

UNIVERSIDADE DO SAGRADO CORAÇÃO

BRUNA BALINI

HELOISA MARTINS

**A ÉTICA JORNALÍSTICA E A AUDIÊNCIA: UMA
GUERRA EVIDENCIADA NO CASO ELOÁ.**

BAURU
2012

BRUNA BALINI
HELOISA MARTINS

**A ÉTICA JORNALÍSTICA E A AUDIÊNCIA: UMA
GUERRA EVIDENCIADA NO CASO ELOÁ.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo, sob orientação da Profª. Sandra Faria Firmino.

BAURU

2012

Balini, Bruna

B1863e

A ética jornalística e a audiência : uma guerra evidenciada no caso Eloá / Bruna Balini, Heloísa Martins -- 2012.
85f.

Orientadora: Profa. Esp. Sandra Mara Faria Firmino.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo) - Universidade do Sagrado Coração - Bauru - SP

1. Jornalismo. 2. Telejornalismo. 3. Ética. 4. Caso Eloá. 5. Audiência. I. Martins, Heloísa. II. Firmino, Sandra Mara Faria. III. Título.

BRUNA BALINI

HELOISA MARTINS

**A ÉTICA JORNALÍSTICA AFETADA PELA GUERRA DE
AUDIÊNCIA É EVIDENCIADA NO CASO ELOÁ.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Jornalismo sob orientação da Prof^a. Sandra Faria Firmino.

Banca examinadora:

Prof^a. Sandra Mara Faria Firmino
Universidade do Sagrado Coração

Prof Fabio José de Souza
Universidade do Sagrado Coração

Prof. Marcelo Zanluchi
Universidade do Sagrado Coração

Bauru, 22 de novembro de 2012.

Dedico este trabalho a meus pais:
Débora, José Alberto e ao meu irmão Neto.

Dedico este trabalho a meus pais:
Florinda e Gilmar.

AGRADECIMENTOS

Não tem como começar meu agradecimento sem colocar Deus em primeiro lugar, por me ajudar em todos os momentos e ser meu consolo e minha muleta. Por ter me iluminado para conclusão desse trabalho e por ter colocado em minha vida pessoas sem as quais nunca teria conseguido.

Meus pais, Débora e José são as principais delas, sempre ao meu lado, às vezes sem merecimento algum, me ajudando e incentivando, me mostrando que estava no caminho correto quando achava que nada ia dar certo, agradeço também por eles serem pessoas tão éticas, solidárias e com um caráter maravilhoso, as quais me espelham sempre e agradeço por ter herdado tais características, das quais me orgulho tanto.

Agradeço aos meus pais também por terem me dado o melhor presente do mundo, meu irmão e melhor amigo Neto, que sem perceber me faz crescer e me tornar uma pessoa melhor a cada dia por ele, para ser um bom exemplo, mesmo fraco e errante.

Agradeço a minha avó Nadir, a pessoa mais iluminada e gentil que já conheci, com ela e por ela sempre sei que posso chegar mais longe.

Aos meus primos, Caio e Daniel e a todos os outros 6, que crescendo juntos nos ajudamos a amadurecer, a nos tornar adultos de bem, e por nunca me deixarem me sentir sozinha, a toda a minha família encantadora, não posso imaginar outro lugar melhor para estar senão com meus, tios, avós, primos ...

Agradeço também as pessoas maravilhosas que conheci durante a universidade, pessoas que sei que levarei por toda a vida, como minha parceira de TCC, Heloisa, que entrou na minha vida e que se faz tão importante, dividimos sonhos, tristezas, alegrias e cumplicidade, uma irmã pra mim.

E também as minhas amigas Bruna, Mônica, Nathaly e Natalia, que estiveram presentes nesses 4 anos de curso e a um grande amigo José Eduardo.

Não tem como não agradecer também a todos os professores e funcionários que fizeram parte desse sonho, em especial os meninos da rádio e da TV por sempre nos tratarem com carinho e paciência.

Agradeço imensamente a professora e orientadora Sandra Faria, que nos ajudou a realizar esse trabalho, que esteve sempre ao nosso lado, que nas nossas conversas sempre me fazia perceber que nada estava perdido e que nunca desistisse do meu sonho de ser jornalista.

Todas essas pessoas e muitas outras me fizeram ser o que sou hoje e me ajudaram a concretizar esse trabalho que é um dos primeiros de muitos sonhos, que a partir de agora sigo para realizar um por um e sei que Deus está ao meu lado, por isso caminho sempre alegre e confiante, mesmo quando as coisas não acontecem da forma que esperava, os planos de Deus são diferentes dos nossos e só cabe a nós caminhar com entendimento e paciência, sempre buscando e fazendo o melhor para todos.

Muito obrigada a todos, do fundo do meu coração, que Deus os abençoe sempre!

Bruna Balini.

Gostaria de começar agradecendo primeiramente a Deus pela vida, por minhas condições de saúde perfeita, e ter nascido na família maravilhosa que ele escolheu para mim. Além de toda força e fé que busco e encontro no senhor nos momentos difíceis e também nos de agradecimentos.

Agradeço a minha família, principalmente minha Mãe Florinda, meu Pai Gana e meu Irmão Leonardo por sempre estarem ao meu lado, me apoiando em minhas escolhas, me incentivando a ser alguém, ter um futuro profissional qualificado, investindo em mim e me dando a oportunidade de após quatro anos, hoje me formar em jornalismo que sempre foi um sonho.

Principalmente a minha Mãe Florinda e ao meu Pai Gana, pois sei o quanto se esforçaram e suaram para conseguir arcar com todas as despesas desses quatro anos sem me deixar desistir visando o meu futuro sempre.

Ao meu namorado Diego pela paciência, e ajuda em que me deu, aos finais de semana em que poderíamos nos divertir e ficamos em casa focados na pesquisa, nos momentos em que eu me desesperava achando que não conseguiria terminar e ele me acalmava e sempre me mostrava uma maneira de prosseguir.

A minha grande amiga Bruna, que escolhi para ser minha parceira nesse trabalho, muito obrigada por todos os nossos momentos juntas nesses quatro anos de universidade na maioria dos trabalhos estivemos juntas e no último não poderia ser diferente, obrigada pela dedicação, paciência, garra e a sua amizade, não só nesse trabalho como em minha vida.

Sem me esquecer das amigas que foram como uma família pra mim em Bauru, Bruna, Nathaly, BLruna, Natalia, por todos os momentos em que servíamos de apoio umas as outras. Além de toda minha turma que de um modo geral contribuiu para que eu aumentasse e aprimorasse meus conhecimentos.

À todos os professores com quem tive o prazer de conviver na universidade, aos coordenadores e todos os colaboradores que sem dúvidas foram peças fundamentais para minha formação e também crescimento enquanto ser humano.

Muito obrigada em especial a Sandra Faria, que nos orientou nesse projeto, sempre presente e de prontidão, disposta a esclarecer nossas dúvidas e guiar nossos caminhos dentro desse longo trajeto que foi percorrido para que chegássemos até a conclusão desse trabalho.

Enfim, muito obrigada do fundo do coração a todas essas pessoas que citei além das outras diversas que passaram pelo meu caminho e deixaram algum aprendizado para que eu conseguisse chegar até aqui. Sem a confiança de cada um de vocês hoje eu não seria nem metade da pessoa que me transformei, e da profissional que pretendo ser. Aprendi muito mais do que uma profissão, ser jornalista para mim é uma paixão e um aprendizado que quero levar a todos como uma grande experiência. Essa monografia foi realizada, pois tenho pessoas incríveis como vocês em minha vida!

Heloisa Martins.

“A imprensa pode causar mais danos que a bomba atômica.
E deixar cicatrizes no cérebro.”
(Noam Chomsky)

RESUMO

A programação televisiva produz um enorme impacto no telespectador desde seus primórdios, com o passar do tempo teve uma grande evolução e seus artifícios para manter e ganhar audiência também. As emissoras aperfeiçoaram suas grades de programação, baseando-se em emissoras norte-americanas. Com toda essa melhoria, algumas emissoras conseguiram um bom posicionamento comercial, porém esses canais vivem na incessante corrida pelos maiores picos de audiência. Essa guerra desenfreada pelos números do IBOPE acarreta diversos problemas, um deles é a falta de ética na hora da execução do trabalho do profissional de jornalismo. Essa pesquisa teve como objetivo mostrar como o jornalismo nacional está atuando no mercado televisivo de forma antiética em casos de periculosidade. Para exemplificar a pesquisa, o caso Eloá foi usado de base. Foram usados para a realização deste, diversos livros e artigos disponíveis na internet, para o embasamento do conteúdo e melhor análise do tema. Foram aplicados questionários com públicos telespectadores e analisados de que forma é interpretado o telejornalismo sensacionalista e o jornalismo de caráter sério.

Palavras-chave: Jornalismo. Telejornalismo. Ética. Caso Eloá. Audiência

ABSTRACT

Television programming produces a huge impact on viewers since its inception, with its evolution over time was great and tricks to keep your audience and win too. Broadcasters honed their programming grids, based on U.S. networks. With all this improvement, some broadcasters have achieved a good commercial positioning, but these channels live on the rat race by the largest peaks hearing. This war unrestrained by the numbers of IBOPE creates several issues, one of them is the lack of ethics at the time of execution of the work of professional journalism. This research aims to show how journalism is acting in the national television market unethically in cases of extreme danger. To exemplify the research, the case was used Eloá base. Were used to achieve this, several books and articles available on the Internet, for building up the content and better analysis of the subject. Questionnaires were applied to public viewers and analyzed carefully how it is interpreted the television news tabloid journalism and serious character.

Keywords: Journalism. Telejournalism. Ethics. Eloa Case

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	JORNALISMO TELEVISIVO.....	14
3	ÉTICA JORNALÍSTICA- ESCOLA BASE.....	27
4	A BUSCA PELA AUDIÊNCIA NO JORNALISMO TELEVISIVO.....	37
4.1	AUDIÊNCIA X ÉTICA NAS COBERTURAS JORNALÍSTICAS.....	48
5	CASO ELOÁ.....	56
6	ANÁLISE DE DADOS.....	75
7	CONCLUSÃO.....	77
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	79

1 INTRODUÇÃO

Em 1950 a televisão chegava ao Brasil. Sua primeira emissora foi a TV Tupi canal 6 de São Paulo, sendo duzentos aparelhos receptores foram espalhados pela cidade para que o público tivesse contato com a novidade. Sua primeira transmissão contou com um espetáculo que durou mais de duas horas e meia. Para se firmar na sociedade brasileira levou tempo e muita dedicação para aperfeiçoar suas técnicas e melhorar seus programas.

Não demorou muito para a TV estar presente nos lares da população. Presente na maioria dos lares do país e do mundo.

Com a evolução das emissoras suas grades foram melhorando e programas foram ganhando destaques. No começo, os picos de audiência ficavam por conta dos programas de auditório e as telenovelas. Os telejornais entraram com sutileza na programação nacional. O primeiro foi ao ar em setembro de 1950, apresentado por Ribeiro Filho e denominado Imagens do Dia. Desde então os outros programas foram dando espaços para os noticiários que não pararam de evoluir.

Para o trabalho de um jornalista ser completo alguns critérios são indispensáveis, como a apuração de fontes, checagem da veracidade das informações, e uma das principais características de um bom profissional da área é a ética em primeiro lugar em todas as matérias e reportagens.

O profissional de jornalismo depende de suas fontes para realizar um trabalho verdadeiro e concreto, preservando a integridade de seus contatos e exercendo o papel de ser humano que preza pela moral e os bons costumes.

O que vem acontecendo é que a ética jornalística fica em risco quando se trata de audiência, as emissoras participam de uma corrida pelo furo jornalístico. Todas querem ter as melhores imagens, as melhores entrevistas, os melhores profissionais para conseguir veicular a notícia em primeira mão. Por isso acabam infringindo o código de ética dos jornalistas brasileiros e praticando cada vez mais o jornalismo sensacionalista.

A qualidade e veracidade dos fatos vão dando espaço para a dramatização da matéria, textos carregados de palavras fortes e imagens chocantes tomam conta das telas dentro das casas da população em horário nobre.

A busca pelos picos de audiência deveria selecionar cada vez mais o conteúdo da TV, mas não é o que acontece, já que os programas estão decaindo cada dia mais e pior, os telejornais também.

Eles exageram em todos os sentidos na hora da produção da matéria, quanto mais dramático e sensacionalista melhor, isso esbarra diretamente com a ética jornalística, de procurar sempre a verdade e informar de forma clara e sucinta.

O objeto da pesquisa foi baseado no caso Eloá, ocorrido em 2008, que ganhou destaque e reconhecimento na cobertura jornalística do caso por ser marcado por falhas e falta de ética por parte da mídia que não respeitou a integridade das vítimas e nem de seus familiares, trabalhando incessantemente por uma imagem ou entrevista que mais garantisse a audiência do que levasse informação verdadeira.

Para isso buscam-se fundamentos importantes que mostram a história da televisão no Brasil desde seus primórdios e como desde lá a briga entre a audiência e a ética correm lado a lado no cotidiano da imprensa, além de explicarmos os detalhes impactantes desse caso que chocou o Brasil não só pelo seu desfecho como também pela condução da polícia e da imprensa.

E também para a análise da opinião pública e o que os telespectadores entendem das notícias divulgadas pela televisão levando ou não suas informações em influências próprias.

Para a realização desse trabalho foi produzida uma pesquisa bibliográfica, para as pesquisadoras se aproximarem do tema, falando sobre a história da TV, ética jornalística, audiência e o caso do seqüestro mais longo registrado no estado de São Paulo.

Para melhor analisar como o público recebe as mensagens desse tipo, as pesquisadoras aplicaram uma pesquisa qualitativa por meio de questionário em públicos diversos, para exibir alguns trechos de matérias de diferentes emissoras referente ao caso Eloá, com perguntas de caráter pessoal, aplicadas após a exibição dos vídeos, classificando o público em pessoas com curso superior completo, pessoas com ensino médio completo e pessoas com ensino médio incompleto.

O trabalho está dividido em capítulos. O primeiro traz a história da televisão brasileira e a condução do jornalismo televisivo. O segundo descreve a ética jornalista na prática da profissão, fazendo menção também ao caso escola base que foi um marco na história do jornalismo brasileiro. A busca pela audiência, entre os veículos de comunicação, focando na televisão, é o grande destaque do terceiro capítulo, que fala também sobre a guerra específica entre certas emissoras. O próximo capítulo apresenta uma análise sobre a audiência

em confronto com a ética nas transmissões de coberturas televisivas. Por fim o último capítulo traz um levantamento bibliográfico sobre o caso Eloá, o que trouxe uma série de consequências desastrosas para os envolvidos, e a mídia que tanto insistiu no caso. O resultado dos questionários e as avaliações da opinião do público estão inseridos na conclusão e na metodologia.

2 JORNALISMO TELEVISIVO

No dia 18 de setembro de 1950 chegava ao Brasil à primeira estação de TV do país, a TV Tupi, canal 6 de São Paulo.

O Brasil foi um dos 5 primeiros países do mundo a ter televisão e o primeiro da América Latina. A TV surgiu sob comercialização para que seus produtos fossem veiculados. Marcelo Tupinambá e Guilherme de Almeida escreveram a “canção da TV” para homenagear a chegada do novo feito. Ofereceram também um banquete no Automóvel Clube por Chateaubriand para que as maiores personalidades do País vissem em televisores colocados no recinto as primeiras imagens da TV brasileira. Duzentos aparelhos receptores foram espalhados em vários pontos da cidade para que o público em geral pudesse acompanhar a novidade. Em 1951 um receptor custava 9 cruzeiros.

A primeira transmissão contou com um espetáculo que durou mais de duas horas e meia, foi ao ar no imprevisto e contou com a colaboração de muitos radialistas de São Paulo. Os primeiros passos foram lentos e difíceis, com falhas técnicas e imperfeições. Os programas consistiam em mostrar seqüências filmadas, musicais, cenas humorísticas transpostas do rádio, e teleteatros. Só em 1995 é que a televisão começou a ter algumas mudanças estruturais.

A princípio, seu público se firmava apenas nos lares das classes economicamente privilegiadas. Não havia modelos a seguir, pois a TV mundial ainda dava seus primeiros passos também. Foi adotado o mesmo processo do rádio, a programação era preenchida de repetições e adaptações de outros veículos. Seguiram de fato o começo do rádio em tudo, até nas poucas horas de emissão que eram apenas no período da noite.

No dia 7 de março de 1967 o Brasil conhecia sua nova atração. A televisão brasileira agora ganhava sua imagem colorida, mas ainda precária

Em 13 de maio de 1942, surgiu o Ibope, Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística, fundado por Auricélio Penteado, para saber com precisão qual a participação do público diretamente com os veículos. Pois, naquele tempo, mediam a popularidade de seus veículos para convencer seus anunciantes a investirem em suas publicidades. Não havia critério certo para medir a intensidade e aceitação da população.

Inicialmente o trabalho do Ibope era muito simples, fazia coleta de dados sobre leitura de jornais e audiência de rádios enquanto outras empresas já realizavam pesquisa de mercado. Só a partir de 1945 é que iniciaram de fato as pesquisas e opinião pública.

Posteriormente, o instituto passou a levantar a cobertura e identificar o perfil dos expectadores com a distinção de sexo, ocupação, classe econômica, grupos etários e nível de escolaridade.

Dois dias depois da primeira transmissão de TV que ia ao ar, o jornalismo já trazia seu papel de grande importância na programação. O primeiro programa de conteúdo jornalístico apresentado foi o Telejornal Imagens do Dia.

Ele era dividido em quatro classes, o jornalismo noticioso que era transmitido ao vivo, o jornalismo esportivo que tinha variações entre gravado e ao vivo, os jornais de longa duração também ao vivo, e os documentários jornalísticos que eram gravados em VT.

O jornalismo era representado pelo então canal 5, a TV Globo que transmitia o Globo Repórter, Amaral Neto e Jornal Nacional, o jornalismo esportivo ficava por conta do Esporte Espetacular. A TV tupi no canal 4 apresentava o Grande Jornal, Jornal de Domingo, e na área do esporte o Esporte João Saldanha. A Record no canal 7 trazia o Jornal da Noite e Diálogo Nacional, o jornalismo esporte ganhava destaque com o Cartão vermelho. A Bandeirantes no canal 13 apresentava o Titulares da notícia e seu foco maior era o esporte com programas como Esporte total, O melhor Futebol, *Movietone*, Futebol Compacto e Transa Esportiva.

Em janeiro de 1952 era criado outro telejornal na TV Tupi, o Telenoticias Panair. Surgindo algum tempo depois o noticiário mais importante e famoso da década de 50 o Repórter Esso que a princípio era apresentado por Gontijo Teodoro, feito com notícias nacionais e internacionais que era seu diferencial. A princípio era transmitido apenas pelo Rio de Janeiro, chegando só um ano depois em 1953 a ser transmitido também em São Paulo.

A incerteza e o pouco tempo de duração na produção dos noticiários eram imensos, pois as tecnologias quase não existiam no país e os profissionais que comandavam tais programas em sua maioria migraram do rádio, não tendo experiência suficiente para conduzir telejornais desse porte. Era muito difícil existir estrutura para cobertura de matérias externas então os jornais eram feitos com notícias direto do estúdio. Eram todos iguais em termos de cenário, o importante era ter uma cortina de fundo, uma mesa e uma ficha mostrando o nome

do patrocinador. O Repórter Esso trazia claramente essa marca como uma herança radiofônica para se aproximar dos interesses dos patrocinadores (REZENDE, 2000).

Só nos anos 60 é que a TV realmente se firmou no Brasil, e o jornalismo começou a avançar. Novos recursos eram descobertos, como a chegada do videoteipe, usado para registrar a inauguração de Brasília. Iniciava-se um novo tempo onde a criatividade e o desenvolvimento do crescimento intelectual seriam marcantes. “Os anos 60 consolidam a TV no Brasil. Na disputa pelas verbas publicitárias, ela assume, definitivamente, o seu caráter comercial: começa a briga pela audiência.” (PATERNOSTRO, 2006, p.31)

A briga pela audiência já existia desde os primórdios da TV brasileira. Quando ela incorporou seus traços comerciais fez com que a disputa pelas verbas publicitárias crescesse cada vez mais. Em meados de 1969 para 70 começa uma nova era do telejornalismo brasileiro. Chega ao fim o Repórter Esso programa mais famoso da época. E é criado um novo noticiário jornalístico.

Agora pela Rede Globo, estava no ar o Jornal Nacional. Surgindo também a Embratel (Empresa Brasileira de Telecomunicações).

O Jornal Nacional, que era produzido no Rio de Janeiro, foi o primeiro telejornal em nível nacional. Era transmitido ao vivo para São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre e Brasília. O jornal foi criado para interligar os 56 milhões de brasileiros na época, mas na verdade queriam competir de frente com o Repórter Esso, de uma forma em que esse novo telejornal ganhasse mais prestígio camuflado por seus ideais políticos.

Parece ser importante dar ao telespectador que volta para casa depois de um dia inteiro de trabalho, um panorama breve do que aconteceu de mais significativo naquele dia [...] Este resultado é obtido transmitindo-se somente miniflashes das notícias selecionadas que para serem transmitidas devem obedecer a rigorosos critérios de clareza, rapidez e possibilidade de fácil absorção, de modo que se dê ao telespectador a ilusão de que foi bem informado. (REZENDE, 2000, p. 116)

O Jornal Nacional marcou uma nova era do jornalismo televisivo, trazendo um novo modelo a ser seguido. Foi visto como o maior progresso tecnológico das comunicações com produções mais rigorosas foi o primeiro programa a apresentar reportagens factuais em tempo real via satélite e em cores. “Para manter o nível do noticiário na altura do avanço eletrônico

que possibilita a formação da grande cadeia, as notícias e comentários serão escritos por redatores selecionados e não será permitida a improvisação [...]” (REZENDE, 2000).

No ano de 1973 nascia um novo conceito de programa que misturava o jornalismo com o entretenimento nas noites de domingo, era criado o Fantástico, o Show da Vida. Começaram a se preocupar excessivamente com o telejornalismo na TV Globo, mais com a forma do que com o conteúdo. Acreditavam que a aparência, uma boa presença em frente às câmeras e uma voz bonita atraía e segurava a atenção do público feminino, garantindo a audiência enquanto assistiam ao Jornal Nacional aguardando o começo nas telenovelas.

A forma de se fazer telejornalismo foi revolucionária nos anos 70 e 80, obtendo muito sucesso devido ao sistema de redes. As emissoras tinham suas programações locais iguais a nível nacional. O que era transmitido na emissora sede, também era veiculado em todas as outras que pertenciam à mesma rede, no mesmo horário.

Esse sistema fez com que muitas emissoras regionais desaparecessem exaltando a programação realizada pelas grandes redes do Rio e de São Paulo, para que fossem seguidas como exemplo de transmissão em todo território nacional. Mas isso tudo era o que pretendia a política do governo militar em conjunto com a burguesia do país e o capital que vinha de fora, para que a televisão fosse a integração do público e se tornasse uma cultura só sendo afetada por seus noticiários e telenovelas igualitárias.

O SBT era a única emissora que ainda ficava de fora na parte jornalística em produzir programas que emplasassem com qualidade. Alguns telejornais como Cidade 4, 24 horas, Noticentro, Últimas Notícias, foram criados, porém não apresentaram resultados satisfatórios. O SBT mantinha uma característica de não se comprometer com a informação e a crítica. Além do poder dominante de Silvio Santos.

Meu jornalismo vai ser imparcial, vai só elogiar, e não vejo razão para alguém ficar aborrecido comigo por só receber elogios [...] É para descobrir no ser humano as qualidades que ele tem. Quando não houver possibilidades de apontar essas qualidades, ou apontar as suas obras, suas realizações, nós vamos apenas dar a notícia.(REZENDE, 2000, p.126).

Anos depois em 1979 a TV Tupi tentou atrair o público novamente com a criação do Aqui Agora com o *slogan* “um jornal vibrante, uma arma do povo, que mostra na TV a vida

como ela é”. O telejornal ficou marcado pelas reportagens de caráter investigativo, cobrindo casos policiais, greves, assassinatos entre outros crimes. Foi também o primeiro programa a ter o recurso do GC, Gerador de Caracteres, para exibir os famosos títulos impactantes na tela conforme o decorrer das matérias.

No final dos anos 80, o SBT se torna o vice-líder de audiência da TV brasileira, exibindo uma programação essencialmente popular. Nesse panorama, surge um projeto audacioso para a TV de Silvio Santos: a criação de um telejornal serio e de credibilidade para atrair os formadores de opinião e mudar a imagem da emissora.(PATERNOSTRO, 2006, p. 35)

A televisão começou a servir como ponte entre a notícia e o dever da democracia da população. No fim dos anos 1970 a programação jornalística começou a mudar. Foram dados mais espaço a matérias políticas, entrevistas. Os telejornais se viam livres da censura que os faziam ser fieis a edição prévia e rigidamente conferida, puderam aproveitar mais do imediatismo na transmissão da informação.

Aos poucos, apenas a participação do apresentador como único intermediário da notícia foi se tornando pouca perto da tecnologia que já permitia que equipamentos portáteis dessem mais liberdade e agilidade para matérias externas e o uso do videoteipe. O repórter ganhava mais espaço e participação freqüente dentro dos telejornais.

Várias mudanças começaram a surgir para superar o modelo do Jornal Nacional os outros jornais começaram a apostar na presença do repórter no palco dos fatos para que o público sentisse a emoção vivida no momento e não somente ter a informação relatada do que estava sendo vivido.

Não é de hoje que a discussão do que é bom ou ruim dentro da televisão brasileira faz parte de nossos questionamentos. A briga entre aqueles que fazem a matéria e aqueles que a aceitam, vem desde a época em que a TV foi instalada no país, o alto e baixo nível, o rebuscado e o popular. A preferência por certos produtos culturais vem não só do produto em si, mas do que determinada pessoa entende como certo, em seu gosto pessoal interligado a seus valores pessoais e relações sociais.

Com isso, percebe-se que não se pode impor uma opinião generalizada na formação de tal notícia. O público atingido sempre irá de acordo com sua própria experiência de vida para consumir ou não tais informações.

Pois a preferência existe para distinguir uns dos outros, para que as diferenças também sejam aproveitadas e que possamos enxergar as desigualdades sociais, para manter assim também a ideologia de cada ser individual e também servir para que limitem e vigiem o que esta sendo produzido e imposto como “alto nível”.

Acontece que os críticos fizeram dos produtos telejornalísticos, algo que deveria ter uma qualidade totalmente alta. Passaram a quantificar demais a qualidade de tudo que estava na TV. Como se as formas e formatos de programas, os conteúdos, e técnicas utilizadas por cada emissora fossem suficientes para determinar por elas mesmas o que seria sofisticado e o que seria de mau gosto.

Ao invés de tantos julgamentos e especulações a televisão deve ser vista como uma instituição social. Não tem como separar o exercício da prática na televisão com as circunstâncias que isso pode acarretar e também trazer benefícios como histórias e exemplos que dão oportunidade para práticas sociais, políticas e culturais além de novas ideias estéticas e profissionais.

A qualidade do jornalismo na TV está mais ligada na capacidade de promover a pluralidade, a inclusão social, promover a diversidade para que as pessoas a enxerguem a favor da sociedade, do que no acabamento das imagens, texto, cores, representações. A partir do momento em que a TV se limitar a ser medida pela qualidade do que vincula vai perder sua relevância política passando a ter apenas uma função de uma instituição que tenha punho para uma transformação social. “O perigo é que para sobreviver num ambiente comercial competitivo – no qual são cada vez mais atraentes os convites para mudar de canal- ele poderá ser forçado a baixar o nível até chegar a uma versão do jornalismo praticado por boa parte dos tablóides” (YORKE, 1998, p.192)

É evidente que o problema não está na aceitação de quem tem a opção de assistir ou não e escolher entre o bom e o mau jornalismo na TV, porém o que acontece é que certos parâmetros já estão construídos e são apenas reformulados com a intenção de melhorá-los ou superá-los sendo que os padrões estabelecidos podem certamente ser alterados e novamente criados a partir de novas ideologias que encare a luta das já existentes.

Em pleno século XXI a televisão ainda continua sendo o meio de comunicação de mais abrangência e aceitação pela maioria da população. Ela tem o caráter de reunir públicos distante e distintos, fazendo com que indivíduos participem de uma mesma historia, diversão

ou apenas um momento de descanso em frente à TV como se estivessem fazendo parte de uma atividade coletiva.

A televisão talvez seja o meio de comunicação que mais prende a atenção do público de massa, pois une os principais sentidos que aumentam a nossa curiosidade pelo que é novo, ela utiliza a imagem e a locução para que o indivíduo permaneça ali por horas sem ao menos se dar conta.

A TV consegue proporcionar para o telespectador a oportunidade dele mesmo fazer sua própria programação diária de acordo com o que ele esta a vontade para assistir, ela oferece informação e entretenimento ao mesmo tempo. Se destacando sempre entre a preferência da sociedade entre os veículos de comunicação, pois se destaca no cotidiano das pessoas. O que aparece na TV passa a fazer parte das conversas informais rotineiras das pessoas.

O espetáculo que podemos encontrar na TV está totalmente presente na mídia de hoje também. Ele é capaz de trazer maior proximidade com o público, que se sente intimo do acontecimento a ponto de querer saber e procurar por mais informações.

O espetáculo está tão presente no cotidiano das pessoas que acabou se tornando uma mercadoria, a partir do momento em que o telespectador cria vínculos com o que vê na TV e adere em seu cotidiano. O espetáculo ocupa totalmente a vida social do público. Sendo assim uma das formas de prender a atenção do leitor, pois essa pratica esta ligada a produção dos sentidos.

O capitalismo é claramente notado nas transmissões televisivas. O sensacionalismo acabou ganhando uma abertura muito grande na vida das pessoas como um todo, não só nos meios de comunicação.

A especulação no meio jornalístico acontece sempre quando certa noticia ganha enorme repercussão na sociedade então alguns veículos aproveitam-se da notícia para dramatizar os fatos, fazendo sempre com que o público se mobilize pelo lado emotivo de caráter mais humano.

A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social acarretou, no modo de definir toda a realização humana, uma evidente degradação do ser para o ter. A

fase atual, em que a vida social está totalmente tomada pelos resultados acumulados da economia, leva a um deslizamento generalizado do ter para o parecer, do qual todo 'ter' efetivo deve extrair seu prestígio imediato e sua função última. Ao mesmo tempo, toda realidade individual tornou-se social, diretamente dependente da força social, moldada por ela. (DEBORD, 1997, p. 18).

Quem determina se dada notícia vai ter importância relevante, abrangência e aceitação do público são sempre quem carrega o poder da emissora ou da equipe televisiva em questão. Na TV as notícias geralmente tem um tempo contado de duração no ar. Porém uma matéria menor pode tomar proporções enormes e permanecer em pauta por muito tempo. Tudo depende de como o apresentador vai conduzir tal transmissão da notícia. O foco que ele dará a ela, sua reação, opinião e posicionamento ao tema. “À medida que a necessidade se encontra socialmente sonhada, o sonho se torna necessário. O espetáculo é o sonho mau da sociedade moderna aprisionada, que só expressa afinal o seu desejo de dormir. O espetáculo é o guarda desse sonho”. (DEBORD, 1997, p. 19).

A televisão é hoje um dos meios de comunicação que mais consegue formar opinião tornando-se até objeto de estudo por tamanha abrangência e importância que exerce na vida das pessoas.

É comum vermos emissoras engajadas pela luta por audiência, é aí que se criam diversos tipos de formatos de programas para entreter o espectador. Hoje em dia uma das práticas mais famosas está entre a interação entre o público e o canal, os programas foram beneficiados pelos avanços das tecnologias que permitem ver em tempo real os comentários de seus telespectadores sobre o que está acontecendo nos programas, e o *feedback* do veículo acaba sendo muito mais rápido. O telejornalismo também foi atingido por essa nova onda da criatividade e eficácia. É normal vermos formatos mais informais, leves, onde o apresentador faz do estúdio seu próprio palco.

O jornalismo de TV visa pelo que mais tem de simples, além do formato da escrita, a TV tem como regra em alguns programas levar o entretenimento a qualquer custo, é comum vermos sendo exibidas matérias de caráter mais sérios e chocantes e logo em seguida outra reportagem falando sobre música, agenda cultural entre outras coisas.

Porém não é só o conteúdo dos programas que fazem com que o telespectador seja fiel aquela audiência ou qualquer matéria prenda sua atenção. O conjunto é que vale como aposta

para uma boa aceitação do público. Programas são recheados de efeitos, técnicas de áudio e visuais além do carisma e da condução daquele que o apresenta.

Os conteúdos são editados já com o pensamento de um produto final alcançado, que o público seja capaz de entender e se convencer daquilo que viu no noticiário. Acreditam que quando o público tem essa opção de escolher o que quer ver e aceitar como verdadeiro, os diversos gêneros deixam a TV com um ritmo melhor e mais agitado.

Esses diversos gêneros que existem dentro do cenário da TV brasileira são os telejornais, programas humorísticos, esportivos, telenovelas, documentários, debates, e entretenimento, são diversos para que não exista o cansaço em ver sempre as mesmas coisas.

Uma coisa de fato é que nada se cria, são copiados formatos que dão certo e são aprimorados para que se tornem melhores ou não do que os já existentes. Essa variedade ajuda a fazer com que a forma de levar a mensagem ao receptor seja sempre a mesma, causando desatenção e falta de interesse do público. Certas notícias exigem precisam ser passadas e horários mais sérios e de caráter formal para que não se confunda algo de caráter grave com uma simples notícia de interesse do público.

Como por exemplo, também as entrevistas que dão ao repórter a oportunidade de serem transmitidas em primeira pessoa nos dados das informações. A eficácia de uma entrevista depende de sua forma, podendo ser muito aproveitada se noticiada como em sua origem original, ou dependendo de seu conteúdo podem receber tratamento jornalístico.

Algumas informações são válidas se seguidas de imagem. Fica difícil e menos provável conseguir atrair um telespectador explicando uma notícia sem mostrar imagens do acontecimento. Na televisão apenas palavras não são suficientes para cessar a curiosidade e imaginação do público que busca por novas informações. “A televisão é o império da imagem. É o meio de comunicação mais poderoso, influente e popular em todo o Mundo. Através dele, podemos ser testemunhas oculares de qualquer acontecimento, a qualquer hora, em qualquer lugar.” (OLIVEIRA, 2007, pag.13)

A TV tem hoje o papel de mensageiro. Faz com que todas as pessoas se sintam presentes diante dos acontecimentos em tempo real, sentem-se intimas de determinado

acontecimento ou figura que vire notícia. Forma opiniões e faz das pessoas testemunhas de tudo aquilo que acontece no mundo, por sua capacidade de levar dada informação a qualquer lugar e ao mesmo tempo.

É importante ter certo cuidado com a forma de transmitir as imagens. Nem todas significam a mesma coisa ou tem a mesma importância. Temos alguns chamados planos que distinguem tamanho grau de credibilidade e significado que tal imagem tem em determinadas matérias. Vão dos planos abertos, aos mais fechados e conhecidos como “close”.

O plano geral é quando em uma só imagem são descritos todos os elementos de uma cena, o ambiente, os personagens, os detalhes, objetos. Deve ser exibido em uma longa duração para que o espectador seja capaz de assimilar todos os elementos que formam a imagem e isso se torne mais atraente. Ele representa todo um acontecimento, local e a atmosfera.

Encontra-se também o plano inteiro, onde é retratado o corpo inteiro da pessoa que está em foco na situação apresentada ou então também em várias pessoas que façam parte do acontecimento. É visível desde a cabeça como um todo, além de também mostrar os detalhes pequenos.

Os planos não têm o mesmo valor. Os planos mais fechados apelam mais à emoção. Os planos mais abertos são mais dirigidos à informação. Do mesmo modo, o zoom in sugere tensão e aumento da expectativa, ao passo que o zoom out sugere distanciamento e distensão. (OLIVEIRA, 2007, P.14)

O plano pormenor fica por conta de captar os detalhes de uma só figura como, por exemplo, partes do corpo como, mãos, olhos, ou mesmo acessórios, ou pequenos detalhes de ambientes em geral.

Vemos que a realidade da imagem vai de acordo com os enquadramentos e focos que certa situação permite e quer que seja do entendimento do público. É a edição e a condução da câmera é que conduz o que deve ser mostrado naquele momento, o que tem mais importância.

Com isso aplica-se uma regra de enquadramentos onde o plano aberto é quando existem mais informações para serem mostradas, e quanto mais fechadas o ângulo significa

que está tentando dar um valor mais emotivo. As imagens nunca vão ter o mesmo valor, pois podem ser seguidas de outras diversas seqüências de interpretação diferentes como, por exemplo, com musicas ao fundo, um suspense, ou mesmo o silêncio.

A televisão tem esse poder, de transmitir uma realidade que é aceita pela sociedade como a verdadeira realidade de todos, o poder da interpretação de cada um acaba indo de acordo com a realidade que é transmitida, às vezes pelas próprias experiências pessoais, ou as vezes por uma mera ilusão do que poderia ser diferente e melhor em sua vida, depois do que viu na televisão. A TV tem essa influencia no cotidiano das pessoas que não percebem qual a verdadeira realidade e o que está sendo pura ilusão.

A mensagem passada na TV nada mais é do que um código que precisa ser decifrado pelo telespectador, essa interpretação muitas vezes vai de acordo com a sua realidade, suas expectativas, apenas uma imagem não vai fazer com que seu significado seja entregue pronto para o receptor, é ele próprio quem vai decidir o que lhe é valido, de sua aceitação a junção que o público consegue fazer entre uma imagem, o som e o texto em si.

Um simples fato (dois aviões chocam com as Torres Gémeas) pode ser interpretado de diferente modo. Tudo depende do enquadramento cultural, étnico, político, social ou cultural, entre outros, do espectador. Tudo conjugado, tudo misturado, tudo construído, pode fornecer sinais, interpretações e conotações diferentes. Assim se percorre o caminho, por vezes tortuoso, entre significante e significado. Entre denotações e conotações. Uma rosa ou um lábio podem não significar o mesmo para diferentes pessoas. (OLIVEIRA, 2007, p.20)

O modo de se falar na TV precisa ser o mais curto, claro, forte e sugestivo possível, pois abrange um público muito diferente e de diversas culturas e classes sociais. Sendo assim são mais fáceis para serem entendidas, as frases mais curtas fixam com mais facilidade na memória.

As frases escritas são feitas para serem ouvidas por isso a comunicação é oral é mais eficaz quando mais rápida, além disso, passa mais segurança uma vez que é falada rápida e fortemente convincente, passando assim mais confiança ao telespectador e credibilidade.

Todo comunicador deve saber que na televisão é necessário tomar cuidado com as palavras pronunciadas, palavras complexas, de duplo sentido ou que deixe duvidas a quem

ouve devem ser totalmente evitadas. Uma mensagem com a escrita mais clara facilita não só o entendimento do público como uma relação de inteligência com o espectador.

A simplicidade deve estar presente nas palavras ditas na TV. Sua maior função é levar com precisão e rapidez a um bom entendimento tudo o que é dito em sua programação. As frases mais curtas devem ganhar tons harmoniosos, agradáveis, e acima de tudo coerentes.

O jornalista, na função de repórter ganha um enorme papel diante do telespectador, é ele quem vai noticiar o fato do local direto do acontecimento, naquele momento é como se ele fosse a única testemunha para levar as informações ao público de quando, como, onde aconteceu certo fato, o que ele viu, ouviu e suas impressões.

Nesse momento é que o comunicador precisa contar com seu talento, capacidade de se comunicar e acima de tudo a concentração, onde ele não tem nada mais para ajudá-lo ou apoiá-lo do que suas próprias técnicas.

Técnicas essas que precisam ser usadas a favor do repórter, que vive esse dos grandes momentos da TV que é entrar ao vivo, e saber se comunicar com segurança e eficácia, contando sempre com a intensidade dos fatos, a verdade, passando uma boa energia, mostrando envolvimento, atraindo o público e conquistando sua credibilidade.

Sem clareza, não há comunicação em televisão. Ao contrário do leitor de jornais, o espectador de televisão tem que perceber a mensagem à primeira. Ele não tem hipótese de voltar atrás e “reler” a notícia ou a informação que lhe Escapou. Se a mensagem não for clara, perde-se. Irremediável. (OLIVEIRA, 2007, p.24)

Com tudo podemos ver que depende do público a possibilidade de escolher o que aceita ou não como informação de acordo com suas ideologias. A notícia que for passada de forma mais objetiva e com caráter informativo vai ser sempre mais aceita e bem vista pelos espectadores ganhando credibilidade e a confiança do público que passa a não questionar mais seu senso crítico além do que vê noticiado na televisão, a verdade é que o telespectador ouve o que quer ouvir, e acredita naquilo que vai de acordo com suas verdades. A TV é o veículo de comunicação formador de opinião, porém é o público quem decide se vai se deixar ser levado por novas informações ou não.

3 ÉTICA NO JORNALISMO REFERÊNCIA AO CASO ESCOLA BASE

Ética é algo indispensável em toda e qualquer relação social e no ambiente do trabalho não seria diferente, a ética profissional segue vários princípios como honestidade, lealdade à empresa e aos serviços que cada um presta a alguém ou algum lugar.

Esse tipo de comportamento que deveria ser básico e essencial em todos os seres humanos é um conjunto de normas morais que se deve seguir e orientar o comportamento.

Segundo Chaui (2005), uma conduta é ética quando envolve a consciência de quem a pratica de forma livre, sem coerção. Assim, a ética surge quando há a possibilidade livre de escolha entre ações distintas em que pesam interesses pessoais e coletivos, a moralidade ou não de certos meios para se conseguir os fins, o respeito ou à transgressão às regras, entre outras opções que abrangem o senso moral, as virtudes e os vícios.

Para que seja possível nos manter dentro da ética profissional em todas as áreas, existe o código de ética, criado para situar todos que possuem um trabalho e o exercem, com regras gerais que servem para todos os profissionais.

O que não impede que as empresas produzam seus próprios códigos, bem mais diretos e acessíveis, mostrando a seus funcionários o que esperam de seu trabalho e principalmente do seu caráter. “Os jornalistas, como outros profissionais, necessitam de um código de ética, de acordo explícito entre todos com o compromisso de realizar sua função social de tal modo compatível com os princípios universais da ética.” (LIMA; BARBEIRO, 2002, p.24)

A ética é a total reflexão da ação humana, do estar certo ou errado, ser justo ou injusto, bom ou mau. Todos esses pensamentos refletem a ética dentro de nós, algo que vem do interior, que se pode dizer da criação e formação individual. “Desde a Antiguidade greco-romana, as questões éticas são fontes de reflexão para os homens. Pensamentos sobre o que é o bem ou o mal e a maneira correta de agir em determinada situação perpassa a história da humanidade.” (RIBEIRO, 2005, p.3).

Com isso a ética profissional começa lá na juventude quando chega a hora de escolher uma profissão, será que isso é pensado e analisado, quais serão nossas responsabilidades com ela? Onde irá atuar de quem dependerá e quem será dependente desse trabalho? É aí que já começa o questionamento e coloca-se a ética em prática, como se coloca no dia a dia desde criança.

Uma das formas de já ir se inteirando do assunto “ética profissional” quando se está escolhendo uma profissão a seguir é procurar o código de ética da área preferida, todas as profissões regulamentadas possuem um.

Nos códigos encontram-se diversas leis e regras gerais sobre o posicionamento que deve seguir dentro da profissão e dentro do âmbito profissional. Mas algumas atitudes não vêm escritas em códigos e nem são explicadas nas universidades, são elas a generosidade, otimismo, bom relacionamento pessoal e a pró-atividade, ir além do que está previsto para seu cargo, ajudar a sua instituição alcançar novos patamares.

O funcionário deve se portar como um órgão essencial para o funcionamento do “corpo”, empresa, seu envolvimento com as pessoas com quem trabalha e com seu chefe deve ser a mesma que tem em sua casa, com seus pais, esposa, ou filhos, de respeito, companheirismo entre outros atributos.

O bom relacionamento de pessoas deve-se principalmente a ética que cada um carrega consigo, ela é um regulador social. Na ausência dela toda a humanidade já estaria fadada ao seu fim, pois nenhuma religião, culturas e crenças aceitariam umas as outras e no meio profissional não seria diferente. A integridade do cidadão em aceitar o diferente, abraçar o que não corresponde totalmente com sua personalidade, faz do ser humano esse misto de sensações e sentimentos contraditórios.

No ambiente de trabalho ela atinge todas as profissões desde um gari até um cardiologista, no seu caráter normativo e também jurídico que regulamenta e constitui os estatutos e códigos de cada área.

No período em que se vive a maior preocupação é com o eu e quase nunca com o nós, buscando sempre o melhor para si, lutando para alcançar a posição desejada no trabalho, ter um lugar ao sol. Com isso onde fica o cuidado com o próximo, a atenção à família, aos amigos e com a saúde? Essa atitude está cada vez mais escassa, portanto a ética, a moral e os bons costumes ficam na mesma situação, passadas para traz sem ao menos um pensamento crítico sobre tudo que está acontecendo ao redor, pois todos estão muito preocupados com os próprios bens de consumo.

Não se preocupam em passar por cima de pessoas que também tem sonhos, que também estão lutando por algo, em uma época em que todos têm tão fácil acesso a tudo, que as coisas estão evoluindo para uma sociedade mais democrática e maleável é incrível a

discrepância quando olhamos pessoas com pensamentos tão pequenos e mesquinhos, que só enxergam o que lhes interessa, o que está bem lá na frente, mais é incapaz de enxergar todo o mundo ao seu redor.

Esse tipo de preocupação com o desrespeito e falta de ética no trabalho acontece em todos os cantos da terra, mas o Brasil tem um desenvolvimento econômico desestruturado, que gera cada vez mais desigualdade e injustiças. Não há quem agüente carregar essa bagagem, portanto isso se arrasta já há um tempo, criando cada dia mais pessoas com o total descaso. Quem reina nesta terra é a hipocrisia.

Exercendo seu dever e seus direitos também, pois se você está fazendo o bem para o próximo consequentemente o bem próprio chega, esta teoria é bem natural em livros de autoajuda, mas é impossível escapar dela quando se trata deste assunto.

“Fazer o bem sem olhar a quem”, “Não faças com o próximo o que não queiras que faça contigo”, são ditos populares que revelam a necessidade de ética, moral e bons costumes de que precisamos e não somos capazes de fazer em todas nossas ações e por isso a necessidade de passar isso adiante.

Todas essas noções básicas de ética e bons costumes são coisas que se adquirem com a criação, com a bagagem emocional, cultural que se traz de casa, de família e colocamos em prática quando saímos do nosso “mundinho”, quando o que se que enfrentar o mundo sozinhos.

Uma conduta é ética quando envolve a consciência de quem a pratica de forma livre, sem coerção. Assim, a ética surge quando há a possibilidade livre de escolha entre ações distintas em que pesam interesses pessoais e coletivos, a moralidade ou não de certos meios para se conseguir os fins, o respeito ou à transgressão às regras, entre outras opções que abrangem o senso moral, as virtudes e os vícios. (CHAUI, 2005)

A primeira experiência é com a escola, e é nela que se aprende boa parte do que se leva para o resto da vida, professores ensinam o essencial, o B-A-BA, mas também dão limites e impõe regras e logo percebe-se que esta será sua segunda casa.

E o comportamento não pode ser diferente, ética, educação e moral cabem em qualquer lugar e nunca é demais lembrar-se disso.

Quando se é criança é bem mais fácil moldar uma personalidade e com isso seu comportamento perante a sociedade, não formar robôs, pelo contrário pessoas com

sentimentos, que se preocupem com o próximo, nada de egocentrismo, então um trabalho em conjunto deve ser feito. Casa e escola andando unidas para que venha de baixo o que tanto buscam em nossos líderes.

Para que não se transformem em homens como se vê em lugares de alto poder e que trazem nos lábios a frase feita que já virou bordão “eu não sabia de nada...” para não construir vidas em cima de areia movediça.

A falta de ética nos meios públicos e principalmente na política leva a uma discussão de horas e que para esse trabalho não vale a pena entrar, mas como estamos nesse capítulo falando sobre ética, não tem como não se lembrar de políticos a frente do nosso país e do famoso “mensalão”.

São essas coisas que nos mostra como uma qualidade que deveria estar presente em todos faz tanta falta em pessoas que querem ter em suas mãos um grande poder concentrado e não é só isso que lidam com o destino da vida de milhares de pessoas e pensam apenas em si próprias.

O egoísmo é tamanho que roubam verbas de remédio, educação e chegam ao cúmulo de levarem até a merenda escolar de muitas escolas estaduais, onde crianças caminham horas e horas para poder ter o mínimo de aprendizado possível.

Esse aprendizado que já foi dito tão importante para não se tornarem mesquinhos e imorais, mas como incentivar todas essas crianças e jovens em um mundo onde parece nunca terem ouvido palavras como ética, moral e caridade? Esse círculo vicioso se arrasta por anos e parece estar longe de acabar.

Os mais esperançosos acreditam que com uma boa política educacional, ótimos professores, com salários dignos mudariam um pouco a cara do nosso país, conhecido por ser bonito por natureza, já que suas outras áreas não são bem assim.

O Brasil é conhecido também pelos seus contrastes, um com muitos e outros com muito pouco, o que acarreta uma revolta pessoal de cada indivíduo de ver seus governantes usufruindo de coisas que deveriam ser voltadas a benefício do povo, irem para os cofres particulares.

Essa leva a pessoa acreditar que se eles fazem, por que não posso fazer também? Outro círculo vicioso que parece não ter fim, todos cometendo ações antiéticas e amorais e

como se fosse correto, o pensamento mesquinho de que se todos fazem, ninguém vai perceber que eu também faço.

Tudo isso não se trata de demagogia ao bom relacionamento pessoal, mas sim de uma vivência melhor para todos, viver em sociedade custa alguns esforços, mas esse deveria ser considerado um benefício a todos.

Quem não prefere viver em paz com sua consciência e saber que esta se ajudando e ajudando o próximo, do que saber que com seus atos ilícitos pode sair prejudicado no final e já no começo prejudicou diversas pessoas, mesmo por um simples ato alguém sai com o prejuízo.

Viver e agir corretamente de acordo com todos os padrões são deveres de qualquer cidadão e isso também serve para o bom trabalhador, aquele que quer se destacar no mercado de trabalho, construir uma carreira sólida, sobre tijolos de lealdade, ética, bons relacionamentos, sem preocupações com pequenas discussões, brigas a toas e a famosa “puxada de tapete”.

No currículo daquele que quer ser bem empregado hoje, conta-se e muito com o potencial de relacionamento com o público, com pessoas de diversas culturas e tudo isso não passa de saber respeitar o próximo e encaixar sua bagagem cultural junto com a dele em um escritório, laboratório e onde quero chegar, em uma equipe de jornalismo.

Na prática do jornalismo, ética é mais que essencial é algo indispensável. O jornalista tem uma ligação direta com seu público, depende dele para várias coisas e por que não dizer que para quase todas que precisa realizar para finalizar uma edição de jornal, seja ele em qualquer plataforma, rádio, TV, ou impresso. “O jornalista deve saber quais são os limites de seu trabalho, uma vez que a missão de informar também comporta limites. Tais limites, porém não podem ser confundidos com cerceamento com liberdade de imprensa.” (LIMA;BARBEIRO, 2002, p 25)

O profissional precisa de fontes, de público, e de equipes inteiras ligadas na mesma sintonia para poderem captar o melhor ângulo da matéria. Pensando em todos os elementos que constituem o trabalho do jornalista, o principal e até mais importante é a fonte.

O jornalista necessita de fontes verdadeiras e leais, são através dessas pessoas que ele consegue montar uma rede de raciocínio para chegar até onde deseja por isso essas

informações precisam ser exatas. Elas se transformaram em notícias que rodam o país todo e talvez até o mundo. De acordo com o diretor de redação da revista VEJA “o jornalismo é feito com fontes de informação. O jornalista não é pago para saber. É pago para descobrir. Por essa razão, as relações do jornalista com suas fontes merecem uma reflexão permanente.”.

Todas as fontes de jornalistas necessariamente não vão seguir o padrão de ética que deveriam, pois elas que denunciam casos como corrupção, extorsão, assassinatos entre outros. Isso não deve impedir que o jornalista não a aceite, a ética então deve vir do jornalista, ele deve analisar se tudo que estão passando a ele é verdadeiro, se existem veracidade e ponto, a matéria pode sair com tranquilidade.

O apuramento de dados e fontes é a parte mais importante de um jornalista que trabalha seguindo os valores de ética, vários pontos tem de ser verificados, antes de soltarem uma matéria. Porém não é difícil ligar a TV e assistir matérias sensacionalistas, pejorativas e que insultem a inteligência do telespectador.

Os telejornais são os mais prejudicados pela falta de ética, eles procuram chamar a atenção do público de qualquer maneira, a corrida desesperada entre as emissoras para ganhar audiência é outro ponto que faz com que jornalistas, editores e produtores deixem de lado a conduta do jornalismo.

Todo estudante de jornalismo já aprende logo no começo que deve seguir a risca O código de ética dos jornalistas brasileiros, que explica claramente o que deve ou não fazer em diversos casos, segundo o código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.

Ele vai do capítulo I ao capítulo V ensinando à ética e o profissionalismo ao profissional na área, para os jornalistas esse código deveria ser como uma cartilha a ser seguida em cada matéria.

É importante frisar a necessidade do profissionalismo nessa área, pois são formadores de opinião, principalmente aqueles jornalistas que trabalham com TV, a grande massa da população acompanha tudo o que está acontecendo no mundo apenas por esse veículo, não tem a oportunidade de procurar por outro, para se informar melhor e são totalmente influenciados pelo que veem.

Esta apropriação (do mundo, por meio do jornalismo), que precisa ser globalizada e imediatizada, também está relacionada ao compromisso ético do jornalista no sentido de permitir às pessoas participarem do mundo, escolherem e o influenciarem também a partir das informações. (KARAM, 1997, p.48).

A responsabilidade aumenta e muito quando se trabalha em favor da população, eles querem e merecem saber a verdade e poder acreditar em tudo o que lhes é passado. “Capítulo I - Do direito à informação Art. 1º O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação.” (FENAJ, 2007)

Trabalha-se diretamente com o cidadão, o objetivo é informar e levar informação de qualidade, por isso toda atenção do mundo pode parecer pouca na hora de pautar assuntos de grande relevância e domínio público.

A ética cabe em todos os passos que o repórter tem que passar para concluir sua matéria e mandá-la ao ar, é claro que devemos buscar o furo jornalístico, os melhores ângulos e as melhores entrevistas, pois temos a cima de nós editores-chefes que querem saber da audiência no final do programa e da qualidade do programa que vai ao ar.

E é nesse ponto que chega o questionamento do jornalista, até onde se deve ir para conseguir a informação necessária? Essa pergunta é facilmente respondida quando se coloca no lugar da fonte ou vítima referida.

O público receptor merece a informação correta e deveria ser protegido de sensacionalismo, cabe então a nós jornalistas procurarmos aperfeiçoar cada vez mais nosso trabalho para não cairmos no erro. “Um jornalista não pode denunciar uma situação de corrupção só porque lhe parece que seja ou porque alguém o sugeriu. Antes disso, deverá ter em mãos o máximo de provas documentais que qualifiquem essa situação” (LOPES, 2003, p.23).

Um pequeno erro jornalístico pode acarretar danos que pode durar vida toda, e não é só para o jornalista que pode perder sua credibilidade diante das outras emissoras e do público, mas também suas fontes ou investigados podem sair muito prejudicados com informações erradas, fatos não apurados corretamente entre outros erros que os jornalistas nunca deveriam deixar passar.

Um grande exemplo de erro jornalístico é o caso da escola base, em São Paulo, onde uma escola de classe média para crianças no bairro da Aclimação sofreu acusações de pedofilia em 1994.

Alex Ribeiro na época se formando em jornalismo pela Universidade de São Paulo, USP, aproveitou o caso para escrever seu trabalho de conclusão de curso e o transformou em um livro de grande impacto tanto para jornalistas como para estudantes da área. “Este livro de Alex Ribeiro liquida a fatura da culpa da imprensa no caso da escola Base. A imprensa trabalhou mal e, por isso, prejudicou pessoas, destruiu negócios, liquidou reputações. Mas, dentro da imprensa, como distribuir a culpa?” (RIBEIRO, 2001, p. 7)

O livro começa contando como tudo começou, quando os donos da escola foram acusados de abusar sexualmente de algumas crianças, os pais se reuniram e foram para escola em busca de justiça, procuraram a polícia mais se depararam com policias omissos e o que restou então foi procurar a TV antes de tudo, um dos pais conhecia algumas pessoas dentro de uma emissora e quando contou o caso, o jornalista já foi despertado por uma história de tal grandeza.

Chegaram à escola antes mesmo das policias, equipes de jornalistas atrás dos supostos pedófilos, com perguntas capciosas e com pré-julgamento sobre todos envolvidos no escândalo, não demorou muito para que suas fotos e nomes estivessem estampados em todos os jornais e nas bancadas dos principais telejornais esse era o único assunto entre os apresentadores.

Os donos da escola, Maria Aparecida Shimada, seu marido Icushiro Shimada, mais um funcionário Maurício de Alvarenga e sua esposa se assustaram com tamanho alvoroço, rapidamente tiveram que se esconder e proteger seus filhos das represálias que estavam sendo expostos. “Até então, Ayres podia se considerar um cidadão anônimo e feliz, que nunca imaginaria ver-se conhecido no Brasil e no exterior como Icushiro Shimada, o dono da escolinha do sexo, uma das sete vítimas de um dos mais notórios crimes cometidos pela imprensa nacional.” (RIBEIRO, 2001, p. 13)

Outra parte que se tornou atração no caso foi à polícia, desde o começo trabalhando de forma que descumprisse seus deveres para com a população. Diante do caso encontrou-se um delegado que não dava ouvidos aos acusados e apenas para os acusadores e que estava mais preocupado em promover-se em cima do ocorrido, e ainda colocava como certa a palavra de crianças de Quatro anos.

A relação entre jornalistas e policiais nesse caso foi crucial para que acontecessem tantos erros em apenas uma denuncia, gerando diversos conflitos. A polícia tem exatamente o

trabalho de investigar e apurar cada detalhe, cada coisa que parece não ter importância, mas que deve ser averiguada com cuidado e deve passar aos jornalistas que fazem plantão 24 horas nas unidades o que se apurou e deu-se por certo.

O trabalho do jornalista não é apenas passar a diante, ele tem que investigar com suas armas também e o maior erro com o caso Escola Base foi esse, profissionais omissos, tanto policias e jornalistas pegavam os depoimentos como certo sem ao menos fazer uma simples averiguação. “A imprensa perdia completamente toda preocupação profissional e ética: já não narrava somente o que era apurado pela autoridade policial, mas dava voz a todas as pessoas que quisessem denunciar.” (RIBEIRO, 2001, p. 54)

Nem se quer pensavam que estavam colocando em risco a vida de quatro pessoas, que levavam com tranqüilidade e sem nenhum percalço, que não seja comum na vida de um brasileiro, além do mais tinham filhos também, crianças, que passavam juntos por isso. Os acusados eram vítimas de humilhações diárias e represálias.

Os jornalistas estavam insaciáveis queriam cada dia mais noticias escandalosas sobre o caso, buscavam de todas as maneiras e artifícios vencer a guerra para audiência o descaso com a ética era tão grande que ela nem chegou a existir.

Um dos jornais estampou sua capa com a manchete: “Perua escolar carregava crianças para orgia”. O escândalo era tamanho que jornalistas e equipes inteiras estavam cegos, não podiam esperar para que a polícia desvendasse o caso e assim pudesse noticiar o correto.

Alguns casos julgados como esse há juízes que suspendem a circulação de qualquer veículo de comunicação para não expor ainda mais os acusados. (LIMA; BARBEIRO, 2002). E não demorou muito a sentença saiu e os acusados foram inocentados, pois não havia provas contra os casais, mas depois de tanto que a imprensa fez e falou como retomar uma vida marcada pela mentira?

Os donos da escola ganharam uma indenização por danos morais, mas não há dinheiro que pague uma noite de sono mal dormida, não há dinheiro que pague a humilhação, os olhares de nojo e todo o resto que tiveram que passar.

Então será que vale a pena tentar a qualquer custo vender seu jornal, ou estar sintonizado em 100% dos lares por contar uma mentira?

A falta de ética nesse caso envergonhou a todos os jornalistas e a toda população que dependem deles para se informar, ultrapassou os limites do bom senso, do dever cidadão, procuravam saciar seus egos, como bons repórteres, mais suas mentes estavam sujas pelo dever mal cumprido e por pisar em pessoas inocentes.

Capítulo III - Da responsabilidade profissional do jornalista Art. 8º O jornalista é responsável por toda a informação que divulga, desde que seu trabalho não tenha sido alterado por terceiros, caso em que a responsabilidade pela alteração será de seu autor. Art 9º A presunção de inocência é um dos fundamentos da atividade jornalística. Art. 10. A opinião manifestada em meios de informação deve ser exercida com responsabilidade. (FENAJ, 2007)

A responsabilidade do jornalista vai além de apenas apurar seus dados e fontes, pessoas dependem deles e crêem no que lhes passam. São formadores de opinião, devem se preocupar e muito com seu trabalho e a seriedade com o que ele é feito.

4 A BUSCA PELA AUDIÊNCIA NO JORNALISMO

A audiência na televisão brasileira vem se tornando cada vez mais uma luta maçante entre as emissoras que não medem mais esforços para conquistá-la.

Desde o surgimento da TV ela tem sido considerada como um novo membro dentro das famílias, chegando à sociedade para substituir diálogos e incentivar novas discussões sobre diversos tipos de assunto. Quebrando a monotonia daqueles que vão da casa para o trabalho e do trabalho para a casa, a televisão se tornou um momento de lazer.

Segundo o pesquisador espanhol Jesús Martín Barbero, a notícia tornou-se mais verdadeira que a própria verdade, a imagem mais real do que a realidade, como nas lendas, só que o “maravilhoso” se secularizou, isto é, deixou de ser sagrado para pertencer à vida terrena.

Interpretando o que o pesquisador disse, a TV veio para deixar as notícias mais precisas e verdadeiras, mostrando para o público que antes era apenas leitor, agora telespectador, como, onde e quando ocorrem os fatos.

Com todos os poderes que esse veículo de comunicação possui ela se torna cada vez mais fascinante e o mais perigoso, cada vez mais vicioso.

Dentro da programação das emissoras encontram-se diversos gêneros de programas, entre eles alguns se destacam mais, mas para conseguir essa posição precisam atrair a atenção do público. Isso seria ótimo se buscassem novas formas e novos ângulos que mostrem as reportagens de forma atraente. Porém os produtores e suas equipes apelam cada vez mais para o jornalismo sensacionalista.

O mais encantador da TV é que ela tem o poder de “maquiar” as imagens. Esse poder deveria ser aplicado apenas nas novelas, porém os jornalistas estão utilizando dessa técnica para as matérias de caráter mais sério. “O que era local e nacional pode tornar-se também mundial. O que era antigo pode revelar-se novo, renovado, moderno, contemporâneo. Formas de vida e trabalho, imaginários e visões do mundo diferentes, às vezes radicalmente diversos, encontram-se, tencionam-se, subordinam-se, recriam-se”. (IANNI 1996, p. 29)

As emissoras participam de uma corrida em busca do furo jornalístico e para isso não medem esforços para conseguir o status e a credibilidade antes das outras. Mas isso nos leva

ao questionamento do que é verdade ou não nos telejornais que assistimos. Tudo isso se trata apenas da busca incessante pela audiência, que vem desde os primórdios da TV e que só aumentaram com o passar dos anos.

Atualmente quatro das grandes emissoras lideram o ranking da audiência na TV aberta, elas possuem uma programação de gêneros parecidos, buscam colocar seus programas sempre nos mesmos horários de suas rivais para aumentar ainda mais a competição pela audiência, porém segundo o pensador alemão Wolfgang Fritz Haug, a TV promete muito mais do que cumpre.

O ponto alto dos programas sensacionalistas é a representação de casos com finais trágicos que desperte o lado emocional do público. Quando se fala em audiência na TV já pensam sobre as novelas, mas esse gigantesco veículo de comunicação não se sustenta apenas de novelas.

Nas programações existem entre outros os telejornais e eles mesmo entrando em horários nobres e tendo jornalistas de peso como apresentadores não escapam da corrida para os picos de audiência.

Pelo contrário é nessa pequena fatia do mercado televisivo que os jornalistas, editores e produtores estão cada vez mais audaciosos e corajosos, quando se trata de estar em primeiro lugar, conseguir o “furo de reportagem”.

Para isso acontecer o esforço é grande, equipes inteiras saem às ruas para as primeiras imagens, o melhor ângulo, a melhor entrevista, no entanto não é tão fácil assim conseguir ser o primeiro, há muitos empecilhos, como o trânsito das grandes capitais, ou a falta de boas fontes, entre muitos outros, com isso essas mesmas equipes são “obrigadas” a apelar, como se diz, e partem para o sensacionalismo. “os programas de maior audiência são aqueles que, sem o saber, opõem as dificuldades mais sérias ao êxito da imposição das significações, conteúdos, autoridade e legitimidade da cultura “dominante”, expressão simbólica das relações de força vigentes.”(MICELI, 1972, p. 224)

Em muitas vezes nem precisam de muito para utilizar o sensacionalismo, já vão direto para essa parte.

Uma das premissas de que parte o trabalho da TV é conhecer muito bem o que seu público quer e com isso aplicar em sua grade de programas, a TV sem seu público receptor de nada adianta, eles são tão importantes quanto o veículo.

As emissoras então para descobrirem do que o seu público gosta, realizem pesquisas de alto nível para aperfeiçoar cada vez mais seus programas e alavancar sua audiência.

O maior medidor da audiência da televisão é fornecido pelo Ibope. A metodologia usadas por ele para a medição da audiência chama-se “painel”. São várias casas que são supervisionadas por até quatro anos, essas casas não recebem nenhum tipo de auxílio para participar.

De acordo com o artigo Conceitos e critérios da pesquisa de mídia para a imprensa para a medição de audiência nas praças onde é oferecido o serviço regular com Peplementers, utiliza-se um aparelho eletrônico denominado data ibope- DIB. Desenvolvido pelo próprio Ibope, o aparelho deve ser conectado ao televisor para que o canal que ele esta sintonizado seja registrado automaticamente, assim que o aparelho for ligado. Cada morador deve se identificar acionando um botão numerado correspondente ao seu nome. São instalados até quatro Peplementers por domicilio. Segundo a revista online, Conceitos e Critérios da pesquisa de mídia para a imprensa, a composição do painel é sigilosa, para que se mantenha a imparcialidade dos dados coletados. Então, o correto é mesmo que não se conheça quem são as pessoas que possuem Peplementers em suas casas.

De acordo com dados e informações oficiais do Ibope, a seleção das pessoas pesquisadas é de feita por um processo estatístico cedido pelo IBGE órgão oficial responsável pelo levantamento de estatísticas sociais demográficas e econômicas do Brasil. Depois o próprio Ibope complementa e atualiza todo ano essas informações, além de aprofundar as pesquisas descobrindo características mais especificas dos domicílios para que os escolhidos representem de maneira exata o povo brasileiro.

Entretanto, da perspectiva adotada pelo IBOPE, tendo em vista os alvos a que se propõe chegar, o critério usado na amostra parece justificado. Ou seja, do ponto de vista do mercado capitalista, os índices de audiência só podem ter algum interesse caso consigam determinar a composição social dos diferentes “públicos” que já participam de alguma forma do mercado material e simbólico.” (MICELI, 1972, p. 135)

O Ibope realiza esse trabalho a mais de 70 anos, a princípio sua intenção era pesquisar sobre a audiência no radio e o consumo de certos produtos. Hoje o serviço é feito

exclusivamente para empresas e os principais clientes são as emissoras de TV, anunciantes e agências de publicidade.

As emissoras assinam um contrato de prestação de serviços de um ano, para que monitore a audiência de seus programas, o preço para cada emissora varia de acordo com o *share*, que significa parte ou parcela na relação entre as emissoras e a porcentagem de cada uma em relação à pesquisa de audiência que foi obtido por ela no ano anterior.

Para garantir a veracidade dos números apontados na coleta da escala de audiência, é preciso exatidão nos processos estatísticos e operacionais do instituto. Suas principais técnicas para garantir a qualidade do serviço são processos de controle da amostra instalada. Colaboração dos participantes do painel, processo de coleta de dados, renovação amostral, trabalho de pesquisa de campo e controles de manutenção. Todas essas etapas são auditadas anualmente.

Alguns dos números de audiência da TV aberta podem ser encontrados no site oficial do Ibope além de tabelas e outros dados que são divulgados gratuitamente. Porém essa divulgação não é uma norma que a instituição segue, dados mínimos e regulares podem ser divulgados. Do contrário são revelados apenas quando a imprensa entre em contato com a assessoria do Ibope solicitando informações, e então a partir do momento em que o jornalista dá parâmetros como praça, período e faixa horária, eles passam a informação correta para que não publiquem algo errado.

Devido o Brasil ser um país muito heterogêneo, fica muito difícil representar uma audiência nacional exata, porém o Ibope não tem a intenção de fazer isso, mas sim reportar apenas o comportamento de audiência nas regiões onde se faz presente que são a Grande São Paulo, Grande Rio de Janeiro, Grande Belo Horizonte, Grande Curitiba, Grande Porto Alegre, Grande Florianópolis, Campinas, Grande Vitória, Grande Goiânia, Grande Salvador, Grande Recife, Grande Fortaleza, Grande Belém e Distrito Federal.

A audiência no Brasil diferente do que se pensa vem aumentando muito nos últimos 10 anos, a audiência total de domicílios que assistem TV aumentou de 31,85%, em 2001, para 33,86%, em 2011. O que se observa é uma tendência de consumo simultâneo dos meios.

Um ponto de audiência equivale a 1% do universo pesquisado, seja total de indivíduos

ou total de domicílios. Dessa maneira, temos que diferenciar dois tipos de audiência: a individual e a domiciliar. Na audiência individual, um ponto quer dizer que 1% dos telespectadores estava assistindo a determinado programa. Por outro lado, na audiência domiciliar, um ponto refere-se a 1% das casas que estavam assistindo a um determinado programa. Em São Paulo, em 2011, por exemplo, foram pesquisados 5.823.590 domicílios e 18.352.043 indivíduos, portanto, um ponto de audiência equivale a 183.520 pessoas e 58.235 lares assistindo a um programa específico. “Tendo em vista os alvos a que se propõe atingir, os critérios usados pelo IBOPE não se filiam a esse espírito na mesma medida. Seus resultados constituem um índice vigoroso da rentabilidade simbólica”(MICELI, 1972, p. 140)

Grande deve ser a dificuldade desse aparelho em medir a audiência, pois por se tratar do principal veículo de comunicação de massa do país oferece diversos gêneros para o telespectador.

A dificuldade nos telejornais fica ainda maior, pois dentro de apenas um programa existem diversos tipos de discursos e vozes de acordo com o público de cada emissora ou telejornal.

Os telejornais precisam ser abrangentes e ao mesmo tempo claros e objetivos em suas informações. Pois precisam alcançar os públicos das classes A ,B e C com a mesma notícia e a mesma forma de se comunicar. Esse trabalho precisa ser feito com muito cuidado, pois tem a função de atrair a atenção do público a ponto de querer assisti-lo todos os dias. Para isso são levados em conta diversos fatores como o carisma do jornalista, o enfoque que é dado na matéria e a opinião que o apresentador deixa transparecer.

A TV paga vem ganhando grande espaço em termos de audiência, chegando bem perto nos números dos canais abertos. O mercado agora está de olhos nos canais por assinatura que vem aumentando sua audiência cada vez mais e também aumenta seu numero de assinantes, que em 2012 chegou a quase 16 milhões de domicílios.

Desde o início na TV no Brasil o ranking dos maiores líderes de audiência sempre ficou por conta das emissoras de canais abertos como a Rede Globo, Record, SBT, Band e Rede TV!

Hoje, de acordo com o Ibope, encontramos dados de que canais por assinatura como a

Fox, Discovery Kids e Sportv ganham mais audiência no horário nobre da TV do que, por exemplo, a Rede TV. Segundo PRIOLLI, os canais que lideram o mercado, conseguem isso porque conhecem profundamente seu público cativo.

A TV por assinatura chegou com atraso no Brasil. Mais de dez anos depois da Argentina, e bem depois do Chile, da Colômbia e da Bolívia. Como era reconhecidamente um bom negócio, principalmente nos Estados Unidos, os dois maiores grupos de comunicação do país, o Grupo Abril e as Organizações Globo se interessaram em desenvolver esse sistema aqui. (PATERNOSTRO, 2006, p.45)

Com o surgimento de novas emissoras e o aperfeiçoamento dos programas e das programações, a líder TV Globo, perdeu um pouco do seu espaço, mas não o suficiente para deixar a liderança. A audiência da Rede Globo ainda é quatro vezes maior do que a do segundo colocado. “A TV Globo é líder absoluta de audiência no Rio (canal 4), em São Paulo (canal 5) e em muitas outras cidades, sendo responsável pela transmissão dos programas de maior audiência...” (MICELI, 1972, p.139)

Outro ponto muito importante que atrai grande parte do público em geral são as chamadas dos telejornais, pois são elas que mostram o conteúdo que vai ser apresentado na hora do programa, então precisam ser diretas porém intrigantes e convidativas.

Para serem cada vez mais atraentes os telejornais optam por mostrar as partes mais tristes e catastróficas dos fatos. Pois as pessoas se sentem mais comovidas e se aproximam das notícias se identificando com a realidade do cotidiano de acordo com suas experiências de vida, sempre se colocando no lugar do desfavorecido.

A guerra pela audiência dentro da TV brasileira sempre esteve presente, porém nos dias de hoje ela se tornou algo público e descarado, não escondendo mais a vontade de cada emissora em conseguir superar a outra, uma das maiores rivais da atualidade são a Rede Globo e a Rede Record.

Além do mais, novas redes têm sido acrescentadas à concorrência, sendo a principal a Record, que, embora fundada em 1953, desde a década de 70 vinha em decadência, só transformando-se em rede nacional em 1991, após sua aquisição pela Igreja Universal do Reino de Deus, que investiu em equipamentos, novas emissoras e contratação de artistas e jornalistas, criando uma programação variada. (BRITTOS, 1996, p.9)

Em acontecimentos recentes a Globo chegou a deixar um espaço dentro do Jornal Nacional para criticar a Record, pelas denúncias que o bispo Edir Macedo e mais membros da

Igreja universal foram acusados com denúncias do ministério publico por formação de quadrilha e lavagem de dinheiro. Ficou mais do que claro que aquela briga tinha mais a ver com uma desavença pessoal e uma verdadeira disputa para conseguir mais audiência.

A Record com seu direito de resposta veio no dia seguinte, durante o Jornal da Record, trazendo um bombardeiro como vingança contra a Globo. Mostrando reportagens antigas de arquivos de veiculação da Rede Globo com a Ditadura militar destacando também o descaso em 1984, com o movimento Diretas - Já, o que surpreendeu os telespectadores que não sabiam de tamanha gravidade dos casos.

E essas cenas de acusações e replicas entre as duas emissoras duraram mais dois dias. É nítida como a guerra pela audiência esta declarada entre as emissoras e principalmente por essas duas em especial. Fica claro aos olhos de qualquer um a visibilidade que a rede Record vem ganhando nos últimos tempos e que sua audiência vem alavancando cada vez mais.

A guerra em busca da audiência, não é nada mais do que um verdadeiro jogo para ver quem ganha mais audiência, pois o publico com certeza quis acompanhar todas essas especulações dos dois lados, para ver como acabaria essa historia, e é assim que a TV brasileira consegue ganhar audiência, apelando para que a curiosidade e revolta do publico faça com que ele fique refém de suas próprias expectativas e não consiga desligar a TV.

Mesmo esta sendo uma forma de atrair cada vez mais telespectadores, as emissoras precisam tomar cuidado ao deixar de lado a verdade, a ética e o dever profissional, para dar espaço a guerra pela audiência e acabar caindo no sensacionalismo, pois esse é o grande vilão do jornalismo atualmente. “Os jornalistas conseguem uma deontologia, ou um conjunto de deveres que regulamentam, a prática do jornalismo. Por isso, é necessário fazer uma reflexão de tendência universalizante que se desenvolve ao mesmo tempo numa cultura particular.” (LIMA; BARBEIRO, 2002, p.24)

Os telejornais de hoje em dia buscam ser mais dinâmicos e falar diretamente com o povo, a grande massa. Seus temas principais sempre são saúde, educação, violência entre outros acontecimentos cotidianos que temos contato.

A forma como são apresentados acaba virando um grande espetáculo de imagens que

segundo DEBORD (1997), está se tornando uma mercadoria que faz com que o espectador crie vínculos com seu cotidiano. O espetáculo é um momento em que a mercadoria ocupou totalmente o espaço da vida social.

As mudanças para atrair audiência atingem o telejornalismo. Neste campo seguem as concessões da Globo, de forma que o “Jornal Nacional” tem exibido conteúdos como dramas urbanos e questões envolvendo animais, abordado menos as notícias consideradas sérias e duras, como política, alterações também constatadas no “Globo Repórter”.(BRITTOS, 1996, p. 10)

A notícia ligada à dramatização dos fatos se torna a melhor forma e mais usada pelos comunicadores para prender e atrair novos públicos, pois mobiliza o seu caráter emotivo.

O jornalista apresentador tem grande parte da responsabilidade dessa atração nas mãos, pois precisa ser carismático e ao mesmo tempo dar o tom exato para cada notícia.

Alguns programas optam por apresentadores que exageram na hora de discutir e comentar as notícias. Dando ênfase para o lado trágico da notícia aumentando ainda mais a gravidade do caso tentando comover o público de tal forma que se revoltam por pessoas estranhas que nem ao menos conhecem que estejam em situações de risco.

Para os produtores e para o índice de audiência o Ibope, a espetacularização da notícia é uma ótima forma de alavancar os números da audiência, porém segundo o olhar ético do jornalista essa não é a melhor forma de construir um roteiro para o telejornal. Pois as maiorias das matérias acabam ficando pedantes e dramáticas demais, sendo que essas características deveriam estar presentes apenas nas teledramaturgias.

Primeiramente, a TV aberta hoje apresenta um maior número de emissoras, que trazem um diferencial: acreditam na possibilidade de conseguir bons resultados de audiência - e algumas delas ainda reúnem recursos para investir. Como resultado, a Globo, embora seja a líder geral, já tem o SBT e a Record em seu encalço, muitas vezes subtraindo-lhe o primeiro lugar. (BRITTOS, 1996, p. 12)

Os jornalistas e suas equipes devem sim se preocupar com os números do Ibope, porém não devem se deixar levar e acreditar que seus produtos jornalísticos se tornem produtos a serem vendidos e comprados pelos telespectadores.

Se existe um mecanismo para medir a audiência e ele é utilizado regularmente pelas emissoras o resultado de suas pesquisas deve ser aplicado para a melhoria de suas grades e não para a banalização do jornalismo.

Devem se preocupar com a veracidade dos fatos, a segurança de suas fontes, e a capacidade de compreensão do público receptor, e não apenas com o sensacionalismo vendável que ocorre na televisão atualmente.

Essa preocupação deve acontecer, pois, a TV é o veículo de comunicação que atinge o maior número da população, e sua grande maioria é a considerada a massa, sendo esta que só acompanha as notícias, pela TV, portanto ela se torna o maior formador de opinião.

E esse formador de opinião deve então formar pensadores e questionadores de tudo, buscando averiguar e discutir o que estão passando a eles.

E se realmente as pautas e programações seguissem a risca tudo o que manda o bom e velho jornalismo, não precisaríamos nos preocupar com isso, pois as discussões seriam de alto nível, seriam sobre o posicionamento de cada parte, sobre os ângulos diferentes que cada emissora tomou e a preferência de cada indivíduo.

Mas o que acontece é o contrário, a maioria das pessoas assistem, acreditam fielmente no que vêem, não questionam, nem ao menos mudam de canal pra verificar de a concorrência também está abordando da mesma forma e ao saírem as ruas só comentam as cenas chocantes que viram, o quanto sangue tinha, quantas pessoas foram mortas, presas ou coisas desse nível.

Onde está a discussão, o ser pensante que deveríamos ser? E o jornalista como fica nessa situação, é claro que todos precisam trabalhar e ganhar nosso dinheiro, mais isso de forma digna. Então até onde esse profissional deve ir pela audiência?

Alguns profissionais da área do jornalismo já são categorizados por serem sensacionalistas, suas matérias só se destacam por que se utiliza de muitos artifícios que colocam sua credibilidade e ética em jogo. “Os jornalistas procuram mais do que entrevistados com grandes currículos, procuram pessoas competentes em determinados assuntos.” (BARBEIRO, 2002, p.33

Para conseguir fazer uma matéria ir ao ar não é necessário passar pelo sensacionalismo, as matérias devem ser bem criteriosas, terem todas suas fontes bem checadas e serem confiáveis, deve também ter riquezas de detalhes, para conseguir levar o receptor mesmo que só com palavras até o lugar do ocorrido.

Os jornais que aceitam fazer parte desse tipo de comunicação deixam de lado a informação, a matéria factual, o lide, coisas essenciais no jornalismo e dão liberdade para fantasia, para a dramaturgia, misturando o real com o ficcional.

Esse tipo de imprensa pensa apenas nos lucros no final do mês “em vender seu peixe”, querem ludibriar o telespectador, que na sua grande maioria de sacia com isso mesmo, sem ao menos questionar se merecia ver coisa melhor, ou se tem coisa melhor para ver.

Tudo que se vende é aparência e na verdade, vende-se aquilo que a informação interna não irá desenvolver a melhor manchete.

O jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva, apelativa e enaltece. Fabrica uma nova notícia que a partir daí a se vender por se mesma. (A imprensa sensacionalista) não se presta a informar, muito menos a formar. Presta-se básica e fundamentalmente a satisfazer as necessidades instintivas do público, por meio de formas sádicas, caluniadoras e ridicularizadora das pessoas. Por isso, a imprensa sensacionalista serve mais para desviar o público de sua realidade do que para voltar-se a ela. (MARCONDE, 1994)

Mesmo não sendo a melhor forma de trabalhar com jornalismo o sensacionalismo não é nada fácil de ser colocado em prática, ele exige muito do profissional, ele precisa ter criatividade se sobra para tornar fatos corriqueiros em chamadas extraordinárias.

A maneira como é lida é totalmente diferente de uma matéria normal, factual, utiliza-se muito mais adjetivos, carrega-se de palavras fortes.

Esse trabalho é caracterizado como imprensa marrom, a imprensa que assume ser sensacionalista, ou pelo menos é menos camuflada. Ela é uma pequena parte do grande todo de profissionais que lutam para conseguir colocar no ar suas pautas, mas suas armas de guerra não são totalmente legais.

A forma de expressão imprensa marrom foi inspirada na “yellow press” (imprensa amarela), utilizada nos Estados Unidos para caracterizar a grande concorrência entre os jornais, mudou de amarela para marrom porque alguns jornalistas achavam amarela uma cor muito neutra, o que não parece em nada como o trabalho realizado, então trocou para marrom.

O trabalho de jornalistas desta área da imprensa torna-se um pouco diferente de outros, eles tem a obrigação de tornar toda e qualquer noticia um escândalo vendável. Para isso possuem uma “liberdade” na hora da construção de seus textos e na apresentação dão ênfase para as partes mais emocionantes.

Utilizam muito mais que outros adjetivos de baixo calão, palavras mais populares e até mesmo bordões, tudo isso para se aproximar ao máximo do público cativo.

Também é característico da imprensa marrom não ouvir todos os lados dos envolvidos no caso, uma das principais prioridades do jornalista, isso é ensinado nos primeiros semestre de qualquer curso, segundo o código de ética dos jornalistas brasileiros, capítulo II, artigo 4, diz que “o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, deve pautar seu trabalho na precisa apuração dos acontecimentos e na sua correta divulgação”.

Podemos responder ai à pergunta levantada no começo do capítulo, até onde o jornalista vai para angariar audiência.

Essa questão vai ainda mais longe por se tratar da TV, pois ela mexe com todos os sentidos do individuo que a assiste, além de textos emotivos e chocantes que prendem a atenção de qualquer um e a excelência da sonoplastia que casa perfeitamente com o principal, o enquadramento das imagens, pode se esperar o resultado perfeito na hora da contagem dos pontos.

O cinegrafista quase carrega toda responsabilidade de uma reportagem perfeita, ele tem a obrigação de captar de forma tão precisa que do sofá de sua casa você possa sentir as vibrações do lugar onde tudo decorreu. São várias as técnicas utilizadas para isso, uma das mais famosas entre os jornais sensacionalistas, mas que vemos também em outras reportagens é o plano sequencia, que são uma sequencia de imagens de um determinado lugar, quase sem edição. O jornalista refaz passo a passo o caminho do suposto bandido, assassino ou do que quer que seja que passou por lá e chamou atenção da população.

O público se sente parte da história, o jornalista leva a matéria de forma para que pareça que estava lá quando tudo ocorreu e sabe exatamente como tudo foi sucedido, falando com autoridade de caso.

4.1 AUDIÊNCIA X ÉTICA NAS TRANSMISSÕES TELEVISIVAS

O grande conflito dos telejornais é saber alcançar uma boa audiência sem ultrapassar os limites da ética jornalística. Essa dificuldade vem aumentando cada vez mais devido ao crescimento jornalístico de todas as emissoras.

Antes, apenas uma detinha todo o poder do Ibope nacional, a Rede Globo concentrava em suas mãos uma programação que era assistida por quase 99% dos lares brasileiros. Hoje se percebe um pequeno declínio na audiência da emissora, antes seu posicionamento a frente das outras redes era tão grande que parecia impossível alcançá-la em termos de audiência.

A esta queda de hegemonia na audiência da televisão brasileira vale lembrar que, mesmo em declínio, a TV Globo ainda é líder absoluta na média de audiência anual das emissoras de TV brasileiras vários fatores são atribuídos como chegada da tecnologia, do controle remoto no final dos anos 1980, a entrada da TV por assinatura no país, maior investimento comercial em novos conglomerados . TV Record e Rede TV

Uma das emissoras que surpreendeu a todos em matéria de crescimento jornalístico foi a Rede Record, quando estreou seu novo canal de notícias 24 horas a Record *News*. E fez grandes contratações para as bancadas de seus telejornais.

A audiência na TV aberta é apurada em mais de 3.500 domicílios no país, nas principais regiões e capitais brasileiras de acordo com uma análise do IBGE.

Com isso as emissoras conseguem adquirir diversos tipos de informações sobre a aceitação do público aos programas de TV e os gêneros mais assistidos, qual o horário em que é mais visto, quanto tempo o telespectador passa em frente à TV, a fidelidade de determinados públicos as emissoras em especial além do fluxo de audiência entre um programa e outro.

A mais recente cobertura que vem sendo pesquisada é a audiência dos canais de TV por assinatura. Os métodos usados para a coleta dos dados são os mesmos aplicados na TV aberta, com a diferença da porcentagem que é pesquisada a partir do número de pessoas que contratam o serviço da TV por assinatura.

Nas pesquisas da TV paga é comum acontecer que a partir dos números de audiência de certos programas ocorra uma comparação direta entre eles em longo prazo ou minuto a minuto para ver quem alcança mais Ibope.

Em meio a esse cenário televisivo encontramos duas formas de se fazer televisão, a concessão pública e a privada se distinguem em termos de programação. A TV pública chega a ser uma alternativa extra no mercado. Ela é diferente justamente para não copiar e colocar no ar fórmulas repetidas de modelos que já deram certo.

Um fato curioso e muito notório é que os governos investem muito mais dinheiro nas emissoras privadas do que nas públicas deixando de lado toda grandeza e cultura que as redes públicas depositam em suas programações visando à melhoria da educação.

O que acontece é que as TVs privadas se baseiam em torno de suas audiências e da percepção da aceitação da população. Por atingir um número visivelmente maior de telespectadores em relação à TV pública atrai mais anunciantes e gera mais capital. Sendo esse o maior objetivo das emissoras privadas, visando à comercialização de propagandas com interesse em seus fins lucrativos, diferente das TVs públicas que se importam em transmitir informações de gêneros culturais e interesse público ao invés de anúncios e notícias banais.

Para as emissoras comerciais, os anúncios assumem uma importância vital, desde que são eles que tornam possível a apresentação de qualquer programa. Para o público na maioria das vezes constitui motivo enfadado uma mensagem desagradável que recebe apenas porque aprecia (ou espera apreciar) o que a televisão transmitirá a seguir. (CAMPOS, 1970, p. 275).

TVs de grande reconhecimento como a Rede Globo, Band, Record e SBT, embora incluam partes de entretenimento em suas programações não podem ter uma grade apenas sobre músicas de MPB, clássicas, ou apenas histórias literárias, pois esse não é o tipo de “espetáculo” que o público alvo dessas emissoras que são bastante parecidos esperam assistir, esse tipo de programação não dá lucro na TV aberta.

O grande diferencial da TV pública é que trás ao telespectador que não pode ter contato com espetáculos de grande porte ou de caráter formal, poder conhecer um pouco mais dessa sociedade tradicional, as artes mais independentes encontram nas concessões públicas mais visibilidade para manifestar as diversas formas de criação de artes da cultura popular ou reivindicações.

O brasileiro encontra na televisão uma forma de fazer o próprio entretenimento, ter o lazer dentro de seus lares. É por isso que a disputa pelo maior Ibope entre as emissoras concorrentes cresce cada vez mais, pois quanto maior a audiência mais patrocinadores

continuam a investir em suas programações.

O marido chega do trabalho e é mal cumprimentado; come sozinho, porque a mulher está na sala, presa ao enredo da novela. Se quiser ficar perto da esposa, tem que apanhar o seu prato e se acomodar na sala. A culpada dessa desagregação familiar não é porem, a televisão, são os telespectadores (CAMPOS, 1970 p.21)

O que deixa mais evidente essa disputa é o então denominado “horário nobre”, no período noturno, onde a maioria das pessoas já está em sua residência após mais uma jornada de trabalho buscando um momento de distração ao assistir a noticiários, novelas, filmes ou programas de entretenimento. Assim nos intervalos entre essas atrações, grandes marcas e empresas disputam mais visibilidade pagando altos valores e obtendo maiores resultados em suas vendas por utilizarem o horário de maior audiência.

Segundo Theresa Catharina de Góes Campos o comercial bem feito atrai a atenção do telespectador da mesma maneira que qualquer outra mensagem audiovisual, criando uma receptividade natural.

Na televisão a famosa frase tempo é dinheiro se encaixa perfeitamente, já que a diversão do público e a veracidade das notícias transmitidas nem sempre são os aspectos mais importantes levados em consideração. Uma programação sem audiência é considerada inválida no sentido de se obter lucro, sendo assim pode ser tirada do ar a qualquer momento se seus números não forem satisfatórios. “enfim, televisão e tempo acham-se intimamente ligados, com inúmeras implicações e consequências na programação oferecida ao público, quando a coordenação, quando não ocorrem falhas no sistema de comunicação entre todos os membros da equipe, os telespectadores nem chegam a perceber a problemática”. (CAMPOS, 1970, p.31)

A grande líder de audiências, a Globo, vem perdendo seu reinado com números considerados grandes perto do que sempre obteve. A Record hoje em segundo lugar no Ibope vem conquistando cada vez mais seu espaço na cola da TV Globo, as emissoras de canais pagos também vem conquistando índices mais altos de audiências em relação a Globo.

O Brasil hoje tem o maior número em relação ao público pagante por assinatura da América Latina, chegando a 13 milhões de pessoas que preferem os canais pagos e UHF.

A diferença que podemos perceber de 10 anos atrás para cá é que o SBT perdeu a vice-liderança para a Record, sendo assim a guerra pela audiência fica mais em evidencia

quando as emissoras se juntam aos anunciantes e investem na publicidade para garantir a preferência do público.

Um dos meios que as emissoras americanas utilizam para medir seus números é onde colocam os comerciais dentro dos programas. Os índices de audiência nacional são dados pela *Nielsen* apenas quando o último comercial já foi veiculado.

A pesquisa de Mídia *Nielsen* é o serviço nacional de mediação que contabiliza os índices de audiência nas TVs nos EUA. A técnica usada para avaliar os dados das televisões pode ser comparada a forma como se apura os resultados das eleições.

Existem várias táticas ao se fazer televisão, outra que também garante que a audiência do telespectador seja contínua é quando aumentam a duração dos programas de maior ibope em questão de minutos apenas para que o programa seguinte continue sendo assistido.

Outra forma também de prender a audiência do público é a contratação do jornalista que exerce o papel de apresentador. O carisma e a seriedade podem fazer o programa deslanchar ou acarretar sérios problemas.

Como diz a autora Thereza Catharina de Góes campos são requisitos básicos: comunicabilidade, capacidade de improvisação, bom nível cultural, habilidade para lidar com outras pessoas, humildade e tolerância.

A guerra entre as emissoras vem sendo cada vez mais escancarada ao público que já consegue perceber essa disputa entre eles para dar a notícia em primeira mão, esquecendo de checar a veracidade dos fatos ou mesmo se dada matéria tem caráter público para ser divulgada.

Muitos foram os casos de tamanha exploração da mídia, como o Caso Eloá, Goleiro Bruno, Isabela Nardoni, Escola Base, Ônibus 174 e o mais recente que pudemos ver foi o assassinato do cinegrafista Gelson Domingos da Silva na favela carioca de Antares em novembro de 2011.

Essa ligação entre o trabalho da polícia e o seguimento da imprensa vem acontecendo com muita frequência, não são todos os casos que jornalistas recebem o aval da polícia para permanecer nos lugares do crime, porém quando isso acontece na maioria das vezes essa junção não acaba bem.

“Quando um policial falar com um repórter: ‘daqui vocês não podem passar’, que eles entendam e, por segurança própria, obedeçam à orientação dos policiais” disse o comandante da PM-RJ o coronel Erir Ribeiro Costa Filho querendo se reunir com o sindicato dos jornalistas.

E o que acontece é sempre a mesma coisa, ninguém é capaz de assumir a própria culpa quando os planos dão errado. A imprensa culpa a polícia, que por sua vez menospreza o trabalho dos jornalistas.

Assim como governadores e órgãos públicos que deveriam cumprir com o papel de informar e realizar medidas justas, acabam se isentando da obrigação de ao menos comentar esses capítulos lamentáveis do Brasil.

A disputa pelo maior Ibope tem tudo para aumentar mais ainda daqui pra frente já que agora todas as atenções estão voltadas para a Copa do Mundo de 2012 e as Olimpíadas de 2016.

A rede Globo detém com exclusividade os direitos de transmissão da Copa do Mundo até 2022. E é aí que sua seguidora a Record ganhou o direito de transmitir as olimpíadas, cada uma em sua linha diferente vai tentar passar ao público sem duvidas a melhor transmissão.

Está totalmente enganado aquele que pensa que certos jornalistas não estão preparados para cobrir determinados acontecimentos, ou o grau do treinamento não foi suficientemente bom. Com certeza isso conta, porém q ética jornalística deve vir em primeiro plano para que o sensacionalismo para alcançar a audiência não dê margem para que se questione o potencial do profissional.

Quando uma cobertura é chamada de jornalística então deve conter critérios que exijam uma cobertura coerente e séria. O jornalista acima de tudo deve ser treinado para ter uma visão crítica e opinião própria, não se deixando levar por superiores por mais que não seja a sua opinião que vai valer como certa no final. “Um apresentador desempenha a contento as suas funções e contribui decisivamente para a comunicação da TV com o publico. Sabe ajudar os entrevistados, assinala as qualidades de um artista, compensa as falhas que ocorrem no desenrolar da apresentação.” (CAMPOS, 1970 p.235)

O mais certo a se dizer é que a concorrência entre os meios de comunicação faz com que profissionais em busca de informações privilegiadas ou mesmo para se auto-promover

acabam esquecendo os seus deveres democráticos além dos códigos profissionais e também da conduta como próprios cidadãos.

De acordo com a legislação vigente a TV por ser uma concessão pública tem como dever produzir a prestação de serviços, é para isso que servem os telejornais em suas programações. Porém o maior problema encontrado é como fiscalizar o conteúdo de todas as emissoras, além do que, a TV, diferente das outras concessões não acata tão facilmente a decisões dos fiscais superiores, por envolver muito dinheiro, seus sócios e donos poderosos a frente das emissoras acabam se impondo acima de qualquer controle.

O que realmente caracteriza a TV é o impacto provocado pela mensagem visual e sonora que apresenta ao telespectador, com atualidade e de forma muito mais complexa do que pelo rádio, jornal ou revista. Há pessoas que só ligam a TV no horário do telejornal, pois desejam estar bem informadas e não se satisfazem com o texto e as fotos dos jornais ou as notícias ouvida através do rádio (CAMPOS, 1970, p.243)

Fica difícil definir o futuro da TV brasileira, percebendo o quanto ela ainda é motivada pelo seu passado e presente, não se sabe dizer quais rumos ela ainda pode tomar. O modelo de gestão de se fazer televisão no Brasil se tornou crítico demais, avaliar os programas ou mesmo monitorados se não for com cuidado é classificado como censura.

E mais uma vez fica nítido para quem conhece melhor a área da comunicação o quanto os interesses das empresas e seus anunciantes valem mais do que o interesse do público, desde sua linha editorial quando a própria empresa é quem decide se vai passar para frente ou não determinada notícia.

O capitalismo vive uma nova etapa nomeada por Manoel Castel de capitalismo informacional. No seu bojo as empresas de comunicação atuam tanto como canais de poder como geradoras de resultados para seus acionistas. A finalidade última de uma empresa é gerar lucro e por isso a notícia corre o risco de se tornar uma mercadoria como outra qualquer. (LIMA; BARBEIRO, 2002, p. 52)

Emissoras como Record e SBT fazem altos investimentos na hora de copiar a programação da líder rede globo. E esses investimentos são sempre muito rentáveis. A globo também utiliza esse meio de cópia, mas com programas das redes norte americanas.

A emissora que mais se iguala hoje em dia a rede Globo é a Record tentando cada vez mais vencer na parte de telejornalismo.

A batalha entre as emissoras saiu do anonimato e ficou escancarada de vez todas na luta para tomar o lugar da mais poderosa rede Globo. Para conseguir tal façanha não medem esforços e lançam na mídia as histórias que envolvem passados nada éticos.

Por contra partida outras emissoras conseguem se manter no mercado muito bem com o público que lhe resta. E esse grupo tem um tamanho considerável que consegue preencher todos os horários com propagandas e publicidade.

Existe um público alvo para todas as emissoras, todas elas possuem ótimos patrocínios e investimentos milionários para custear seus programas. O público da TV aberta pode variar da classe A à classe C. Nenhuma das grandes redes como Rede Globo, Record, SBT, Band, e Rede TV ficam de fora da lista das mais vistas.

Mas para conseguirem a audiência baixam muito o nível de seus programas apelando para o sensacionalismo e quem sai perdendo é o telespectador. Os canais de TV esquecem que prestam serviço aos telespectadores e se preocupam apenas com os lucros e números da audiência, priorizando sempre os interesses da própria empresa, sem colocar em primeiro lugar o que é mais importante a verdade e a necessidade de mostrar ao público nos programas boas matérias.

Uma das grandes mudanças que ocorreu na busca pela audiência é o formato das matérias apresentadas pelo jornal nacional, telejornal da rede globo, que antes tinha um caráter mais sério e cobria apenas política, economia, e assuntos com abordagem mundial, hoje já é possível ver matérias de caráter mais emotivo, abordando temas que apelam para os sentimentos do telespectador. “A TV como meio de comunicação de massa, pode ser instrumento dos preconceitos raciais, sociais, políticos e religiosos e, nesse caso, também lesa a verdade. O sensacionalismo, o ‘jornalismo amarelo’, deturpam e adulteram os fatos, tornando-os uma anti-realidade”. (CAMPOS, 1970, p. 23)

Todas essas mudanças refletem diretamente na ética jornalística esta que por sua vez rege o comportamento profissional que esperamos de um jornalista.

Esta apropriação (do mundo, por meio do jornalismo), que precisa ser globalizada e imediatizada, também estão relacionadas ao compromisso ético do jornalista no sentido de permitir às pessoas participarem do mundo, escolherem e o influenciarem também a partir das informações. (KARAN, 1997, p. 42).

Por tanto, o jornalista tem a obrigação de tratar com seriedade seu trabalho, por mais

que dependa de linhas editoriais e de cumprir pautas precisa ter em mente sempre que um grande público depende dele para se informar e leva como verdade incontestável o que lhe passa.

5 CASO ELOÁ

Este foi o caso mais longo de seqüestro em cárcere privado já registrado pela polícia do Estado de São Paulo, ganhando repercussão internacional e uma exploração desgastante por parte da imprensa nacional.

No dia 13 de outubro de 2008, Eloá Cristina Pimentel, de 15 anos, estava com três amigos fazendo um trabalho de escola, quando seu ex-namorado, Lindemberg Fernandes Alves, de 22 anos, invadiu seu apartamento no complexo habitacional do ABC paulista porque queria obrigá-la a reatar romance com ele. Iniciando assim o seqüestro mais longo dos últimos anos na história brasileira.

Logo no início, Lindemberg liberou dois dos meninos que estavam no local, deixando como refém apenas a ex-namorada e sua amiga Nayara Silva, que foi libertada no dia seguinte às 22h50min.

Segundo Nayara, ela foi liberta após contar ao sequestrador que não encontrava com o pai a mais de ano, Lindemberg ligou para o pai da garota e disse que estava dando uma segunda chance a ele, de poder ser um pai de verdade.

Mas o afastamento de Nayara no caso durou pouco, no dia 15 a polícia pediu que ela voltasse ao apartamento para retomar as negociações, que de acordo com Lindemberg só continuariam se ela e Douglas o irmão de Eloá fossem até o prédio. O seqüestro já durava quatro dias.

Nayara contou em entrevista que nem a perguntaram se queria voltar, ela não teve opções, tinha que voltar pela amiga e que também não foi orientada de como agir pela polícia, "Pelo menos que tivesse aconselhado. Dado algumas dicas, tipo 'se ele começar a falar para você se aproximar, você não se aproxima. Tenta recuar', alguma coisa desse tipo, não é?" relembra a garota.

Lidemberg colocou Eloá sob a mira de uma arma para ameaçar Nayara a entrar de volta no apartamento e conseguiu o que queria, ela voltou para o cárcere.

Depois de mais de 100 horas o desfecho do Caso Eloá, denominado assim pela mídia, chegava ao fim. Policiais do GATE e da Tropa de Choque da Polícia Militar de São Paulo invadiram o apartamento em que Lindemberg mantinha a ex namorada e sua amiga refens,

explodindo a porta de entrada, após ouvirem um disparo de arma de fogo que vinha de dentro do apartamento, entraram em uma luta corporal com Lindemberg, que ainda conseguiu atirar em direção às reféns.

A adolescente Nayara foi ferida com um tiro no rosto mas continuou consciente, enquanto Eloá foi urgentemente encaminhada para o Centro Hospitalar de Santo André. Ela foi baleada na cabeça e na virilha, vindo a falecer no sábado dia 18 às 23h30min por morte cerebral.

O sequestrador não teve ferimentos e foi levado a cadeia pública da cidade. Dias depois foi encaminhado ao Centro de Detenção Provisória de Pinheiros, em São Paulo.

O caso de Santo André ganhou destaque nos jornais do mundo todo, que contava a história comovente da menina Eloá.

O site Reuters da Índia trazia como manchete : Garota brasileira morre após ser mantida refém por ex-namorado.

Já o jornal Javno.Hr, da Croácia, destacou o caso em seu site oficial como um caso trágico e desastroso e também mencionou a Tv brasileira que noticiou o desenrolar da história ao vivo. O jornal Trend News, do Azerbaijão, questionou a ação da polícia no resgate da menina, dizendo, “Garota adolescente mantida refém no Brasil é ferida em ação de resgate da polícia”.

E o Jornal International Herald Tribune, também trazia a notícia: “Adolescente brasileira atingida por tiro de ex-namorado está em coma”.

Um exemplo claro que podemos ver no “Caso Eloá” é que muitas vezes a notícia sofre uma desvalorização onde a fonte de informação e também de formação pública dá lugar ao interesse do mercado das empresas de comunicação, fazendo com que a ética e a técnica jornalística seja deixada de lado para dar lugar aos assuntos que dão ibope e maiores lucros aos seus investidores.

Todo veículo de comunicação determina suas próprias regras, conhecida por sua linha editorial, o que pode ou não, o que é notícia para eles ou não é interessante. Grandes jornais como a Folha de S. Paulo e o Estado de S. Paulo tem como regra só divulgar casos de suicídios e seqüestros após o caso já ter sido encerrado, a não ser que tenha autorização da

família da vítima. Já a Rede Globo e o jornal O Globo seguem o pensamento de que casos de seqüestros são públicos e são transmitidos na intenção de chamar a atenção dos governantes para que soluções sejam aplicadas.

Partindo do caso Eloá, a mídia começou sua cobertura logo na primeira noite de cárcere privado, logo após os primeiros reféns serem libertados. As imagens foram mostradas mesmo com a segurança dos dois garotos Vitor e Iago ainda não ser totalmente garantida.

Foi dado o start inicial nesse momento, onde várias emissoras de TV começaram chegar ao local, ocupando apartamentos vizinhos, câmeras em janelas, varandas, ou mesmo nas esquinas e no meio da rua em frente ao prédio em que Eloá era mantida como refém. Ficavam acampados lá noite e dia a espera de novas notícias ou imagens dos jovens dentro do cativeiro.

Quando Cristina Pimentel, mãe da garota, chegou ao local foi alvo dos flashes e das câmeras dos jornalistas que permaneciam ali. Sem respeitar o estado emocional de uma mãe aflita e desesperada ao ver sua filha sob ameaça de morte, a imprensa aproveitou-se da situação mostrando apenas o sofrimento de Dona Cristina, dando início ao “reality-show” criado pela mídia. Levando os telespectadores a comoção geral. “Capítulo II - Da conduta profissional do jornalista Art. 6º É dever do jornalista: VIII - respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão” (FENAJ, 2007)

Como se não bastassem várias transmissões ao vivo, as matérias eram reprisadas incessantemente, com chamadas sensacionalistas, para que o caso se tornasse dramático e trágico a ponto de distorcer informações necessárias, dando maior importância a detalhes banais que eram anunciados repetitivamente, deixando visível o foco das reportagens em desviar notícias úteis, fazendo com que a carga emocional imposta nas matérias prendesse a atenção do público que vivenciava o drama a cada acontecimento.

Uma das questões a ser analisada seria o famoso agendamento televisivo mais conhecido como *Agenda Setting* que nada mais é do que quando a mídia determina qual assunto ficará em evidência por maior tempo. Como por exemplo, na semana em que acontecia o seqüestro no ABC outros casos tão importantes quanto ou mais, também aconteciam e não tiveram tanto destaque na imprensa como o “caso Eloá”.

O conceito de *Agenda Setting* foi criado por McCombs e Shaw na segunda metade do século XXI. Ele se resume em mostrar a capacidade que a mídia tem em criar o cenário público tornando- o real de acordo com as informações que eram transmitidas.

O efeito que a agenda da semana causava no público, foi evoluindo e aumentando com o passar dos anos e somente após 40 anos de estudos ganhou um novo significado por Bernard Cohen. Segundo ele a imprensa na maioria das vezes pode não dizer às pessoas como pensar, mas, no entanto, tem uma grande capacidade de dizer a essas pessoas sobre o que pensar.

Ainda segundo o autor, a imprensa tem o poder de influenciar o receptor a pensar sobre a maioria dos assuntos que são discutidos pela sociedade, principalmente nas conversas interpessoais.

Trata-se de uma forma que a mídia tem de tornar tal notícia atraente a ponto de se tornar presente por muito mais tempo em todos os veículos de comunicação tendo mais detalhes em comum com todas as outras matérias do que algum detalhe que traga uma informação “nova”. Desse jeito é visível o poder que a mídia tem em criar nosso cenário público.

Levando em consideração o conceito de “*Agenda Setting*” na mesma semana em que ocorria o “Caso Eloá” outros acontecimentos que deveriam ganhar maior atenção por parte da imprensa, passou despercebido da mídia.

A mais velha especialização social, a especialização do poder, encontra-se na raiz do espetáculo. Assim, o espetáculo é uma atividade especializada que responde por todas as outras. É a representação diplomática da sociedade hierárquica diante de si mesma, na qual toda fala é banida. No caso, o mais moderno é também o mais arcaico. (DEBORD, 1997, p.20)

Enquanto Eloá era refém de seu ex-namorado, as notícias de interesse público nacional e internacional eram ofuscadas por uma imprensa maçante em busca de audiência.

Como por exemplo, Obama e McCain em plena campanha para as eleições a presidência nos Estados Unidos trocavam acusações e farpas. A bolsa de valores norte americana que despencou atingindo também as bolsas da Europa, Ásia e de São Paulo que

também teve sua maior queda em 10 anos. Em solo brasileiro a seca atingia 22 mil pessoas no Tocantins provocando incêndios em matas nativas em Minas Gerais equivalente a 359 estádios de futebol e também atingindo a Chapada dos Guimarães no Mato Grosso. (TEDE SAMPAIO)

Esta, por sua vez, assume o encargo de instaurar as relações de sentido em que se naturalizam as relações de classe, tornadas um sistema de diferenças guiado pelo princípio da distinção. No interior deste regime de diferenças, as relações de sentido encontram-se organizadas em termos de uma hierarquia das legitimidades culturais dominada pela cultura da classe dominante, pelo sistema de ensino institucional a serviço da classe dominante e pelo campo de produção erudita tendente a preservar sua autoridade de instância máxima de legitimação e consagração de agentes, obras e receptores. (MICELI, 1972, p. 42)

Com isso fica mais claro entender o conceito de “agendamento”, pois com tantos outros fatos marcantes acontecendo, despertar a atenção do público com apelos emocionais fez com que noticiar esse seqüestro mesmo que ainda longe de seu desfecho, fosse mais interessante ao lucro das emissoras de televisão do que o próprio interesse do público.

Encontramos aqui uma divergência de opiniões onde aqueles que acreditam que um bom trabalho jornalístico consiste em registrar o drama, a tragédia, o imprevisível e o incomum, a cobertura sobre o seqüestro de Santo André foi excelente. Mas para aqueles que defendem a prática jornalística como um ato a ser exercido com ética, objetividade, clareza, verdade, checagem de fontes, e acima de tudo respeito com os personagens em questão, a divulgação do caso foi um desastre.

Uma das maiores surpresas em meio a toda essa guerra pela audiência foi quando emissoras de televisão conseguiram acesso ao número do telefone que Lindemberg estava usando. Foi quando todo e qualquer código de ética ou mesmo civil foi deixado de lado pela imprensa que acaba de conseguir o mais novo e maior dos furos jornalísticos entrevistando o seqüestrador ao vivo e enquanto o fato ainda estava em andamento. “O dilema moral dos jornalistas de televisão numa sociedade moderna cercada de terrorismo e violência política e retratar os fatos com responsabilidade, sem parecer estar encorajando os espectadores com publicidade” (YORKE, 1998, p.186)

O primeiro repórter a ligar para Lindemberg foi o jornalista da Rede TV Luiz Guerra

que a princípio disse ao seqüestrador que era um amigo da família e lhe encheu de perguntas sobre o que estava acontecendo no cativeiro e como estava a situação de Eloá. Só depois foi revelar que era jornalista do programa A Tarde é Sua que colocou a matéria no ar depois de gravada. Não satisfeitos o suficiente com a inconveniência que atingia nossos lares indo totalmente contra a ética profissional expondo mais ainda a vida da garota mantida refém, o programa colocou no ar e dessa vez ao vivo uma segunda entrevista com Lindemberg e Eloá, agora comandada pela própria apresentadora Sonia Abraão. A jornalista perguntava ao rapaz quais motivos o levou a cometer aquele crime, o que ele pretendia com tudo isso e onde queria chegar. Preocupada com Eloá a apresentadora queria saber como ela estava sendo tratada e seu real estado emocional e também de saúde.

Eloá em uma de suas ultimas mensagens a família respondeu a Sonia dizendo que estava tudo bem, e tentou tranquilizar seus familiares que aguardavam por sua libertação. Mesmo afirmando estar tudo bem a menina apresentava claros sinais fraqueza e uma voz emocionalmente debilitada.

O programa A Tarde é Sua, que geralmente mantém uma média de dois pontos no IBOPE, nesse dia registrou picos de até cinco pontos no momento em que a entrevista com Lindemberg ia ao ar. Fazendo com que esse seja um exemplo claro de que a guerra pela audiência e mais uma vez o lucro por parte das empresas jornalísticas falaram mais alto do que a própria ética profissional.

Outro caso bastante atípico no cenário das coberturas de casos que envolvam o poder da polícia foi o da apresentadora Ana Hickman do programa Hoje em Dia da Record, que em certo momento do seqüestro chegou a pedir para que Lindemberg fosse até a janela do apartamento e acenasse para a câmera da Record. Sem a resposta do seqüestrador, Ana voltou a pedir agora para que ele fizesse qualquer gesto, na intenção de dizer que estava assistindo ao programa, mas mais uma vez o seqüestrador não fez o que foi pedido.

A vez agora era de Brito Junior tentar contato com o seqüestrador, reforçando o pedido da apresentadora ao pedir um sinal para Lindemberg, mais uma vez em vão.

Outro Jornalista, José Luís Datena, da Band, também tentou interagir com o

seqüestrador, pedindo para que o rapaz acendesse e apagasse a luz do apartamento como resposta de que concordava com o que Datena dizia em seu programa.

Esse sinal já é bastante conhecido pelos telespectadores do programa Brasil Urgente, que utiliza um helicóptero para a cobertura das tragédias divulgadas, o ato de piscar as luzes virou um costume, como se fosse um sinal de que estão assistindo o programa e concordando com as opiniões do apresentador.

Já a Rede Globo, resolveu mostrar apenas trechos de uma conversa gravada com Lindemberg por telefone de dentro do cativado no Jornal Nacional. O seqüestrador falava que iria libertar Eloá assim como antes havia libertado sua amiga Nayara. Neste mesmo dia ainda o rapaz conversou pelo telefone com a Folha Online dizendo como queria que fosse o procedimento depois que libertasse sua ex-namorada. “Art. 7º O jornalista não pode: IV - expor pessoas ameaçadas, exploradas ou sob-risco de vida, sendo vedada a sua identificação, mesmo que parcial, pela voz, traços físicos, indicação de locais de trabalho ou residência, ou quaisquer outros sinais; V - usar o jornalismo para incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime;” (FENAJ, 2007)

Nayara que mesmo depois de liberta mantinha contato com Lindemberg através do celular, deveria por ordem do seqüestrador ir até o apartamento para ajudar Eloá quando fosse liberada. Com o apoio da polícia a amiga voltou ao apartamento para cumprir as ordens do seqüestrador que não cumpriu com sua palavra, mandando que Nayara entrasse no apartamento para que em seguida liberasse as duas juntas, acabou fazendo a de refém novamente. O seqüestrador que no primeiro dia chegou a atirar em repórteres que chegavam ao local, já tinha a imprensa como sua aliada.

No último dia de seqüestro nos deparamos com um fato curioso, O seqüestrador em meio a negociações com o GATE exigiu que a Rede Record com exclusividade gravasse com o promotor de justiça que deveria assinar um documento que garantisse sua integridade física após ele se render. O porquê da escolha de Lindemberg querer a exclusividade da Record é desconhecido até hoje, com o pedido negado, ele aceitou que todas as emissoras também pudessem filmar a ação.

Mesmo após o caso ter chegado a seu fim, as falhas técnicas cometidas pela imprensa ainda não acabavam. A assessoria de comunicação do governo do Estado de São Paulo divulgou em nota a morte de Eloá Cristina Pimental. Na oportunidade de mais um furo jornalístico em primeira mão alguns dos jornais que estavam ao vivo no momento começaram a noticiar a morte da estudante, como foi o caso da Rede Globo. Carlos Tramontina na época ancora do SPTV às 21h40min anunciava que a garota não tinha resistido aos ferimentos. “Capítulo III - Da responsabilidade profissional do jornalista Art. 11. O jornalista não pode divulgar informações: II - de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes” (FENAJ, 2007)

Mas enquanto era anunciada a morte de Eloá, a equipe médica do Hospital Municipal de Santo André, dizia que o quadro clínico da menina era grave, porém ela ainda continuava viva. Eis uma falha tremenda e um caos para reverter à notícia que uma vez veiculada é como se fosse impossível controlar onde suas informações já foram capazes de chegar, os programas e plantões jornalísticos tiveram que voltar atrás e negar suas próprias informações dadas anteriormente.

E a confusão foi ainda mais longe. Como no caso da Rede Globo, em que Fátima Bernardes teve que entrar ao vivo no plantão da Globo, logo após o SPTV, para negar a informação que foi dada anteriormente pelo colega de emissora. Fátima entrou no ar dizendo que mesmo com a assessoria do Palácio dos Bandeirantes e a Rede Globo terem informado a morte da jovem Eloá, a equipe médica do Hospital negava a informação.

Art. 2º Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse, razão por que: I - a divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independentemente da linha política de seus proprietários e/ou diretores ou da natureza econômica de suas empresas; III - a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão; (FENAJ, 2007)

A assessoria de imprensa do Governo de São Paulo também divulgou outra nota para se esclarecer, voltando atrás em sua primeira informação, alegando que a notícia teria sido

passada pelo próprio secretário de segurança pública, Ronaldo Marzagão, afirmando dessa vez que Eloá continuava viva.

Esse foi mais um dos erros cometidos pela mídia no episódio do “Caso Eloá”. Sua morte antecipada além de causar mal estar e constrangimento para os familiares e amigos, também não soou nada bem para as emissoras e os jornalistas que tiveram que se retratar logo depois. “Art. 12. O jornalista deve: VI - promover a retificação das informações que se revelem falsas ou inexatas e defender o direito de resposta às pessoas ou organizações envolvidas ou mencionadas em matérias de sua autoria ou por cuja publicação foi o responsável” (FENAJ, 2007)

No dia 8 de janeiro de 2009 o juiz José Carlos de França Carvalho Neto, da Vara do Júri e Execuções Criminais de Santo André, determinou que Lindemberg Alves fosse a júri popular pela morte da ex-namorada. Quatro anos depois, o julgamento de Lindemberg durou 4 dias, de 13 a 16 de fevereiro de 2012. A defesa que, por sua vez, tentava convencer os jurados de que Lindemberg ainda gostava da menina e não tinha a intenção de matá-la não foi suficiente para convencê-los. O júri formado por uma equipe de seis homens e uma mulher entendeu que o réu era o culpado pelos 12 crimes em que estava sendo julgado. O motoboy respondeu por homicídio qualificado, duas tentativas de homicídio, cinco cárcere privado, e quatro disparos de arma de fogo. Sendo condenado a de 98 anos e 10 meses de prisão pela juíza Milena Dias. O código Penal, entretanto, previne que um cidadão não permaneça preso por mais de 30 anos.

De acordo com informações do Portal UOL o julgamento teve cerca de 50 horas de duração, e seu ponto forte foi o depoimento do réu que confessou pela primeira vez que atirou em Eloá e ainda aproveitou para pedir perdão à mãe da garota em público.

"Além de eliminar a vida de uma jovem de 15 anos e quase matar Nayara e o bravo policial Atos Valeriano, causou enorme transtorno para a sociedade e para o Estado", disse a juíza Milena Dias.

Ana Lúcia Assad, advogada de Lindemberg, disse durante o andamento do julgamento que o rapaz era apaixonado pela vítima e que o crime não havia sido premeditado.

“Ele não é marginal ou um criminoso. Os senhores [jurados] são pessoas de bem,

assim como Lindemberg. Peço que o enxerguem como um irmão, pai dos senhores, um amigo. Ele não é bandido. Ele confessou que atirou em Eloá. Lindemberg é apaixonado por Eloá. Foi o grande e único amor da vida dele. Tanto é que ele não recebe visita íntima porque ele não quer ter outra mulher”, disse Ana Lúcia Assad.

“Não vou pedir a absolvição dele. Ele errou, tomou as decisões erradas e deve pagar por isso, mas na medida do que ele efetivamente fez. Peço que os senhores [jurados] condenem o Lindemberg pelo homicídio culposo, pois ele não desejou o resultado. Ele sofre pela morte dela.” Concluiu a advogada que ainda fez questão de frisar que para ela a polícia e a mídia também são responsáveis pela morte da garota.

A promotora Daniela Hashimoto apresentou sua versão em percepção ao comportamento do réu. “É esse rapazinho, bonzinho, coitadinho, arrependido, que veio aqui pedir perdão, ele fez um pedido sincero em frente à mídia, mas ele é uma pessoa que simula e é dissimuladora”, se referindo ao pedido de perdão que Lindemberg fez em seu depoimento. “Se fosse um pouco mais esperto ou orientado poderia ter dito que foi ao apartamento armado porque temia a reação dos pais de Eloá porque Eloá teria dito que apanhou dele [Lindemberg] dias antes”, afirmou à promotora.

O acusado falou pela primeira vez sobre o crime, apresentando comportamento frio o tempo todo, o rapaz confessou ter atirado na ex- namorada e contou sua versão do momento em que a polícia invadiu o apartamento.

"Estávamos conversando os três no sofá. Infelizmente aconteceram algumas reações. A polícia estourou a porta e eu tomei um susto. Ela ameaçou um movimento e eu infelizmente atirei. Pensei que ela pudesse vir para cima de mim. Eu vi o movimento e atirei. Foi tudo muito rápido", disse Lindemberg.

Perguntado de teria de fato atirado em Nayara, amiga de Eloá, ele afirmava não se lembrar do ato. "Não me recordo. Quando fui ver, já estava sendo agredido pelos policiais. Foi tudo muito rápido. Não tinha intenção", garantiu o réu, lembrando que não teve tempo para pensar.

Lindemberg também negou ter atirado em um policial durante a operação do resgate no seqüestro, e ainda disse que os três amigos de Eloá permaneceram no apartamento por escolha deles e não porque os obrigou.

Em um momento do interrogatório foi indagado por um dos assistentes de acusação, o advogado José Beraldo, porque ele não demonstrava emoção ao falar da ex-namorada. “Eu não vim aqui para dar show, para comover ninguém” disse o rapaz.

Em um dos depoimentos da promotora de justiça foram lidos trechos de gravações onde o acusado aparecia negociando com policiais militares. Nas conversas Lindemberg dizia que iria matar a todos e se matar, dizendo em tom provocativo que estava louco para ver a polícia invadir o apartamento. Pressionado pela promotora, o réu disse que as declarações eram “blefe” e que apenas queria sentir como estava o clima para mantê-los afastados.

O motoboy também disse que as ligações dos jornalistas e programas de televisão que o assediavam eram levados como brincadeira por ele e as meninas reféns.

Lindemberg ainda contou os detalhes do porque andava armado, dizendo que estava sendo ameaçado e confessando que o que lhe provocou muito ciúme foi ver Eloá com um amigo de escola Victor Lopes, um dos garotos mantidos reféns no primeiro dia do seqüestro. Ele disse que o ciúme se agravou mais ainda quando os dois admitiram ter se beijado naquele dia.

“Puxei a arma para Eloá quando ela começou a gritar comigo, mentindo que ela não tinha ficado com o Victor”, se explicou o rapaz para negar que tenha agredido a ex-namorada em outro momento durante o seqüestro como relataram os demais reféns.

O acusado contou que seu momento de maior medo foi ver a chegada da polícia ao redor do prédio, o fazendo lembrar-se do caso do ônibus 174 no Rio de Janeiro. Ele disse que não se entregou primeiro porque tinha necessidade de ter uma conversa séria com Eloá sobre o relacionamento e depois porque ficou com medo da polícia e as conseqüências que sofreria ao sair dali.

“Uma das meninas lembrou-se da história do ônibus 174 e a Eloá disse: ‘vai que eles (os policiais) tentam te acertar e acabam me acertando” disse Lindemberg.

No primeiro dia do julgamento, Nayara Rodrigues e os dois amigos de Eloá que estavam presentes na hora em que o seqüestrador invadiu o apartamento da ex-namorada prestaram depoimento dizendo que a intenção de Lindemberg era de matar Eloá desde o começo.

A imprensa que participou durante todo o seqüestro não ficou de fora na especulação da sentença do criminoso. O momento da declaração do juiz decretando a sentença teve transmissão ao vivo pela Rede Globo, Rede Record e a Band News.

Conforme o desenrolar do caso, a mídia brasileira voltou totalmente suas atenções para o acontecimento, o programa A tarde é sua comandado pela jornalista Sonia Abrão, foi o primeiro a entrevistar, por telefone, o seqüestrador Lindemberg Alves. A partir daí, entrevistados, apresentadores, pastores também passaram a falar com o rapaz por intermédio da televisão. Além dos outros programas e veículos de comunicação que não interferira diretamente, mas explorava o assunto o tempo todo além dos repórteres que ficavam em frente ao prédio onde acontecia o cárcere privado de prontidão entrando ao vivo nas programações das emissoras quando necessário. “Explica também a estratégia dos produtores e empresários da indústria cultural que “não podendo contentar-se em buscar a intensificação do consumo de uma determinada classe social, precisa orientar-se para o crescimento da dispersão da composição social e cultural deste público” (MICELI, 1972, p. 40)

A especulação do crime foi imensa, porém foi ser questionada e muito criticada apenas após o desfecho do caso.

O caso mais criticado foi o da apresentadora Sônia Abrão, que entrevistou Lindemberg Alves e Eloá ao vivo, sendo considerada uma das cenas mais abusivas e sensacionalistas de todo o caso. Uma das críticas era de que a apresentadora acabou bloqueando a linha que poderia estar sendo usada para negociação da polícia com o seqüestrador. O ex-integrante do BOPE (Batalhão de Operações Policiais Especiais) e sociólogo Rodrigo Pimentel, em entrevista ao portal Terra criticou duramente a cobertura da mídia brasileira argumentando que as emissoras de TV citadas - RedeTV!, Rede Record e Rede Globo - foram "irresponsáveis e criminosas" e declarou que o "Ministério Público de São Paulo deveria, inclusive, chamar à responsabilidade, essas emissoras de TV".

O Ministério Público Federal de São Paulo por sua vez, decidiu mover uma ação civil pública contra a apresentadora pela exibição da entrevista. Afirmando que as entrevistas interferiram diretamente na atividade policial em andamento colocando a vida das adolescentes e dos envolvidos na operação em risco, pedindo ainda a indenização por danos morais coletivos de 1,5 milhão de reais.

O peso da atuação da jornalista nesse episódio foi tanto que a acusação de defesa do seqüestrador resolveu colocar em julgamento o papel da mídia no caso: “Quem vai decidir se a imprensa errou serão os jurados”, diz Ana Lucia Assad, advogada de Lindemberg Alves.

A própria defesa defendeu a idéia de que a cobertura cansativa do seqüestro fez com que ele se prolongasse cada vez mais. Foram mais de cem horas de cárcere privado, onde Lindemberg tinha acesso dentro do próprio “cativeiro” pela televisão, a tudo o que era falado sobre ele, à polícia, e as conseqüências.

Em um de seus programas logo após receber a notícia de que seria chamada a depor sobre o caso, Sônia manifestou-se revoltada com a estratégia da defesa: “Foi só através do nosso programa que a mãe de Eloá pôde falar com ela”, disse, apelando para o lado sentimental.

Durante o julgamento foi exibida a entrevista de Sônia Abraão com Lindemberg a pedido da defesa. “Fico feliz de ter sido útil nesta história”, disse a jornalista.

O programa foi inteiro para esclarecer, com a ajuda de seus convidados, o porquê do ponto de vista legal, a apresentadora não tinha obrigação de comparecer ao tribunal.

A apresentadora ainda se mostrou indignada com a idéia da advogada Ana Lucia Assaf em exibir trechos do filme “Sem vestígios” no julgamento. O filme conta a história de um criminoso, que expõe seus assassinatos na internet, onde quanto maior era o numero de acessos do site mais rápido a vítima morre.

Sônia então sugeriu que o filme exibido fosse também o “Quarto Poder”, que segundo ela é bem melhor e mais premiado. O ator Dustin Hoffman, interpreta um repórter em decadência, que manipula o personagem de John Travolta, que está mantendo uma mulher em cárcere privado. Em dado momento a apresentadora chegou a comparar-se a Larry King, que

faz uma participação especial no filme interpretando a si mesma, onde também entrevista o seqüestrador e mostra sua “verdadeira” face.

Em entrevista recente ao Portal Ig, no dia 12 de setembro de 2012, Sônia Abraão relembrou o caso e disse que se sentiu fuzilada: "Senti como se tivessem me colocado em um paredão e me fuzilado. Foi uma coisa tão impressionante. O que eu fiz demais? Por que eu não falaria com ele? Eu não ia negociar, só ia entrevistar. O problema é que a gente furou os grandes nomes da área policial", avalia a jornalista.

Questionada sobre como ela avaliava o caso hoje, quatro anos depois do ocorrido, a apresentadora desabafou: “Me senti muito mal com o que aconteceu. Todo mundo me julgando. Tinha gente falando que eu era responsável pela morte dela [Eloá]. Uma coisa que aconteceu quase quatro dias depois da entrevista. O mundo caiu na minha cabeça. Mas foi a nossa entrevista, no dia do julgamento, que fez com que os jurados dessem a pena máxima para ele. Fiquei muito orgulhosa, foi um consolo.”

O Caso Eloá foi até Pauta em uma audiência realizada na câmara dos deputados para que fosse discutida a postura das emissoras de televisão nesse episódio.

Parte dos deputados e pesquisadores presentes criticou a condução do episódio pela mídia, tanto nas matérias geradas, até na interferência de seu desfecho. Onde acabaram criando uma relação com o autor do crime Lindemberg Alves Fernandes, com entrevistas, conversas ao vivo, e de certa forma dando poder ao seqüestrador.

Ainda colocou-se em questão o fato de que ele poderia ter prolongado o seqüestro após se dar conta da proporção que o acontecimento tinha tomado, com imagens ao vivo, a todo o tempo, o cárcere privado se tornou um verdadeiro reality show dando status de celebridade ao criminoso que se via assediado pela imprensa e com o poder das decisões e exigência nas mãos.

A TV suplanta os demais veículos de comunicação, porque, além dos códigos lingüístico e sonoro (disponíveis também no rádio), utiliza o código icônico como suporte básico de sua linguagem. Por causa disso, as produções televisivas privilegiam, às vezes em excesso, a força expressiva da imagem, inclusive nos programas jornalísticos. (REZENDE, 2000, p.40).

O tratamento que o caso ganhou das redes de TV foi considerado como uma apologia

a violência, e a total banalização de um assunto do qual nenhum jornalista ou editor chefe teriam “capacidade” para lidar, apenas policiais treinados podem ter a liberdade de conversar e negociar com um seqüestrador e o que ocorreu foi totalmente o inverso.

Várias ações desse caso foram inúmeras vezes criticadas por diversas pessoas, desde o público, os telespectadores das emissoras de TV, á especialistas de todas as áreas como psiquiatras, advogados, especialistas em segurança, psicólogos e criminalistas. Ações da polícia, e a invasão constante e desesperadora da imprensa, acabaram prejudicando o desfecho dessa história aos olhos de quem via todo esse “reality show” que foi criado em torno de um crime, e pessoas que corriam risco de morte.

Mas o jornalismo investigativo quando devidamente conduzido, é um negocio dispendioso que demanda tempo. Jornais que lidam seriamente com isso reconhecem que se trata de um esforço de equipe que ocupa pesquisadores e repórteres durante varias semanas talvez meses, examinando um assunto de todos os ângulos para produzir um material que possa finalmente gerar uma matéria. (YORKE, 1998, p. 187)

Marcos do Val, instrutor de defesa pessoal do departamento de polícia de Beaumont no Estado americano do Texas, falou com uma rede de TV brasileira para analisar a ação da polícia no caso. De acordo com ele a polícia ter permitido que o seqüestro se alastrasse por mais de cem horas foi errado, pois "em uma situação passional como essa, quanto mais tempo leva, mais inconstante a pessoa fica". Ele também afirmou que a polícia ter permitido a volta de Nayara ao cativeiro foi o maior absurdo da operação, "em nenhum lugar do mundo já existiu uma situação dessas".

O sensacionalismo na especulação nesse caso foi imenso, na televisão as imagens ganham formas potencializadas causando maior impacto emocional na sociedade fazendo com que emissoras aumentem suas audiências a custo das cenas mais fortes de tristeza, dor, miséria, desgraça e tudo aquilo que ganha um apelo mais forte do público.

Como a indústria cultural orienta-se pelas leis da concorrência e da rentabilidade capitalistas, seus produtos competem para conquistar o maior mercado possível. Assim, a busca pela extensão máxima do público determina as feições de uma mensagem indiferenciada dirigida, em termos tendências, a um publico socialmente diferenciado. (MICELI, 1972, p. 40)

Essa promoção do seqüestro parece inspirar cada vez mais os criminosos a solta e os que ainda planejam algo, a TV ilude e torna tudo mais poderoso, de criminoso passa a ser celebridade.

Os canais de televisão estavam tão preocupados pela audiência e a guerra pelo furo jornalístico entre as emissoras era tão grande que esqueciam que seu poder é limitado e que não era prioridades no local, que não os cabia fazer o papel da polícia, que por sua vez sofreu dificuldades na hora de falar com o seqüestrador por telefone, pois as linhas para negociações estavam sempre ocupadas pela imprensa.

As emissoras que estavam na luta pela audiência na cobertura do caso, foram procuradas para explicar o porquê de tais atuações no caso, e questionadas se fizeram uma cobertura justa.

Evandro Guimarães, vice-presidente institucional das Organizações Globo, defendeu as normas da empresa “Nós não tivemos nenhum benefício de audiência e não perseguiríamos isso em nenhuma hipótese. Como normas gerais têm no nosso jornalismo para eventos onde há sinais de banditismo noticiar tudo sempre, mas mantendo e tendo em vista a integridade das vítimas potenciais e também a investigação da polícia”.

O representante da rede Record apelou para várias justificativas não suficientes como, a importância dos grupos de comunicação no país ao utilizarem sua liberdade de expressão e que há também uma grande dificuldade em encontrar pontos de equilíbrio entre o correto e o inadequado e que em sua opinião o bom senso e a legislação foram respeitados na cobertura.

Mas o caso não se trata apenas de liberdade de expressão, não estamos falando de músicas contra o governo nem de jornalista contra corruptos e sim da vida de uma adolescente que estava em risco nas mãos de um ex-namorado que não aceitou o fim do relacionamento.

O papel da imprensa no seqüestro de santo André foi assiduamente criticado após o desfecho do caso, deixando visível para a população que a mídia não teve a capacidade de assumir seus erros diante dessa cobertura.

No dia 13 de outubro de 2008 o país deparou-se com uma notícia de que um rapaz de 22 anos fazia sua ex-namorada de 15 anos, refém na cidade de Santo André no ABC paulista. A partir dali inúmeras reportagens traziam detalhes sobre a vida de Lindenberg Alves da Silva.

Em poucas horas o rapaz que até então não tinha antecedentes criminais, trabalhava e ajudava a família transformou-se em um seqüestrador, criminoso, com problemas psiquiátricos.

Desde o primeiro contato Lindenberg deixava claro que seu medo era ir para prisão, ou levar tiros dos policiais. A imprensa que estava fazendo de tudo pelo furo jornalístico, para faturar audiência, não se dava conta de que com toda aquela cobertura estavam a favor do seqüestrador, pois era de conhecimento geral que ele estava assistindo aos programas e ouvindo a todas as formas de punição comentadas que ele sofreria ao sair de lá.

A maioria da imprensa justificava seus atos com a famosa frase “estamos fazendo nosso trabalho”. Mas se esqueceram da ética, em pleno século 21 com tantos outros casos de desfechos desastrosos como o caso da escola base, é difícil aceitar que a imprensa ainda não consiga fazer um jornalismo de forma mais humana, respeitando a integridade dos cidadãos.

Se em meio a todos os acontecimentos em tempo real a imprensa já se comportava com tamanha frieza, quem dirá depois do capítulo trágico ter sido resolvido, quem seria capaz de admitir suas falhas diante de atitudes que não os cabiam, sem preparo algum para falar com uma pessoa visivelmente desequilibrada, dando notoriedade para um rapaz que mantinha reféns sob ameaças. Estavam preocupados pela busca incessante dos “furos” deixando totalmente esquecida a chamada ética jornalística. Sem perceber que estavam causando um confronto direto com o seqüestrado além de um enorme constrangimento no ar. É injustificável fazer com que “a função do jornalista” ultrapasse os limites morais, éticos, civis, políticos. “A consciência ética, portanto, é esse estado decorrente de mente e espírito, através do qual não só aceitamos modelos para a conduta, como efetivamos julgamentos próprios.” (SÁ, 2001, p. 66)

O que aos olhos das redações pareciam grandes triunfos como conseguir o telefone do seqüestrador, e depois dar voz ao mesmo como se fosse uma grande estrela nacional, não passava de atitudes nada inteligentes e mal elaboradas, pois pela televisão que insistia no caso dia e noite o agressor tinha acesso a todas as estratégias da polícia, a posição dos policiais e também as conseqüências que sofreria, além do que perceber esse status que ganhava da imprensa, concedendo entrevistas exclusivas pode ter o exaltado psicologicamente, engrandecendo, querendo aparecer cada vez mais, deslumbrado.

E foi aí que a história que até então se tratava de um ex-namorado, apaixonado, doentio, querendo reatar com a namorada e em um ato de desespero a tornou refém, começou a caminhar para outros rumos. Talvez a principio, Lindenberg não tinha a intenção de prender a ex-namorado por muito tempo, nem a pretensão de tirar a vida da garota. Mas uma

coisa ele sempre repetia e se exaltava ao dizer do medo constante de se entregar e ir para a prisão ou levar tiros da polícia, porém quando se viu assediado pela imprensa, e tudo o que estava conseguindo causar de impacto na mídia, é que o rapaz tenha mudado sua idéia de se entregar para a polícia e libertar Eloá. Talvez nesse momento é que Lindemberg deixou de ser o ex-namorado assustado dando lugar ao homem frio, sarcástico, auto suficiente e dono de todos os poderes. Vislumbrado com a fama diante de tantos apresentadores de TV famosos atrás de uma palavra dele.

A imprensa longe de assumir sua culpa ao fim do seqüestro voltou às críticas a polícia, como se somente eles fossem responsáveis pelo desfecho. É de se concordar que a atuação da polícia foi pra lá de desastrosa quando colocou a amiga da refém, Nayara de 15 anos de volta ao cativado sob os comandos de Lindemberg, porém a atuação da imprensa não ficou longe de tamanho desastre também, na grande guerra pela busca da audiência interferiram diretamente na negociação entre a polícia e o criminoso, uma vez que tratavam o seqüestrador como um coitado, dando status a ele de celebridade, os jornalistas e apresentadores ousaram até a dar conselhos, além de mostrar a todo tempo toda a movimentação da polícia.

O que pudemos ver foi um lado do jornalismo que não respeitou suas próprias identidades, deixou os princípios de lado, não checaram fontes, não respeitaram tamanha gravidade de um caso policial que envolvia vidas de pessoas, perderam totalmente a responsabilidade e a ética fundamental em qualquer profissão. Alguns profissionais chegavam até a cogitar a morte da jovem para dar mais dramaticidade ainda do que já estavam explorando forçadamente o assunto. “A ética no jornalismo começa onde tem início a ética do cidadão. Ou seja, a resolução da questão ética depende também do que o jornalista considera como seu dever de cidadão. O estabelecimento dessa semelhança desmistifica algumas posições tão comuns aos jornalistas (...)” (LIMA, 2009)

Quando as falhas técnicas começam a comprometer um trabalho jornalístico, nos leva a várias reflexões para questionar o porquê de dado assunto tomar uma proporção tão grande de notoriedade na mídia. “Nestas condições, o campo da produção simbólica do capitalismo contemporâneo se caracteriza pela oposição entre o campo da produção erudita e o campo da grande produção cultural” (MICELI, 1972, p. 39)

O profissional da área de comunicação se encontra em uma situação de interesses coletivos. Há quem diga que o jornalista tem sua ética profissional definida de acordo com a

sua ética pessoal. Porém interferências que vão além da vontade própria do jornalista devem ser levadas em consideração.

Como por exemplo, a linha editorial de cada meio e veículo de comunicação. Existe um caminho a percorrer entre a realidade e o que é relatado, não decorre do gênero que a instituição utiliza, mas sim dos sentidos que ela quer dar. Além disso, muito são os envolvidos em uma só matéria, nem sempre o interesse ético do jornalista que produz a matéria vai ser o mesmo interesse do editor, do público, e do próprio veículo. “Capítulo 1. Art.1º, I “A divulgação da informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação e deve ser cumprida independente de sua natureza jurídica – se pública, estatal ou privada – e da linha política de seus proprietários e/ou diretores.” (FENAJ, 2007)

Partindo do princípio de que o público é pautado pelo agendamento da mídia, o seqüestro da jovem Eloá prendeu a atenção do público por se tratar de um caso real que emocionou todo o país por Cinco dias e foi acompanhado por uma tensão e expectativa não só dos familiares e amigos como também de todo o país que já se sentia íntimo com o caso. Uma história de amor, sofrimento, angústia perigo e muita dúvida fez com que o lado emocional das pessoas despertasse para acima de tudo este drama se tratava da vida de duas garotas sob a mira de uma arma.

Enfim, fica claro que o que a princípio foi uma pauta imposta pela mídia, mas ao decorrer daquela semana já fazia parte do próprio telespectador a busca por novas novidades no caso. É como se a mídia tivesse exposto o que pensar, e o público não só aceitou como incluiu os fatos em diálogos interpessoais fazendo com que o assunto fosse discussão em conversas cotidianas durante aqueles dias.

Nos dias de hoje fica a impressão de que a televisão em alguns momentos perde sua função de levar informação ao público e contribuição para o desenvolvimento da nossa sociedade e aprimoramento de nossa cultura, e passa a vender seu produto de forma a querer um *feedback* da aceitação do público. É como se a ética jornalística fizesse parte de um passado que não aceita mais perder chances de lucrar.

6 ANÁLISE DE DADOS

Para analisarmos os resultados obtidos com os questionários, explicaremos como e quais foram os perfis de pessoas escolhidas para respondê-lo.

Ao total foram 30 participantes para resolução do questionário, eles assistiram a três matérias, a primeira da Rede Record, a segunda da Rede Globo e a terceira da Rede TV e logo em seguida responderam as perguntas relacionadas aos vídeos, e também a seus hábitos referentes à TV.

As pessoas escolhidas para responder foram divididas em 4 classes, com curso superior completo, curso superior incompleto, ensino médio completo e ensino médio incompleto.

Sendo dessas 33,3% superior incompleto, 33,3% superior completo, 30% médio completo e 3,3% médio incompleto.

Dessas pessoas 90% disseram que acompanham as notícias pela TV e apenas 6,6% não acompanham.

Analisando as respostas também constatamos a frequência com que os entrevistados assistem a TV, sendo 53,3% disserem assistir todos os dias e 40% disseram assistir às vezes ou raramente.

De todos os entrevistados 70% disseram lembrar-se do caso e terem acompanhado pela TV, apenas 10% também procuraram alguma notícia sobre o sequestro na internet, 6,6% procuraram se informar por jornais impresso, 6,6% se mantiveram informados utilizando todos os meios de comunicação citados (TV, internet e jornais impressos) e apenas 6,6% não se lembravam do caso.

Na questão 6 perguntados qual matéria chamou mais atenção e por que? 16,6% dos entrevistados responderam achar a primeira matéria mais atraente sendo esta a da rede Record, a segunda matéria da rede Globo ficou com 33,6% das respostas e a matéria da Rede Tv com 43,3%.

Na questão 7 a pergunta era sobre a matéria mais invasiva, a primeira matéria ficou com 36,6% das respostas, a segunda com 0% e a terceira com 56,6%.

A grande maioria nessa questão concordou que a Rede TV foi invasiva, ultrapassando os limites, quando o repórter conversa com o seqüestrador pelo telefone.

A questão 8 se referia à matéria mais informativa e houve unanimidade na resposta, 100% dos entrevistados escolheram a matéria apresentada pela Rede Globo, no programa do Fantástico, alegando que foi a menos sensacionalista e que dava mais informações precisas sobre o caso.

A questão 9 procura saber se a TV influencia na total opinião do telespectador e o resultado com os entrevistados foi, 33,3% disseram que sim, a TV influencia sua opinião sobre os acontecimentos, 46,6% disseram que não, sua opinião não é influenciada pela TV, e 16,6% disseram que essa questão dependia de outros fatores.

A questão de número 10 queria saber se o telespectador acredita fielmente no que veem na TV, 10% dos entrevistados disseram que sim, 63,3% disseram não acreditar e 23,3% acreditam que depende de outros fatores.

A pergunta final questionava o entrevistado sobre o desfecho do caso Eloá, se a cobertura jornalística influenciou ou não no final do caso, que levou a morte da garota, 76,6% dos entrevistados responderam que sim, influenciaram sim no desfecho e 20% acreditam que os jornalistas não tiveram culpa do trágico final.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A televisão é o veículo de comunicação mais presente dentro dos lares e da vida das pessoas, ela tem o poder de entreter e informar de uma só vez. Apenas com um toque você tem a disponibilidade de ter o mundo todo a sua frente e esse é o grande chamariz que torna esse aparelho um dos mais importantes meios de comunicação mundial, desde seu surgimento.

Com essa pesquisa percebemos de forma clara o quão imponente e persuasiva é a programação apresentada por diversos canais e o que elas despertam nos telespectadores. Um misto de sentimentos e opiniões diversas que se opõem ou apenas concordam convictamente com tudo que lhes é passado.

O principal meio de informação desse veículo, são os telejornais e programas de notícias diários, são neles que a população se embasa para ter um posicionamento a cerca de todas as coisas que acontecem.

A problemática principal disso, é que alguns desses programas distorcem ou chamam a atenção para aquilo que não faz referencia ao bom jornalismo ou não possuem nada de conteúdo de interesse que possa acrescentar ao público telespectador.

É caracterizado como sensacionalista esse tipo de trabalho jornalístico, eles procuram comover a população e para isso utiliza-se de artifícios antiéticos, como o sofrimento alheio.

As equipes de reportagem ao invés de apurar fatos e produzir matérias de acordo com a realidade, buscam dramatizar cada vez mais o caso, captando e colocando no ar cenas fortes, para impressionar o telespectador.

Esse por sua vez assiste a tudo e tenta relacionar a realidade, tendo como certo o que vê, formando sua opinião embasada nesses telejornais, que prezam mais pela audiência do que pelo seu público alvo.

O caso da Escola Base e o Caso Eloá, são grandes exemplos de como uma equipe de jornalismo televisivo pode acarretar sérios problemas para famílias envolvidas no ocorrido.

Nesses dois casos polícias os jornalistas se dispuseram a trabalhar de forma que pareciam estar cobrindo um *reality show*, procurando fontes e mais fontes, imagens e mais imagens sem ao menos ter uma confirmação de dados ou se podiam confiar em suas fontes.

Contudo a realização desse trabalho acrescentou e muito tanto de forma acadêmica como na nossa formação humanitária de futuras jornalistas, aperfeiçoando nossa visão crítica sobre nosso trabalho de jornalista e telespectadoras.

O trabalho foi encerrado com êxito, pois alcançamos nosso objetivo com a pesquisa aplicada e com o referencial bibliográfico.

REFERÊNCIAS

- ANNI, Octavio. **A era do globalismo**. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1996.
- BRITTOS, Valério Cruz. A televisão no Brasil hoje: a multiplicidade da oferta. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 21., Londrina, 1998. **Anais eletrônicos...** Londrina: [S.l.], 1998. Disponível em: <WWW.portcom.intercom.org.br/pesquisaDetalhe.php?option=trabalho&id=45589> Acesso em : 22 out.2012
- BARBEIRO.H; LIMA.R.P, **Manual de telejornalismo**. São Paulo: Campus, 2002.
- BARBEIRO, Heródoto. **Você na telinha, como usar a mídia a seu favor**. São Paulo, Futura, 2002.
- CAMPOS,T.C.G, **A TV nos tornou mais humanos?**. Pernanbuco: Universidade Estadual de Pernanbuco, 1970.
- CHAUÍ, Marilena. Convite à filosofia. São Paulo, Ática, 2005.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- IANNI, Octavio. **A era do globalismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- KARAM, Francisco José, **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo, Summus, 1997.
- KUCISNKI, Bernardo, **A síndrome da antena parabólica, ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Fundação Perseu Abrano, 1998.
- LIMA, Paulo. As faces da mesma moeda. **Observatório de Imprensa**, 2009. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimpresa.com.br/artigos.asp?cod=296DAC001>>. Acesso em: 18 out. 2012.
- MARCONDES FILHO, C. A duas fases da televisão. In:_____. **Televisão**. São Paulo: Scipione, 1994. p. 27-36.

MENDONÇA, Kleber. **A punição pela audiência: um estudo do Linha Direta**. Rio de Janeiro: Quartet, 2002.

PATERNOSTRO, Iris. V. **O texto na TV manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

PRIOLLI, Gabriel. **O campeão de audiência**. São Paulo: Best Seller, 1991.

REZENDE, G. J. de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

RIBEIRO, Alex. **Caso Escola Base, Os abusos da imprensa**. São Paulo: Ática, 2001.

SAMPAIO, Tede. **Jornalismo e ética na cobertura de sequestros: deslizes éticos cometidos na cobertura do caso Eloá**. São Paulo, 2009.

SÁ, Antonio L. de. **Ética profissional**. São Paulo: Atlas S.A., 2001.

STYCER, Mauricio. Sônia Abrão vira personagem do julgamento e crítica defesa de Lindember. **Uol**, 2012. Disponível em: < <http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2012/02/13/sonia-abrao-vira-personagem-do-julgamento-e-critica-defesa-de-lindemberg.htm>> Acesso em: 29 out. 2012.

SILVA, Ana.M.P. A mídia e o sequestro de Santo André. **Observatório de Imprensa**, 2008. Disponível em:<<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a-midia-e-o-sequestro-de-santo-andre>> Acesso em: 18 out. 2012.

SOUZA, Cinthia.C. **Novos olhares: A importância da imagem na narrativa jornalística**. Bauru, 2010.

VALENTE, Jonas. Audiência na câmara avalia cobertura do caso Eloá pelas TVs. **Observatório do direito à comunicação**, 2008. Disponível em:<http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=4304> Acesso em: 28 out.2012.

VEJA A repercussão do sequestro da menina Eloá na imprensa internacional. **Folha Online**, 2008. Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u457923.shtml>> Acesso em: 29 set. 2012.

VIERA, Dêlcio S. **Como fazer uma monografia**. São Paulo: Livraria Martins Fontes, 1991.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 1999.

WHITE, Ted. **Jornalismo Eletrônico, redação, reportagem e produção**. São Paulo: Editora Roca Ltda, 2009

HISTÓRIA da Televisão no Brasil. **Tudo sobre TV**, 2010. Disponível em:
<<http://www.tudosobretv.com.br/histortv/historbr.htm>>. Acesso em: 18 out. 2012.

YORKE, Ivor. **Telejornalismo**. São Paulo, Roca, 2006.

YORKE, Ivor, **Jornalismo diante das câmeras**. São Paulo, Summus, 1998.

ANEXO**QUESTIONÁRIO :**

IDADE: _____ PROFISSÃO: _____

1) Sexo: M () F ()**2) ESCOLARIDADE:**

- a) () Ensino fundamental completo
- b) () Ensino fundamental incompleto
- c) () Ensino médio completo
- d) () Ensino médio incompleto
- e) () Ensino superior completo
- f) () Ensino superior incompleto

3) Você acompanha as notícias pela Televisão ? () Sim () Não**4) Com que frequência você assiste a TV?**

5) Você se recorda do Caso Eloá de 2008 ? Por onde você viu a notícia primeiro?

6) Qual das três reportagens chamou mais a sua atenção?

- a) () Opção 1
- b) () Opção 2
- c) () Opção 3

Por quê? _____

7) Qual das três matérias você achou que foi mais invasiva?

a) () Opção 1

b) () Opção 2

c) () Opção 3

Por quê? _____

8) Quanto ao gênero das matérias, qual você acha que foi mais informativa do que opinativa?

a) () Opção 1

b) () Opção 2

c) () Opção 3

Por quê? _____

9) Você acha que o que é noticiado na TV influencia na sua total opinião?

10) Você acredita fielmente no que vê na TV ou seu senso crítico te faz buscar por mais informações?

11) Você acredita que a cobertura jornalística no caso Eloá influenciou no desfecho do caso?

International Herald Tribune
Adolescente brasileira atingida por tiro de ex-namorado está em coma

Reprodução

The screenshot shows the top portion of a news article on the International Herald Tribune website. The page header includes the newspaper's name, 'News & Features', and a navigation menu with categories like Business, Culture, Sports, and Opinion. The article title is 'Brazilian teen allegedly shot by ex in coma'. Below the title, it states the source as 'The Associated Press' and the publication date as 'October 13, 2009'. The main text begins with 'SAO PAULO, Brazil: A 15-year-old Brazilian teen is in an irreversible coma a day after being shot in the head — allegedly by a disgruntled ex-boyfriend who police say held her and a friend captive for four days.' A sub-headline reads 'Grace Mary Lida is a neurosurgeon at Santo Andre Medical Center in Sao Paulo. She says Eloa Pimental is close to being declared brain-dead.' On the right side of the text, there are social media sharing options: Email Article, Print Article, Print-Friendly, 3-Column Format, Translate, and Share Article.

INTERNATIONAL
Herald Tribune News & Features
THE GLOBAL EDITION OF THE NEW YORK TIMES

ihf.com Business Culture Sports Opinion
AMERICAS EUROPE ASIA/PACIFIC AFRICA/MIDDLE EAST TECHNOLOGY STYLE HEALTH
TRAVEL PROPERTIES BLOGS DISCUSSIONS SPECIAL REPORTS AUDIO NEWS

Brazilian teen allegedly shot by ex in coma

The Associated Press Published: October 13, 2009

SAO PAULO, Brazil: A 15-year-old Brazilian teen is in an irreversible coma a day after being shot in the head — allegedly by a disgruntled ex-boyfriend who police say held her and a friend captive for four days.

Grace Mary Lida is a neurosurgeon at Santo Andre Medical Center in Sao Paulo. She says Eloa Pimental is close to being declared brain-dead.

- Email Article
- Print Article
- Print-Friendly
- 3-Column Format
- Translate
- Share Article