergências do debate nos programas em si e quando contrapostos. No Observatório da Imprensa, o VT a tratar do tema principal contextualiza o espectador temporalmente: apresenta a crise como a pior desde o *crack* da Bolsa de Nova York em 1929 e fala do plano de salvamento do governo americano (lembrando que o programa foi exibido um dia depois de o plano ser barrado pelo congresso dos Estados Unidos, fato que é amplamente reverberado pelos participantes do programa). Alude também à queda das bolsas no mundo todo e a suposta blindagem da economia brasileira. O colunista de Economia do Globo, George Vidor, e o correspondente Silio Boccanera comentam os fatos. Vidor diz que mesmo sem poder sair ileso da crise, o Brasil não está envolvido diretamente nela – o que daria ao país uma relativa sensação de blindagem econômica.

Boccanera diz que os altos e baixos na cobertura da mídia refletem os altos e baixos da crise em si, e lembra que a imprensa hoje, de uma forma geral, está mais preparada para cobrir o assunto, devido às sucessivas crises que a economia vem sofrendo ao longo dos anos. Ressalta também que, ainda que esta crise tenha detalhes complexos, o uso do “economês” deve ser evitado a fim de que o

leitor médio consiga perceber o assunto de uma forma mais geral. Camilo Lourenço, no Clube de Jornalistas, alude a esta opinião quando diz que a mídia teve mais preparo para cobrir a crise econômica – preparo este que foi ainda melhor do que o que se deu na cobertura da crise financeira, devido aos seus complicados processos.

Vidor lembra ainda que o sensacionalismo na economia gera pânico porque a área financeira é muito sensível, e que o alarde de boatos e notícias falsas podem ter consequências graves para quem os provoca. Pedro Guerreiro, no Clube de Jornalistas, também é veemente ao defender esta posição no debate, até mesmo exemplificando uma opção que fez no JN ao falar da desaprovação do pacote de salvamento econômico de US\$ 700 bi proposto pelo governo norte-americano: no lugar de “chumbo no plano americano mergulha economias no pânico”, optou-se por “chumbo no plano americano mergulha mercados no medo”, como uma forma de mitigar os possíveis efeitos de medo que uma manchete mais forte poderia provocar nos mercados e nas pessoas em Portugal.

O VT no Clube de Jornalistas é relativamente menor (cerca de 4 minutos, enquanto o do Observatório tem quase o dobro da duração), e mostra a opinião de Joaquim Vieira, *ombudsman* do jornal Público, e Mário Resendes, *ombudsman* do Diário de Notícias. Ambos pensam que a imprensa não conseguiu prever o que aconteceria e nem foi atenta aos sinais da crise, muito embora admitam que a cobertura se deu de uma forma diferente no mundo todo. Vieira chama a atenção para o fato de que não apenas a mídia portuguesa falhou, mas sim a mídia em geral. Para ele, não houve questionamento, e sim uma ação mais institucional – e agora que a crise aí está, precisam contextualizar melhor os fatos. De opinião parecida é Alberto Dines no Observatório da Imprensa, quando diz que “a mídia chegou tarde na crise”, tanto no Brasil quanto no mundo – e que faltou senso crítico por parte dos jornalistas ao cobrir o assunto. Mário Resendes chama atenção ainda para o fato de que isto serve de lição para corrigir comportamentos e estar mais atento aos sinais assim que eles se apresentarem.

Já no estúdio, Pedro Guerreiro, por sua vez, não concorda de todo com as afirmações, dizendo que há alguns anos, revistas como a *The Economist* já criticavam os preços praticados pelo mercado imobiliário nos Estados Unidos e Inglaterra, considerando-os pouco sustentáveis – mas que ninguém os ouviu. Ele faz então uma contextualização breve de como o problema surgiu, a evolução do *subprime* no mercado imobiliário econômico, e a política de alto risco assumida pelos bancos norte-americanos através da facilidade excessiva de crédito. Já no Observatório da Imprensa, Belluzzo explica como Estado de direito e regras na economia nem sempre são congruentes. Detalha as causas da desaprovação do pacote de emergência para salvar a economia

norte-americana, quando diz que isso aconteceu por razões políticas, já que “os republicanos acharam que a aprovação do pacote seria um atentado do Estado contra o livre-mercado”, e lembra que antes disso, o Estado sempre teve um papel crucial no desenvolvimento do capitalismo. Critica também a contaminação dogmática da mídia, ora de cunho marxista, ora de cunho liberal, quando diz que é “como se houvessem verdades absolutas, a-históricas e atemporais”. O jornalista Altamir Tojal continua o discurso quando afirma não existir um sistema perfeito, e condena a “divinização do mercado, que conduziu a uma cobertura acrítica”. Do lado português, quem assume esta postura é Miguel Carvalho, quando ressalta que a mídia “não deveria ter dado tanta importância ao endeusamento do mercado em detrimento do Estado e da regulação”. E diz que isso levou a um esquecimento do cidadão comum – que se encontra perdido em meio a uma confusão de números e estatísticas, sem que elas sejam humanizadas e aproximadas de seu cotidiano. Altamir Tojal, por exemplo, concorda com a afirmação em sua intervenção final, quando exemplifica que leu um artigo em um jornal cujo comentário se fazia ausente. Sentiu que era necessária uma contextualização melhor para que a compreensão fosse mais abrangente por parte das pessoas. Para Belluzzo, este cidadão comum deve ser protegido dos efeitos da crise, que tem grandes chances de atingir quem está na base da pirâmide social se não houver uma ação rápida por parte do Estado.

Em ambos os programas, uma contextualização da realidade do país em que estão é feita em contraposição à norte-americana, no sentido de situar o espectador sobre as políticas monetárias e as diferenças do sistema bancário – na tentativa de dimensionar o problema e fazer um ponto da situação. No Observatório, Belluzzo, ao explicar uma pergunta enviada por um telespectador (sobre a possibilidade de os efeitos da crise no Brasil serem tão graves quanto nos Estados Unidos), assevera (se valendo de alguns termos técnicos) que a organização do sistema financeiro é muito diferente do sistema americano, pois no Brasil trabalha-se com riscos mais controláveis e uma avaliação mais cuidadosa para a concessão de crédito (somando-se ao fato de ser um sistema eminentemente bancário), o que não acontece nos Estados Unidos. Já em Portugal, como explica Lourenço, a situação não tinha a mesma aparência de calma. Havia bancos à beira da falência. E explica que, se contasse tudo o que sabia nos jornais, as pessoas ficariam em pânico e possivelmente correriam aos bancos para sacar seu dinheiro, o que levaria o sistema bancário português a um colapso real. Isto vem diretamente ao encontro à opinião anteriormente dada por Pedro Guerreiro (e ilustra bem a opção que fez, por exemplo, entre um título menos alarmante para se referir à reprovação do pacote de salvamento proposto pelo governo americano), e também à opinião de Noénio Spínola no Observatório, que enfatizou uma atenção maior aos efeitos psicológicos da crise, tanto sobre os membros da imprensa quanto para as pessoas fora dela.

Tanto no Observatório da Imprensa, quanto no Clube de Jornalistas, a ideia de que rumores e boatos devem ser evitados é visível, e um outro ponto importante a ser mencionado é a chamada à responsabilidade da imprensa por parte do português Miguel Carvalho, quando diz que é necessário que o compromisso com o público seja recuperado, e que a mídia deve dar às pessoas informação compreensível e útil o suficiente para que possam “se proteger e contra-atacar” em um cenário destes. Diz ainda que o maior problema é uma escala de valores promovida à exaustão por parte dos meios de comunicação, gerando a falsa ideia de que todas as pessoas teriam um poder de compra muito maior do que o que realmente têm. Isto se dá por causa do constante “apelo a um modelo de vida inalcançável”. Esta crítica é endossada por Alberto Dines, quando, cita um artigo escrito por Tojal (ao dirigir a ele a palavra), que falava do “homem endividado, do crédito fácil da ilusão do poder de gastar e do apelo da mídia da necessidade de comprar para se estar bem”.

Outra crítica em comum nos dois contextos é a que fazem ao excesso de otimismo por parte dos jornalistas face à crise. Dines, ao perguntar a Tojal se “o otimismo da mídia tem sido em excesso?”, primeiro afirma que a mídia é complacente com os acontecimentos – o que vai ao encontro com uma das opiniões que expressou na abertura do programa, quando assevera que “uma boa notícia pode se transformar em euforia, e a euforia, em delírio, quando noticiada de forma acrítica, sem pontos de interrogação e sem dúvidas”. Pedro Guerreiro também tem a mesma opinião, e apresenta este otimismo como uma das quatro causas que levaram os jornalistas a falhar na cobertura, de acordo com um artigo que leu no Financial Times. As outras três causas seriam: (1) a pressão pela busca dos furos (em Portugal, “caixas”) no Jornalismo; (2) a falta de vivência real na área financeira (dentro de um banco, Bolsa etc) e (3) a memória curta dos jornalistas. Na mesma linha, Belluzzo se utiliza de outro argumento para explicar a falha: o próprio modo de produção da mídia restringe uma contextualização melhor dos assuntos, já que os espaços são pequenos, os artigos e entrevistas devem ser curtos e isso tem indubitavelmente reflexo na qualidade dos conteúdos veiculados.

Por fim, no fechamento dos programas, pôde-se perceber que tanto no Clube quanto no Observatório, o tom propositivo – com vistas a colocar algumas soluções para os problemas discutidos – foi dominante. No programa português, Miguel Carvalho observou que é preciso “olhar para o cidadão e dar mais condições para ele se defender em situações de crise”. Pedro Guerreiro sugeriu “mais transparência e menos medo”, enquanto não foi possível perceber tudo o que Camilo Lourenço disse (já que ele estava a falar ao mesmo tempo que Miguel). No Observatório da Imprensa, Noenio Spinola chama a atenção dos brasileiros para olharem mais para dentro de si mesmos e seu país, e afirma em um tom positivo que o país é grande e cheio de possibilidades, de onde se pode tirar coisas positivas – “mas sem ufanismo”. Já Altamir Tojal chama a atenção para a

contextualização dos fatos, enquanto Luiz Gonzaga Belluzzo retoma a ideia da necessidade de espírito crítico por parte da mídia. E enfatiza que ela não foi culpada pela crise, mas foi “omissa, tolerante e leniente”, e que por isso “faltou espírito crítico”.

Depois de contrapostas todas estas opiniões, pode-se perceber que em ambos os programas as posições quanto às críticas e os temas discutidos foi bastante parecida, levando-se em conta que em vários momentos se utilizaram de um viés diferente para tratar um mesmo assunto. É interessante também é o fato de que, mais que contrapor, foi possível justapor muitas opiniões, o que deixa uma sensação clara de complementaridade e fez com que o tratamento do assunto fosse muito enriquecido. Em ambos os casos, o uso de jargões não atrapalhou a compreensão do todo, e pode-se perceber também que os programas funcionam em certa medida, como uma espécie de telejornal, porque além de criticar a cobertura, contextualizam o fato e situam o espectador, que certamente vai ter uma visão mais alargada a respeito de seus desdobramentos depois de assistir tanto a um quanto a outro programa.

Pode-se inferir também que ambos Observatório da Imprensa e Clube de Jornalistas, por se prestarem a este papel referido anteriormente, dirigem-se ao público leigo (medianamente informado), já que não se utilizam de ferramentas de análise sistemática (como por exemplo, a análise do discurso), mas antes, examinam o contexto de uma forma mais generalizada e se centram basicamente em opiniões – fundamentadas, e não arbitrárias – e por isso a escolha dos personagens segue o critério da legitimidade, sendo que quanto maior o conhecimento e experiência em determinado assunto, mais legítimo o discurso se torna.

## **CONCLUSÃO**

Dito tudo isto, e com a noção de que muito mais se teria a dizer sobre o assunto, pode-se considerar que este estudo é um passo introdutório que permitiu a reflexão acerca de duas narrativas análogas, construções imagéticas e discursivas sobre a crítica de mídia em um pequeno recorte do universo lusófono e em espaços geográficos diferentes. Para tal, se fez necessário que se discorresse sobre as funções e as peculiaridades do Jornalismo, o sistema em que se insere e seus elementos constituintes, e tão importante quanto isto foi também a discussão sobre os valores e os dilemas que circundam e definem a identidade tanto do profissional quanto da profissão. É principalmente sobre isto e sobre a prática da cobertura que se fundam as análises dos observatórios de mídia, necessários para a qualidade do Jornalismo e para seu aprimoramento através da reflexão crítica. E é neste contexto que tanto Observatório da Imprensa quanto Clube de Jornalistas visam a cumprir seu papel de

aperfeiçoadores do Jornalismo nos países onde estão através do debate público dos mecanismos da notícia, e por isto foram objetos de estudo nesta pesquisa.

Feitas a teorização e a contraposição analítica dos programas, dado que ambos são produtos culturais da televisão pública, cabe uma observação de interesse: a de que as TVs públicas não necessariamente precisam abdicar da forma em favor do conteúdo. Ambos podem caminhar lado a lado e se complementar, tornando-se assim, quiçá, modelo de qualidade para outros canais. Isso principalmente quando se fala em gêneros fundados no diálogo, como no caso dos debates, em que a dependência da palavra falada é maior, e portanto, é exigido um maior nível de concentração. É necessário que os elementos visuais cooperem para este fim.

Pôde-se perceber, também, que embora os contextos geográficos, espaço-temporais e históricos sejam diferentes – e ainda que a forma do discurso narrativo e visual também difira nos dois casos – ambos têm opiniões parecidas acerca do tema que discutem (o que faz perceber que as mudanças na mídia não avançaram substancialmente entre setembro de 2008 e abril de 2009 no que concerne à cobertura da crise econômica mundial) e visam a atingir um mesmo fim, elaborando algumas soluções em tom propositivo.

Interessante também foi reparar a diferença na polifonia dos discursos, na organização das narrativas e a confluência/divergência de opiniões em ambos os programas. Estes elementos assumem extrema importância nos debates televisivos, já que tem por uma de suas funções simular e recuperar o espaço democrático da ágora grega, em que a pluralidade de opiniões, a síncriese, como cita Machado (2005), é elemento principal. No programa português, esta sobreposição da tessitura discursiva é mais visível, porque, como já foi citado, existe uma relação de co-presença espaço-temporal entre os participantes, o que não acontece no Observatório da Imprensa. Embora o lugar da fala seja mais ordenado e relativamente menos dinâmico, há concordâncias e discordâncias entre a opinião dos participantes, e as falas são encadeadas e as opiniões complementam-se e interrelacionam-se.

Levando-se em conta também o contexto histórico-social dos países onde os discursos tomam lugar, algumas proposições podem fazer mais sentido que outras. Mas o sentimento geral em ambas as edições analisadas é o de que correspondem à sua proposta inicial, que é criticar para aperfeiçoar a mídia e fazer com que o espectador seja despertado para ser uma parte mais ativa no processo de formação de opinião. Ambos os programas fornecem ferramentas para que este fim seja atingido.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGER, Peter L., LUCKMANN, Thomas. *A Construção Social da Realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Petrópolis: Vozes, 2005. 25. ed. Trad: Floriano de Souza Fernandes.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; MOTTA, Luiz Gonzaga (orgs). *Observatórios de mídia: olhares da cidadania*. São Paulo: Paulus, 2008. Coleção Comunicação.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do Jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. São Paulo: Geração Editorial, 2004. 2. ed. Trad: Wladir Dupont.

LAGE, Nilson. *A linguagem jornalística*. São Paulo: Ática, 1986. 2.ed. Série Princípios.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora Senac, 2005.

RABAÇA, Calos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 2. ed.

RINCÓN, Omar (org). *Televisão Pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: Friedrich–Ebert–Stiftung, 2002.