

A Banalização da Violência no Telejornalismo Gaúcho¹

Cristiane Finger²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul- PUCRS

Resumo

Passadas cinco décadas da história da televisão no Rio Grande do Sul, o sistema de redes nacionais das emissoras brasileiras tem um efeito perverso na produção das televisões locais/regionais. O principal conteúdo produzido ao longo destes anos é o telejornalismo que tem dificuldades em se estabelecer economicamente e com qualidade editorial. A chegada da Rede Record ao estado resultou numa mudança na linha editorial destes programas, que passam a se preocupar em atrair novos públicos através da popularização dos temas e dos formatos das reportagens.

Palavras-chave

Televisão; Telejornalismo; Audiência; Popularesco.

A televisão completa cinquenta anos no Rio Grande do Sul sem qualquer alarde. Não houve manifestações, nem por parte das emissoras gaúchas, nem pelos profissionais que participaram desta história, nem mesmo pelos pesquisadores da academia. É difícil acreditar que não haja motivos para comemoração, mas também é

¹ Trabalho apresentado no GP – Telejornalismo, do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Professora Doutora do Curso de Jornalismo e do PPGCOM da Faculdade de Comunicação Social – Famecos, na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS.

preciso reconhecer que, passadas estas cinco décadas, não são muitas as razões para festejar.

O estado, considerado um dos mais importantes na formação de jornalistas e outros profissionais ligados à televisão, amarga com uma produção local aquém do esperado. O atual sistema de redes nacionais sufocou a programação local, que tem dificuldades de se firmar, tanto em índices de audiência, quanto em sustentabilidade econômica. Por isso, resgatar esta história parece tão importante. Talvez, seja uma forma de projetar um futuro mais promissor. Com o advento da televisão digital, em processo de implantação no país e já em experimentação entre os gaúchos, é possível que a história da televisão no Rio Grande do Sul e nos demais estados possa tomar outro rumo.

Um começo marcado pela tentativa de uma programação local

A primeira emissora de televisão do Rio Grande do Sul foi ao ar em 20 de dezembro de 1959. A TV Piratini era mais uma iniciativa do empresário Assis Chateaubriand e fazia parte do primeiro conglomerado de comunicação do país, os Diários Associados.

Os quadros da Rádio Farroupilha desenharam sua programação, os programas de auditório do rádio passaram a ser televisionados, o radiojornalismo foi transplantado. Algumas dezenas de funcionários, entre jornalistas, técnicos e artistas, transitavam entre o rádio e a televisão (Kilpp, 2000, p.28).

A segunda emissora a ser inaugurada no estado foi a TV Gaúcha, em 29 de setembro de 1962. Depois de três anos, o jornalista e empresário da área de rádio, Maurício Sirotsky Sobrinho, concluiu o projeto de construção de um prédio específico para a emissora, no Morro Santa Teresa, importou os equipamentos da Inglaterra e Estados Unidos e colocou em atividade a concessão autorizada pelo Governo de então para a Rádio Sociedade Gaúcha.

Na disputa da audiência com a TV Piratini, Maurício Sirotsky passou a lutar com a sua arma preferida: a valorização da produção local. Enquanto a TV Piratini, por força da vinculação com a rede associada, baseava sua programação nos enlatados das TVs Tupi de São Paulo e Rio, a Gaúcha tronou-se a imagem viva do Rio Grande (Schirmer, 2002, p.40).

A TV Difusora, terceira emissora a entrar em operação no estado, em 10 de outubro de 1969, foi a primeira a fazer uma transmissão em cores no país, por ocasião da inauguração da Festa da Uva, em Caxias do Sul, em 1972. O controle acionário da emissora era da Ordem dos Freis Capuchinhos e dos superintendentes leigos, Salimen Júnior e Walmor Bergesch, que juntos detinham 51% das ações, enquanto o restante pertencia aos donos da TV Record, a família paulista Machado de Carvalho. Durante os primeiros sete anos de atividade, a TV Difusora conseguiu sustentar uma programação local significativa, com programas importantes como os jornalísticos: *Câmera 10* e *Portovisão* (Kilpp, 2000).

Cinco anos depois, já na década de 70, iniciam as primeiras transmissões da TV Educativa que, através de um convênio com a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, começa a produzir uma programação voltada para a cultura e educação, servindo também como laboratório para os alunos do Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação Social. A TVE só ocupa instalações próprias no Morro Santa Teresa na década de 80, quando também passa a integrar o Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (NO AR..., 2002).

Em 1979, a empresa de comunicação Caldas Júnior entrou neste mercado com a Televisão Guaíba. Sem ligação com emissoras do centro do país, apostou num forte investimento em programação regional, com conteúdos culturais, jornalísticos e esportivos. Entre altos e baixos, a Guaíba permaneceu independente até 2007.

A última tentativa de uma televisão verdadeiramente local surgiu em 1980, com a inauguração da TV Pampa, pertencente à Rede Pampa de Comunicação, do empresário gaúcho Otávio Gadret, que, até então, atuava na área de rádio. Contudo, a independência de mais esta emissora durou apenas três anos.

Depois da aventura da tevê totalmente ao vivo e até 1983, a realidade e a cultura rio-grandense ocuparam cinco emissoras comerciais de TV *locais* um espaço que variou de 70% (Difusora, em 1969) aos 5%(Piratini, em 1980) da programação total. As técnicas de reprodutibilidade que permitiam a concentração da produção televisiva no centro econômico e cultural do país, articuladas num mercado *nacional*, incapaz de dar conta das diferenças regionais dos *nossos* programas (...) Disputando um mercado cada vez mais competitivo e localmente restrito as nossa emissoras passaram cada vez mais a veicular *através de si*, como um *canal* mesmo, as *imagens globais* que já não nos surpreendem e, deixando para trás inúmeras representações da sociedade local/regional... (Kilpp, 2000, p. 55).

Fim de uma era

Depois de idas e vindas, em parcerias com emissoras do centro do país, o destino das primeiras emissoras de televisão no Rio Grande do Sul foi o mesmo: render-se ao sistema de rede nacional e abdicar, com raras exceções, de uma programação produzida pelos gaúchos e voltada para o público local/regional.

A *TV Piratini* deixou de existir, junto com a rede montada por Chateaubriand, e a concessão de Porto Alegre passou para o empresário Silvio Santos, que até hoje é detentor da TVSBT – Canal 5 de Porto Alegre. A *TV Gaúcha*, hoje RBS TV, ligada à Rede Globo, conseguiu se estabelecer em Rede Regional com 18 emissoras filiadas no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina, é apontada como a afiliada da Globo com maior produção local, cerca de 15%³ do total transmitido, mesmo que os horários de exibição não sejam os mais nobres. A *TV Difusora* já há muito pertencia ao Grupo Bandeirantes, hoje sobrevive com horários restritos de programação local e se transformou em TV Bandeirantes RS. A *TV Guaíba* foi a que mais permaneceu como independente, mesmo que, por um longo período, tenha locado os espaços de programação para produções independentes. Finalmente a emissora foi vendida, junto com os demais veículos da Caldas Júnior, para a Rede Record. A *TV Pampa* já se filiou à Rede Manchete, depois ao SBT, ainda à Rede Record e agora, com mais quatro emissoras no interior do estado, transformou-se em Rede Pampa, afiliada da Rede TV.

³ Disponível em: www.clicrsbs.com.br. Acesso em 20/11/09.

Por fim, a *TVE-RS*, mais do que pública, é uma emissora estatal, depende das verbas e da boa vontade dos sucessivos Governos Estaduais para a sua manutenção econômica e, ao longo dos anos, ocupa os vazios de produção com a transmissão de programas da TV Cultura de São Paulo e da TV Educativa do Rio de Janeiro.

Telejornalismo: audiência e comercialização

Os telejornais ocupam um espaço relevante na vida dos brasileiros. Para as classes menos favorecidas da população, são a principal, se não a única, fonte de informação. A importância do jornalismo nesta mídia é inversamente proporcional ao grau de instrução, ao poder aquisitivo do público e à participação na vida em comunidade.

O telejornal faz parte da programação da TV brasileira cumprindo uma determinação legal. O decreto lei 52.795 de 31/10/1963, que trata do regulamento dos serviços da radiodifusão, estipula que as emissoras dediquem cinco por cento do horário da programação diária ao serviço noticioso (Curado, 2002, p.15)

Inicialmente, o telejornal foi visto como um produto pouco atrativo para audiência e de alto custo de produção. Com o passar do tempo, o hábito do brasileiro mudou. Em uma sociedade, cada vez mais, eletronicamente mediada, a televisão passa a ser o espaço público para as discussões em debate na sociedade, o que confere credibilidade às emissoras. Com o aumento da audiência, vieram os anunciantes e os patrocinadores, e, por conseqüência, a sustentabilidade econômica de produção. Nacionalmente, transformaram-se em segundo produto mais rentável, dentro da programação, perdendo apenas para as telenovelas. Regionalmente, os telejornais locais representam, além disso, a inserção política e ideológica junto às comunidades, que passam a se identificar ao serem representadas. Outro fator de destaque para os telejornais está em dar voz ao cidadão, que busca solução para problemas na prestação dos serviços públicos, cobrando providências das diversas autoridades.

No entanto, por causa dos interesses políticos e econômicos, muitas emissoras acabam optando por um jornalismo factual, carente de profundidade, em uma

representação da realidade que privilegia o *fait divers*, combinado com a promoção da emoção gratuita, através das imagens e do espetáculo (Arbex Jr, 2001).

Neste processo de sedução do telespectador, a banalização da violência nos programas jornalísticos, que expõe os dramas vividos pelo cidadão comum e mistura entretenimento com jornalismo, é mais uma arma. Um fenômeno que começou no final da década de oitenta e que, até hoje, é utilizado, em menor escala, em rede nacional.

São programas como: *Aqui, Agora (SBT)*; *Brasil Urgente (Rede Bandeirantes)*, *Cidade Alerta (Rede Record)* e *Linha Direta (Rede Globo)*. Alguns, depois de conquistarem elevados índices de audiência, entraram em declínio e saíram do ar; outros permanecem, com uma audiência considerada apenas mediana, mas constante; e poucos ainda devem ter vida longa na concorrência, cada vez mais, acirrada da televisão brasileira.

Mas, se o fenômeno da popularização das notícias já não ocupa o lugar de destaque na programação nacional, parece que agora foi adotado pelos canais locais ligados a estas mesmas redes.

Telejornalismo: o que restou de local

No cenário gaúcho atual, a produção local das televisões investe, preferivelmente, em jornalismo. Os espaços, geralmente restritos, observam a lógica de uma programação que é igual em todo o país. Assim, as emissoras adotam programas que vão ao ar junto aos jornalísticos nacionais e também se estendem, ao longo do dia, em horários mais ou menos previsíveis. Uma edição no início da manhã, outra próxima ao horário do almoço e por fim, um telejornal de pequena duração, dentro o chamado *prime time*, horário nobre em termos de *share* (participação nos aparelhos ligados).

Na *RBSTV*, fazem parte da programação diária: Bom Dia Rio Grande (6h30), Jornal do Almoço (12h), RBS Notícias (19h). Na *Rede Record* existem os jornalísticos Rio Grande No Ar (7h10), Balanço Geral (12h45) e Rio Grande Record (18h45). Na TV Bandeirantes, são exibidos: Lado a Lado (13h) e Band Notícias (19h15). Na *Rede Pampa*: Pampa ao Meio Dia (11h30), Pampa Boa Noite (18h05) e

Jornal da Pampa (19h35). No *SBT* há apenas o *SBT Rio Grande* (12h45). Na *TVE-RS* são duas edições: *TVE Meio Dia* (12h) e *Jornal da TVE* (21h30)⁴.

De todos os telejornais locais citados anteriormente, apenas o *Balanço Geral* é o programa que aposta num conteúdo e formato diferenciados, com tendência ao popularesco. Até o final de 2008, os dados de audiência medidos pelo IBOPE, no horário do meio-dia, davam conta da seguinte classificação, nas emissoras privadas: em primeiro lugar, estava o *Jornal do Almoço* (*RBS*), com 49% de participação; em segundo lugar, o *SBT Rio Grande* (*SBT*), com 18%; o *Balanço Geral* (*REDE RECORD*) em terceiro, com 11%; *Pampa ao Meio Dia* (*REDE PAMPA*) em quarto, com 4%; e *Lado a Lado* (*BAND TV*) era o quinto colocado, com 2,7%⁵.

No entanto, dois anos após o início de suas atividades, a Record RS consolidou-se, desenhando, em termos de audiência, um cenário muito similar ao panorama de sua rede nacional – onde também atinge notoriedade e abala o tradicional vice-líder, através do direcionamento de seus investimentos, notadamente aos setores de telejornalismo e teledramaturgia, em uma estratégia que prioriza o *prime time* (horário nobre) (Brittos, 2009).

Ainda de acordo com o professor da UNISINOS Valério Brittos, a penetração da Record, junto aos gaúchos, só ocorreu com a chegada do jornalista paulista Alexandre Motta à frente do *Balanço geral*, em meados de 2007, e a opção por reportagens populares, fortemente direcionadas às classes C e D. Em setembro de 2009, os índices de audiência no horário ficaram em 16,8 para a RBS, 12,5 para a Record, e o *SBT* atingiu apenas 1,3⁶.

O popularesco e a banalização da violência

O interessante é avaliar que o popularesco deixa de ser a principal estratégia de conquista de audiência nos telejornais de rede, mas passa a ser utilizado

⁴ Disponível em: www.hagah.com.br. Acesso em 20/11/09.

⁵ Fonte Ibope MediaQuiz ABRIL 2008 – PORTO ALEGRE.

⁶ Disponível em www.observatíoriadaimprensa.com.br. Acesso em 17/10/09.

nos mercados locais/regionais. A programação das emissoras do Rio Grande do Sul não é a única a contemplar um programa com este perfil, mas, certamente, o estado foi um dos últimos a se render à nova fórmula.

O objetivo da Record, de conquistar a audiência dos gaúchos, passou por atrair um público, que, até então, recebia pouca atenção por parte da líder RBS: as numerosas classes C, D e E. Público este, que também é a esperança de elevação do consumo doméstico no Brasil, desde 2000, através do aumento de renda e da abundância de crédito. Juntas, as três faixas já representam 31 milhões de lares e detêm 42% do consumo nacional.⁷

O Balanço Geral tem duas horas de duração, as reportagens seguem o formato tradicional do telejornalismo brasileiro, mas com um tempo mais flexível, destinado a cada uma das notícias. Porém, o grande diferencial está na apresentação do programa, que aposta no carisma, no improviso e na opinião do jornalista Alexandre Motta. Na maioria das vezes, ele não acrescenta nenhum dado ou contextualiza a informação, apenas deixa explícita uma indignação que está mais para o senso comum do que para análise crítica dos fatos. De acordo com Muniz Sodré (1972): “Na televisão, como a norma geral é atingir o maior público possível, as mensagens são empobrecidas ou reduzidas ao suposto denominador comum (p.64).”

A editoria de **polícia**, antiga conhecida do jornalismo impresso, assim como nos periódicos considerados populares ou popularescos, contamina toda a linha editorial do programa. Uma receita com poucos ingredientes: assaltos, tiroteios, seqüestros, operações policiais, rebeliões em presídios, atentados, crimes de morte. Outra editoria que ocupa em grande medida o programa são as **tragédias**, como: acidentes de trânsito, atropelamentos, incêndios, temporais, enchentes, desmoronamentos de terra, queda de aviões (Finger, 1997).

Em um primeiro olhar, seria possível dizer que os temas destacados anteriormente não se diferem da pauta dos demais telejornais transmitidos no horário. Mas, neste caso, o peso e o tipo de abordagem fazem toda a diferença. De acordo com

⁷ Disponível em www.fenacon.org.br. Acesso em 24/10/09

Bernard Cohen: “...se a mídia raramente consegue dizer ao público o que pensar, ela pode facilmente estabelecer sobre o que se vai pensar. (in Defleur e Ball-Rokeach, 1994, p.194).”

Este é o começo de uma lógica perversa que passa a identificar o sucesso como resultado de dar ao público de televisão aquilo que ele quer, e não o que precisa. As notícias sobre a violência, por exemplo, parecem inevitáveis num país em que cinquenta mil pessoas são assassinadas a cada ano, mas também seria preciso destacar que as mortes atingem principalmente jovens do sexo masculino; entre 15 e 24 anos; na maioria, pobres; quase sempre, negros e moradores de periferias ou favelas dos grandes centros urbanos (Ramos, 2007).

As informações do dia-a-dia, no Balanço Geral, são superficiais e descrevem em detalhes, com recursos sensacionalistas e apelativos, casos individuais. As estatísticas sobre criminalidade não são explicadas, o que poderia servir de alerta à população, no sentido de tomar alguma precaução, ou despertar o debate sobre o planejamento de políticas públicas. A maior parte dos comentários demonstra um total desconhecimento sobre a legislação. Acusados, suspeitos, investigados, indiciados e até réus são apresentados como traficantes, assaltantes, ladrões e assassinos. O tratamento e a exposição, é claro, ficam mais severos quanto mais pobres forem os implicados.

As polícias são a principal fonte de informação das reportagens: prisões, apreensões, apresentação de criminosos. Não há contrapontos de outras forças da sociedade, e esta ausência de fontes diversificadas gera uma cobertura em que os direitos humanos, por exemplo, são temas pouco frequentes.

Por outro lado, mesmo que de forma estereotipada, a cobertura das vilas e bairros da Grande Porto Alegre, realizada pelo Balanço Geral, passa a ser uma referência concreta deste mundo, com uma linguagem adequada ao público. Mesmo com a falta de equilíbrio nos temas abordados e a quase ausência de informações que possam elevar o telespectador à condição de cidadão, há uma identificação flagrante entre o conteúdo e o público-alvo.

O resultado não é só um aumento nos índices de audiência da Record no Rio Grande do Sul, mas também já está em curso uma reação das demais emissoras, que

passam a seguir, em alguma medida, a mesma receita: o popularesco. Resta saber se este fenômeno chegou para ficar ou é passageiro, como aconteceu em rede nacional. Se a mudança significa a redução da qualidade do que é noticiado em geral, ou o início do interesse de um novo público sobre a informação.

Referências Bibliográficas

ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnlismo: a notícia como espetáculo**. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

CURADO, Olga. **A Notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.

DeFLEUR, Melvin; BALL-ROCKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zaar Editor, 1993.

FINGER, Cristiane. **A violência na “agenda” do telejornalismo brasileiro**. Dissertação de mestrado, FAMECOS, PUCRS. Porto Alegre, 1997.

FUNDAÇÃO CULTURAL PIRATINI – Rádio e Televisão. **No ar um projeto em construção: uma contribuição à memória TVE e FM Cultura**. Porto Alegre: 2002.

KILPP, Suzana. **Apontamentos para uma história da televisão no Rio Grande do Sul**. São Leopoldo: UNISINOS, 2000.

RAMOS, Sílvia. **Mídia e Violência: tendências na cobertura da criminalidade e segurança no Brasil**. Rio de Janeiro: IUPERI, 2007.

REIS, Sérgio. **Making Off: Histórias bem-humoradas dos primeiros anos do rádio e da TV**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

SCHIRMER, Laura. **RBS: Da Voz-do-Poste à Multimídia**. Porto Alegre: L&PM, 2002.

SODRÉ, Muniz. **A Comunicação do Grotesco: um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1972.

TORVES, José Carlos. **Televisão Pública**. Porto Alegre: Editora Evangraf, 2007.