

Tvs públicas & tvs privadas: ética e ideologia no controle dos meios de comunicação social

RESUMO

Esta pesquisa enfocou as televisões públicas e privadas analisando questões de ética e ideologia dos meios de comunicação nas emissoras locais: RBS-TV, TV Bandeirantes e TVE. O trabalho objetivou detectar as estratégias utilizadas pelos veículos no sentido de estarem ou não alinhados aos "governos do dia", interpretando os discursos do conteúdo editorial dos principais telejornais, veiculados no período compreendido entre cinco de agosto e três de outubro do ano de 2000, época do primeiro turno das eleições municipais em todo o país.

ABSTRACT

This research deals with public and private televisions analyzing questions about ethics and ideology with respect to local (RS) broadcasting televisions: RBS-TV, TV Bandeirantes and the TVE. The research detected the strategies used by broadcasting televisions, in terms of to be or not to be lined up with "the governments that are in the power at the moment", by interpreting the editorial discourses of those local networks, propagated between August 5th and October 3rd of year 2000, when the first turn of municipal elections were taking place in Brazil.

PALAVRAS-CHAVE (KEY WORDS)

- Televisão (*Television*)
- Ideologia (*Ideology*)
- Eleições municipais (*Municipal elections*)

Cristiane Finger

Profa. Dra. da FAMECOS / PUCRS

Quatro anos depois ...

"NA TELEVISÃO BRASILEIRA, apesar dos pressupostos éticos, os profissionais e a técnica jornalística estão a serviço dos interesses ideológicos de quem controla as emissoras, causando prejuízos no conteúdo editorial dos telejornais."

Outubro de 2004. As eleições municipais chegam ao segundo turno nos municípios brasileiros com mais de duzentos mil habitantes. Em Porto Alegre o segundo turno deixa o clima de campanha mais acirrado. Depois de dezesseis anos no comando da administração municipal, a Frente Popular vai enfrentar uma espécie de "frentão". O candidato de oposição, com o apoio dos demais candidatos derrotado no primeiro turno, tem a preferência do eleitorado, segundo as pesquisas de intenção de voto. A legislação eleitoral rigorosa impede que os debates sejam produtivos, as entrevistas com os candidatos precisam seguir uma série de regras. Mas a cobertura jornalística, apesar das restrições, segue o perfil editorial de cada emissora.

Passados quatro anos da defesa da tese: "TVS PÚBLICAS & TVS PRIVADAS: ÉTICA E IDEOLOGIA NO CONTROLE DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL", nada mudou nos programas jornalísticos analisados em 2000. Entra governo, sai governo e a TVE RS sofre com o atrelamento político à administração estadual.

Nas emissoras comerciais, os interesses políticos e econômicos ficam mais difusos, mas ainda estão presentes nas linhas editoriais dos programas jornalísticos...

E as questões se repetem...

A televisão brasileira passa pela terceira grande mudança tecnológica, o que certamente vai ter reflexos na sua programação e nos hábitos do receptor. No Brasil o veículo chegou na década de 50 e a primeira grande mudança aconteceu com o advento do videoteipe; a segunda foi a chegada da imagem em cores. Atualmente a fase é de consolidação do sistema de televisão paga e a premente mudança para o sistema digital. Em meio a propostas de conteúdos locais e segmentados por um lado e globalizados por outro, ficam as indagações: Ainda há espaço para a TV educativa dentro deste mercado cada vez mais competitivo da TV comercial? Qual seria mesmo a melhor definição para as TVs chamadas educativas? Elas são estatais ou públicas? As TVs de caráter privado estão cumprindo com o seu papel social, uma vez que são exploradas por meio de concessões outorgadas pelo Governo? De que forma as TVs educativas podem contribuir, através da concorrência com as TVs privadas, para qualificar o conteúdo da programação destas últimas?

No caso das TVs educativas, a diferença de definição, que a princípio poderia parecer um preciosismo lingüístico, traz em si vocações literalmente opostas. De acordo com Leal Filho (1997:47): *Se estatal, o canal de TV ficaria a serviço dos 'governos do dia'; se pública, estaria voltada a prestação de serviço da comunidade em geral, com a observância da liberdade editorial.*

Por outro lado, as TVs comerciais, também devem ser alvo de reflexão, pois apesar de exploradas pelas empresas privadas, são concessões outorgadas pelo governo, mas que em última análise pertencem a toda a sociedade. A mudança de enfoque, significaria dizer que como um negócio, tem fins lucrativos. Mas não é qualquer ne-

gócio, é uma prestação de serviço que deve conquistar a audiência e a publicidade sem esquecer os princípios de informar, educar e proporcionar entretenimento do mais alto nível.

O artigo 3º do Código de Ética da Radiodifusão Brasileira, aprovado pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, em 8 de julho de 1993 diz:

Somente o regime da livre iniciativa e concorrência, sustentado pela publicidade comercial, pode fornecer as condições de liberdade e independência necessárias ao florescimento dos órgãos de opinião e conseqüentemente, da radiodifusão. A radiodifusão estatal é aceita na medida em que seja exclusivamente cultural, educativa e didática, sem publicidade comercial (André, 1994:32).

Obviamente, o texto aprovado pela ABERT demonstra a preocupação dos empresários de comunicação em não ter mais um concorrente na busca de recursos publicitários. Por outro lado, de onde devem vir os recursos para a manutenção das TVs educativas? Nos modelos atuais, com algumas raras exceções, são os orçamentos dos governos que sustentam as estruturas funcionais, administrativas e técnicas destas televisões e, portanto, a liberdade editorial fica, em princípio, comprometida.

Dentro do conteúdo da programação de qualquer emissora de televisão, seja estatal ou privada, o telejornalismo é freqüentemente utilizado como porta-voz da opinião daquele grupo que controla a emissora. O Código de Ética do Jornalismo, aprovado em 29 de setembro de 1985 pelo Congresso Nacional dos Jornalistas fixa, entre outras, as seguintes normas:

Artigo 1º - O acesso à informação pública é um direito inerente à condição de vida em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum tipo de interesse. Artigo 2º - A divulgação da

informação precisa e correta é dever dos meios de comunicação pública independente da natureza de sua propriedade. (...) Artigo 5º - A obstrução direta ou indireta à livre divulgação da informação e a aplicação de censura e autocensura são um delito contra a sociedade (André, 1994:26).

Neste contexto, é dentro dos Departamentos de Jornalismo das emissoras de televisão que acontecem mais freqüentemente tais conflitos.

No caso específico da Fundação Piratini - Rádio e TV Educativa, do Rio Grande do Sul, a alternância das correntes partidárias, dos últimos governos, deixou junto ao quadro funcional de carreira a sensação de que não importa a tendência ideológica; as estratégias utilizadas para dar suporte as ações do Executivo são na essência muito semelhantes. E mais, o trabalho dos servidores, no sentido de cumprir com o propósito de oferecer ao público uma programação de qualidade e isenta, fica prejudicado a cada troca.

As emissoras de caráter privado no Rio Grande do Sul também enfrentam vários problemas. O primeiro deles está na composição do sistema de rede nacional. As afiliadas e filiadas não possuem espaço para programações locais. A segunda dificuldade, em maior ou menor grau, está na falta de estrutura, já que elas são financiadas pelo mercado publicitário, restrito a região. E, ainda, mesmo no âmbito comercial, acabam por adotar também uma determinada linha de atuação, defendendo os interesses econômicos através de tendências ideológicas, o que mais uma vez dificulta o trabalho dos funcionários, principalmente dos jornalistas.

Dentro desta realidade, a proposta da pesquisa estava em analisar o conteúdo dos programas jornalísticos da TV Educativa, RBS-TV e TV Bandeirantes, utilizados muitas vezes, para combater ou legitimar os discursos de Governo.

Trajectoria metodológica

Para a análise do papel da comunicação, em especial da televisão, em nossa sociedade, Guareschi (2000) propõe discutir as implicações ideológicas e éticas da *praxis* neste veículo. Conceitos estes bastantes complexos, que devem ser avaliados, primeiro particularmente, e só depois de forma inter-relacionada.

Mas, desde já, é possível estabelecer que os preceitos éticos podem despertar o senso crítico, ou até mesmo ser um anteparo para os profissionais da informação, que tratam, no dia-a-dia, com as formas simbólicas produzidas nos veículos de comunicação. De forma que a ideologia, no conceito adotado por Thompson (1999), sendo uma relação assimétrica de poder, seja detectada na produção das notícias e, na medida do possível, combatida.

Ética

A ética pode ser definida como a prática moral, uma preocupação permanente de todo cidadão consigo mesmo, no relacionamento com seus semelhantes e na sua atuação em instituições públicas e privadas. Para muitos pesquisadores não existem normas específicas aplicadas a pessoas ou organizações, mas apenas a ética do ser humano.

Sem discordar de tal fundamento, Gonzales (*apud* André, 1994) afirma que a existência de códigos aplicáveis a determinadas categorias é válida para estabelecer diretrizes de comportamento, em áreas especializadas. A Comunicação Social, no Brasil e no mundo, tem se caracterizado por uma pluralidade de códigos de ética, pouco estudados, analisados e usados na prática. Talvez, por isso mesmo, a crise ética no relacionamento entre profissionais, empresas e receptores tenha crescido de forma proporcional ao desenvolvimento tecnológico das comunicações.

Para Guareschi (2000), podem ser identificados dois "paradigmas" principais que fundamentariam as exigências éticas, ou valores éticos. O primeiro da "lei natu-

ral”; o segundo é o da “lei positiva”. No primeiro caso a “natureza” é o grande referencial, capaz de estruturar uma ética que governe todos os povos e em todas as épocas. Essa tradição divide-se em duas vertentes: uma pré-moderna, religiosa, baseada em Tomás de Aquino, centrada na idéia de Deus; outra inspirada nos escritos de John Locke, que, sem negar a origem divina, investe na defesa dos “direitos humanos”. O paradigma da lei positiva surge em reação ao da lei natural. O critério ético passa ser o que foi escrito e promulgado após diversas instâncias de discussão. Mas a maioria dos códigos deontológicos, criados pelas próprias associações profissionais e empresariais da comunicação, ficaram reduzidos a meras recomendações de boa vontade, que podem ser facilmente violadas.

Por isso o autor propõe um terceiro caminho: a ética como instância crítica. Sendo assim, ela não pode ser considerada como algo pronto, acabado, mas sempre por fazer. Seria uma busca interminável de crescimento e transformação. De acordo com Dos Anjos: *Instância crítica e propositiva sobre o dever ser das relações humanas em vista de nossa plena realização como seres humanos* (apud Nunes, 1998:16).

Blázquez afirma que os problemas éticos na televisão começam por sua vocação em reunir: informação, educação, divertimento, exercício de poder, comércio, propaganda, tecnologia e a arte. E ainda: ... *a televisão afeta a intimidade do lar e a inocência das crianças mais diretamente do que qualquer outro meio de comunicação social* (1999:489).

Descrição do objeto: pré-análise

Para efeito de análise do objeto, foram gravados os telejornais da segunda quinzena de agosto (15/08/00) à primeira quinzena de outubro do ano de 2000 (12/10/00), o período escolhido corresponde à campanha do primeiro turno das eleições municipais, em todo o país.

Em Porto Alegre, o primeiro turno foi disputado por onze candidatos. No segun-

do turno houve uma recolocação de forças, com novas coligações. Ainda, é importante lembrar que o partido do candidato Tarso Genro (PT) comandava o município há três legislaturas e na eleição imediatamente anterior, para o governo do estado, havia vencido pela primeira vez. Assim, críticas ou elogios a administrações municipais passadas, ou mesmo a algumas questões da administração estadual, poderiam ter reflexo na escolha do eleitor.

Os noticiosos *Bandcidade* e *RBS Notícias* possuem seis edições semanais, de segunda a sábado, por volta das 19h; enquanto o *Journal da TVE* tem cinco edições de segunda a sexta, às 21h30min. Fez-se então necessário mais um recorte no objeto, selecionando apenas as edições correspondentes aos seguintes dias da semana, escolhidos aleatoriamente: terça e quinta-feira. No total foram avaliadas 18 edições de cada telejornal, o que resultou num *corpus* de 54 edições (11 fitas VHS, com duas horas de duração cada uma).

Numa primeira avaliação do material gravado e “decupado” foi possível estabelecer algumas categorias emergentes do conteúdo temático das notícias veiculadas em todos eles. São elas: *eleições* (informações para os eleitores); *políticas* (candidatos e partidos); *administrativas de governo* (estadual e municipal); *segurança*; *saúde/educação*; *infra-estrutura* (água, esgoto, luz); *lazer/eventos/cultura* (cultura, eventos, parques, praças entre outros). É preciso salientar que as notícias nem sempre tratam de um único assunto, por isso foram levadas em consideração às temáticas predominantes de cada uma delas.

A categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamentos segundo gêneros (analogia), com critérios previamente definidos (Bardin, 1997:117).

Em primeiro lugar, as notícias foram reagrupadas nas categorias acima citadas, depois analisadas individualmente,

conferindo o conteúdo favorável ou desfavorável, relacionando-os com a disputa eleitoral, em cada jornal. Tentando estabelecer de forma geral um perfil editorial dos noticiosos, com tendências a favor ou contra a então administração municipal e do governo do estado que é do mesmo partido (coligação). No comparativo do dia-a-dia dos telejornais, a simples inclusão ou exclusão de algum tema pode ser avaliada como uma ou mais operações gerais da ideologia, descritas anteriormente por Thompson:

A abordagem quantitativa funda-se na frequência de aparição de certos elementos da mensagem. A abordagem não quantitativa, recorre a indicadores não-freqüenciais susceptíveis de permitir inferências; por exemplo, a presença (ou a ausência), pode constituir um índice tanto (ou mais) frutífero que a frequência de aparição (1999:114).

Para esta análise foram criados os seguintes critérios de avaliação das notícias:

1. a operação ideológica é evidente e favorável = "F";
2. a operação ideológica é evidente e desfavorável = "D";
3. a operação ideológica não é evidente = "X".

Posteriormente, algumas notícias, as mais relevantes, foram "degravadas" e analisadas minuciosamente, estabelecendo novamente uma relação entre o discurso e as operações gerais da ideologia, de acordo com Thompson (1999). Lembrando que são elas: *legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação*.

Tratamento dos resultados: interpretação/reinterpretação

Este, que é o último campo da aplicação da Hermenêutica de Profundidade, se constrói

a partir da análise do discurso e também sócio histórica, mas tem um caráter transcendente. É possível projetar um significado, que pode divergir daquele construído pelos sujeitos que constituem o mundo histórico, o que gera conflito.

Desta forma, é possível dizer que o conteúdo das edições avaliadas apresenta uma linha editorial em pleno acordo com as situações espaço-temporais, com as estruturas sociais, campos de interação e instituições sociais, anteriormente descritas.

Ao longo da análise de dados fica evidente que a pauta dos telejornais, pouco muda, a diferença está no espaço destinado aos assuntos do dia-a-dia. Porém, mesmo quando os fatos cobertos pelos telejornais são os mesmos, nos mesmos lugares, no mesmo horário, com as mesmas fontes, o resultado pode ser bem diferente.

A questão "tempo", sempre alegada pelos profissionais de televisão como um fator impeditivo para o equilíbrio, isenção e contextualização da notícia não foi fator determinante para evitar as operações ideológicas. Reportagens maiores apresentaram operações ideológicas tanto quanto as reportagens menores sobre os mesmos assuntos.

Apesar dos inúmeros contratemplos envolvidos na produção da notícia, apesar das diferenças de estrutura de equipamentos e pessoal, apesar das visões particulares de cada profissional, o conteúdo das matérias dificilmente diverge do restante do jornal. E quando isso acontece, parece mais o resultado de uma visão particular do repórter sobre o fato, do que uma mudança de ótica da linha editorial. Seria a exceção que confirma a regra?

Tanto quantitativamente, mesmo que o objeto de análise seja a fotografia de um momento, quanto qualitativamente, nos três exemplos analisados sob as categorias de Thompson; o resultado é o mesmo. No primeiro telejornal, *RBS Notícias*, os mais variados fatos resultam em uma crítica **desfavorável** as administrações estadual e municipal. No segundo telejornal, *Bandcidade*, as operações ideológicas são mais flutuantes

tes, às vezes **desfavoráveis** em outras **favoráveis**, mas na maioria das vezes equilibrada. Já no terceiro caso, o *Jornal da TVE*, a maioria dos fatos resulta em uma operação ideológica **favorável**, em relação às mesmas administrações.

É também interessante ressaltar que estas operações ideológicas são subliminares, na medida em que acontecem onde não seriam esperadas. Nas categorias *Eleição* e *Política* os registros são bem menores do que nas demais. A estratégia está em fazer crítica desfavorável ou favorável através de assuntos que num primeiro momento seriam considerados apenas informativos: *Administrativas, Segurança, Lazer/Eventos/Cultura*.

Outro aspecto, observado durante a análise do material gravado, é que as regras mais simples das rotinas do telejornalismo, não são capazes de evitar as operações ideológicas. Não basta ouvir vários lados de uma questão, é preciso realmente divulgar os argumentos das fontes de forma compreensível, equilibrada. E mais, o espaço dado a estas fontes não necessariamente precisa ser o mesmo, para manter este equilíbrio. Na verdade, as pessoas precisam de tempos diferentes para se articular com desenvoltura.

Quanto maiores as adjetivações, figuras de linguagem e metáforas em um texto jornalístico, maior é também o espaço para a ocorrência de operações ideológicas, sejam favoráveis ou desfavoráveis, mas mesmo uma reportagem que se limita a dados oficiais pode estabelecer um sentido diferente através da *racionalização ou dissimulação*.

A *reificação* foi o modo de operação ideológica mais encontrado, nestas edições, através da estratégia de *nominalização/passivização*. Apagar as marcas dos sujeitos nas ações parece ser a forma mais fácil de transformar uma situação transitória, histórica, em uma situação permanente, natural, atemporal.

Deste modo, as categorias emergentes e eleitas para a análise, interpretação e rein-

terpretação foram confirmadas ao longo do trabalho e se mostraram pertinentes tanto para a técnica da análise de conteúdo (Bardin, 1997), como para o estudo amparado na Hermenêutica de Profundidade (Thompson, 1999).

Para Thompson, as construções de formas simbólicas complexas apresentam uma estrutura articulada. São produtos de ações que estão baseadas em regras, recursos disponíveis ao produtor; mas elas são também algo mais, expressam algo, têm por objetivo dizer alguma coisa sobre algo, são também pré-interpretadas.

Por fim, é importante ressaltar que o processo de interpretação pode procurar explicar as conexões entre mensagens particulares, que são produzidas em determinadas circunstâncias, mas é preciso considerar também as relações sociais dentro das quais as mensagens são recebidas e compreendidas pelas pessoas, no decurso de suas vidas cotidianas.

Para isso seria necessário um estudo de recepção, capaz de verificar quanto o telespectador acompanha um determinado telejornal, acredita nele e se deixa influenciar. Se ele assiste no mesmo dia outro, ou outros telejornais, e consegue identificar as diferenças editoriais. Se ele tem acesso a outros veículos de comunicação, informações dos jornais impressos e das rádios.

Parece ser no espaço da recepção, na maneira como as pessoas recebem e se apropriam das mensagens, estando inseridas em contextos sócio-históricos específicos, que a interpretação/reinterpretação acontece. Mas isso não pode ser justificativa para que as informações continuem a ser veiculadas de forma tendenciosa, impunemente.

Assim, os objetivos da pesquisa foram alcançados, pelo menos dentro do recorte do objeto foi possível identificar as estratégias utilizadas pelos veículos, para editorialmente parecerem isentos, mas efetivamente estarem alinhados ou não aos "governos do dia". Mais do que isso, foi também possível verificar que as operações ideológicas, sejam elas favoráveis ou desfa-

voráveis, são freqüentes nos telejornais tanto das emissoras privadas como publicas.

E, ainda, que o conteúdo editorial dos programas fica prejudicado com a “manipulação” das informações, abalando sua credibilidade. E as regras básicas da técnica jornalística, assim como os pressupostos éticos dos profissionais, não são suficientes para impedir a veiculação de reportagens tendenciosas •

Referências

ANDRÉ, Alberto. *Ética e códigos da comunicação social*. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzatto, 1994.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 1997.

BARROS, Porfírio. *Códigos deontológicos de los médios de comunicación*. Madrid, 1984.

BLAZQUEZ, Niceto. *Ética e meios de comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1999.

BUCCI, Eugênio. *Brasil em tempo de TV*. São Paulo: Jinkings, 1996.

_____. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CARNEIRO, Agostinho Dias. *O discurso da mídia*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996.

ESCOBAR, J.C. Mariense. *O novo direito de telecomunicações*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1999.

GUARESCHI, Pedrinho. *Comunicação & controle social*. Petrópolis: Vozes, 1993.

_____. *Os construtores da informação*. Meios de comunicação, ideologia e ética. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

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

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. *Atrás das câmeras. Relações entre cultura, estado e televisão*. São Paulo: Summus, 1988.

_____. *A melhor TV do mundo. O modelo britânico de televisão*. São Paulo: Summus, 1997.

NOVAES, Adauto (org.). *Rede imaginária. Televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, Sec. Mun. Cultura, 1991.

SOUZA, Mauro Wilton de (org.). *Sujeito: o lado oculto do receptor*. São Paulo Brasiliense, 1995.

STEIN, Ernildo. *Aproximações sobre hermenêutica*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1996.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna. Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. *A mídia e a modernidade. Uma teoria social da mídia*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

WOLTON, Dominique. *Elogio ao grande público. Uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1996.