

O NACIONAL E O LOCAL: Um estudo comparativo sobre telejornais no Brasil

THE LOCAL AND THE NATIONAL: A comparative study of broadcasting news in Brasil

Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER¹
Universidade Federal de Goiás | Brasil

Resumo

Este estudo faz uma análise comparativa da cobertura jornalística em seis telejornais, sendo quatro veiculados por emissoras ligadas a Rede Globo de Televisão, e dois de veiculação nacional da mesma Rede. O trabalho se apoia em uma Análise Audiovisual, detendo-se na estrutura do texto, na tematização e no enquadramento, a partir da observação de um tema específico, as filas de candidatos a empregos. O objetivo é entender as relações o telejornalismo da Rede e suas afiliadas e as possíveis intencionalidades políticas na escolha do tema. Os resultados apontam que a Rede possui um modelo estruturado para essa cobertura e utiliza o sensacionalismo para ampliar/reforçar a importância do material veiculado.

Palavras-chave

Telejornalismo; sensacionalismo; Análise Audiovisual; Enquadramentos; Modais.

Abstract

This study undertakes a comparative analysis of journalistic coverage in six different news programs, four of which transmitted by broadcasters connected to the Rede Globo de Televisão network, and the other two being broadcasted nationally by the same network. The paper is founded on an audiovisual analysis, centering on textual structure, thematic and framing, having a specific theme as its foundation- applicant lines for job openings. The objective is to better understand the relationship between the Network and its affiliates' television journalism, and possible political intentions in the choice of theme. The results indicate that the Network has a structured model for such coverage and makes use of sensationalist techniques to expand/reinforce the importance of the material conveyed.

Keywords

Newscasting; Sensationalism; Audiovisual Analysis; Framing; Modals.

RECEBIDO EM 02 DE OUTUBRO DE 2019
ACEITO EM 05 DE AGOSTO DE 2020

¹ Pós doutora em Comunicação pela UFRJ e UFPE; Doutora e Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo; Bacharel em Jornalismo e pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) – Linha Mídia e Cidadania – e do Curso de Jornalismo da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG). Contato: anacarolina.temer@gmail.com



Introdução

A palavra crise é uma antiga conhecida dos brasileiros. Muito provavelmente, o sentimento também. Em que pese cada uma das diversas crises ter origens e conseqüências diferentes, a máxima do jornalismo que afirma que “más notícias são boas notícias” torna possível inferir que, desde a chegada da televisão, estas crises foram alvo de análises, debates e reportagens veiculadas pelo telejornalismo brasileiro. Evidentemente cada crise foi tratada e reportada pelo telejornalismo de forma específica, em função dos recursos técnicos e das informações disponíveis, mas também do contexto social e político e dos interesses das emissoras.

O histórico da televisão brasileira, desde sua origem como veículo da elite nos anos 1950 até as quedas na audiência do final do século XX e início do século XXI, apontam que matérias jornalísticas sobre *crises* constituem elementos importantes para manter e conquistar telespectadores e para valorizar o telejornalismo como atividade que tem acesso a fontes privilegiadas.

Neste sentido, apesar da possível diversidade das crises e suas coberturas no telejornalismo, é importante entender como elas se desenvolvem e se apossam das agendas/pautas telejornalística, e como o telejornalismo deixa entrever nestas coberturas as relações sócio-econômicas, de interesse e de poder que envolvem as dinâmicas do telejornalismo local e nacional com o Estado(s),

A crise da segunda década do século XXI, e em particular os seus desdobramentos em 2019, destaca-se em função de um aspecto sensível para a audiência, em particular aqueles de baixa renda, que atualmente compõem a maior parte dos receptores das emissoras de televisão de sinal aberto: a questão do emprego, ou melhor, do desemprego.

A empregabilidade é uma preocupação que aflige grande parte dos governos do mundo. Pressionados por tecnologias cada vez mais acessíveis, que em muitas situações substituem ou minimalizam a necessidade de mão de obra humana, por uma curva descendente da economia e por *guerras comerciais*², é difícil vislumbrar caminhos para ampliar as vagas de emprego nos países que, como o Brasil, possuem uma força de trabalho que se distingue pelo número de trabalhadores em potencial e não pela capacitação/especialização desta mão de obra.

No entanto, esse aspecto tem sido apenas insinuado no discurso midiático. Questiona-se, portanto, se o telejornalismo nacional tem tematizado a questão do emprego a partir de vínculos e enquadramentos que sugerem que a superação do problema está diretamente ligada a ações políticas, aí incluída a Reforma Trabalhista. Busca-se as diferenças adotadas sobre esse tema no telejornalismo nacional e no local, se outros tipos de vínculo ou de enquadramentos são explorados, e se são abordando as diferenças regionais que envolvem estes problemas, além de outros aspectos pertinentes ao tema.

A partir desta pergunta de pesquisa, o objetivo deste estudo é uma análise televisual (BECKER, 2012), envolvendo elementos sobre a estrutura e relação da Rede Globo de Televisão com suas afiliadas, tendo como foco o material jornalístico sobre emprego/desemprego veiculadas no telejornalismo da Rede Globo de Televisão. Conforme tabela abaixo foram analisadas nove matérias, veiculadas no primeiro semestre de 2019, exibidas em telejornais nacionais, *Jornal Hoje* e *Jornal Nacional*; nos telejornais NE 1º e 2º edição, veiculado pela Globo Nordeste, emissora com sede em Recife/Pernambuco; e o JA 1º e 2º edição, veiculados pela TV Anhanguera, emissora afiliada a Rede Globo de Televisão, com sede em Goiânia, Goiás. Buscou-se entender a

² Destaca-se neste ponto os conflitos de interesses e taxações recíprocas entre os Estados Unidos e a China e seus efeitos em uma economia globalizada.

tematização da questão do emprego, bem como repercussões cruzadas deste tema nos telejornais citados, e a relação entre o nacional e o local³.

Tabela 1 – Matérias jornalísticas analisadas

TELEJORNAL	RETRANCA	EXIBIÇÃO
Anhanguera 1º Edição	Fila para oportunidades de emprego e cursos dobra esquina em Goiânia.	31/Maio/2019
Anhanguera 2º Edição	Filas em busca de vaga de emprego em hospital de Goiânia dão a volta em quarteirão.	25/Abril/2019
	Moradores de Valparaíso de Goiás acampam em fila para tentar vagas de emprego.	16/Maio/2019
	Oferta de 2 mil vagas de trabalho provoca fila quilométrica em Goiás.	31/Maio/2019
NE 1º Edição	Fila quilométrica é formada para entrega de currículo em shopping de Olinda.	7/Maio/2019
NE 2º edição	Moradores do Cabo de Santo Agostinho dormem em fila por vagas em curso.	2/Maio/2019
Jornal Hoje	Desempregados enfrentam fila por 6 mil vagas de emprego em São Paulo.	26/Março/2019
	Milhares de pessoas enfrentam frio em fila na busca por emprego em Guarulhos.	8/Julho/2019
Jornal Nacional	Mutirão por emprego forma fila gigante no centro de São Paulo.	26/Março/2019

Fonte: Elaborado pela autora

Em termos amplos, busca-se entender como a abordagem do desemprego se torna um modal para formatação de conceitos e percepções

³ As relações entre o telejornalismo local e nacional tiveram como base os estudos desenvolvidos por Temer (2002), mas também no acompanhamento dos trabalhos de pesquisa sobre telejornalismo desenvolvidos no Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás e na Universidade Federal de Pernambuco, particularmente os trabalhos indicados nas referências.

que afetam a compreensão da própria crise, pressionando pela aprovação de reformas como uma proposta subjacente para sua superação.

O local e o nacional: uma brevíssima reflexão

Desde sua estreia, dois dias após a primeira transmissão da televisão no Brasil (MATTOS, 2000) o telejornalismo — ou o jornalismo na e para televisão - é demarcado pelos limites técnicos da televisão, o que, na época, significava produzir com uma baixa capacidade de armazenamento (gravação) de imagens. Dessa forma o telejornalismo, como a maior parte do conteúdo da televisão brasileira, era produzido com poucos recursos e transmitido ao vivo (REIMÃO, 1997). As imagens dos fatos, quando existiam, eram poucas e pouco exploradas.

Nas primeiras décadas o modelo emblemático de telejornalismo era *Repórter Esso*, cuja marca era o suporte de grandes anunciantes. No entanto, antes de dar os primeiros passos para a formação de uma rede, a Emissora Globo do Rio de Janeiro, expôs e explorou cenas de uma grande enchente na cidade. O público local foi seduzido pelo poder das imagens e quando, poucos anos depois, a emissora coloca no ar o *Jornal Nacional*, o telejornal que já surge apoiado em uma estética de valorização das imagens e no suporte tecnológico.

O sucesso do *Jornal Nacional* é fundamental para o sucesso da Rede Globo de Televisão, que chega à década de 1970 com um virtual monopólio da audiência. Mas esse bom desempenho surge em função da proposta de *integração nacional* e da consequente centralização da programação. Com menos recursos econômicos a *cabeça de rede*⁴, as emissoras locais tinham menos condições técnicas (as importações eram dificultadas pelo Governo Militar) e pouco investiam na formação da mão de obra; conseqüentemente, não apresentavam a mesma qualidade técnica. Em pouco tempo as atrações locais somem da grade de programação, substituídos pelas produções

⁴ Expressão utilizada para designar a emissora que comanda ou coordena e é a responsável pela geração de conteúdo de um determinado grupo de emissoras formalmente ligadas a ela.

nacionais. Em geral, apenas o telejornalismo local resiste. Mas mesmo essa sobrevivência é difícil: em termos práticos, o telejornalismo local era mais próximo — e em alguns casos, mais frágil — às forças políticas e econômicas locais, em geral alinhadas ao Governo Militar, e conseqüentemente mais sensíveis aos limites impostos pela censura (TEMER, 1998).

Desta forma, o telejornalismo local passa a ser tratado como um *espaço menor* em uma programação cujo deslumbre técnico ofuscava a concorrência das outras redes. Sua permanência se dá sobretudo em função das possibilidades de uso político pelas elites locais, que vislumbram nos seus conteúdos uma forma de se beneficiar do prestígio da Rede Globo.

Do outro lado desta relação, a Rede Globo de Televisão pressiona as emissoras locais para uma melhoria técnica dos telejornais (TEMER, 1998), nem tanto como forma de melhorar sua qualidade e/ou desempenho, mas em uma percepção ampla de que as notícias das emissoras afiliadas alimentavam e davam prestígio ao noticiário nacional. Desta forma, o modelo de telejornalismo local carecia de identidade e linguagem própria, e seguia como uma imitação *limitada* do modelo nacional. Essa situação vai mudar com o surgimento das novas redes na década de 1980, e a conseqüente chegada de produtos que, tendo formatos similares ao do telejornal, se sobressaem pelo apelo sensacionalista. Esses novos programas utilizam uma linguagem mais popular (ou popularesca) e temáticas ligadas a violência urbana, o que seduz parte dos telespectadores locais, corroendo as audiências consolidadas.

A reação da Rede Globo de Televisão aos novos concorrentes foi configurar o telejornalismo local como uma proposta de *jornalismo comunitário* — ou a versão Globo de Jornalismo Comunitário⁵, que tinha/tem como ponto central reportagens sobre os problemas que atingem os bairros e

⁵ Este conceito é questionado por Peruzzo que coloca a comunicação comunitária no "...âmbito dos vínculos sociais, às estratégias de sustentabilidade, ao processo produtivo e aos conteúdos" (2005, p.76). Ou ainda, o jornalismo que tem como protagonismo principal os cidadãos, com conteúdos que incentivam a mobilização social e à ampliação da cidadania.

comunidades. Na prática isso representou um aumento das matérias sobre a infraestrutura urbana, ou mais exatamente, a falta de infraestrutura urbana nos bairros periféricos, questões referentes ao trânsito e/ou relativos à falta de escolas e mal atendimento na área de saúde, à violência e segurança pública.

O modelo foi implantado em diferentes formas nas diferentes *praças*⁶ — ou seja, diferentes regiões e diferentes realidades. Uma vez que esse telejornalismo sempre foi percebido como um espaço estratégico pelas lideranças locais, essa implantação sofreu pressões e interpretações diversas, e trouxe consigo diferentes níveis de audiência — ou seja, de aceitação popular. Nesse sentido, o trabalho faz uma análise comparativa de como duas emissoras locais — duas *praças* — e como seus respectivos telejornais, interpretam ou se adaptam o modelo de *jornalismo comunitário* imposto pela Rede, adaptando-se ou superando as diferenças regionais.

Enquadramentos, tematização e os modais

Para a análise do corpus selecionado, foi utilizado uma variável do modelo de Análise Televisual proposto por Becker (2012), mantendo o princípio básico da compreensão de que “o papel da mídia é cada vez mais relevante na significação e compreensão do mundo modelado por palavras e imagens” (BECKER, 2012, p. 232) e as dinâmicas combinações dos elementos que constituem o texto audiovisual contribui para uma melhor percepção dos sentidos das notícias (BECKER, 2012, p. 231).

Por reconhecer a variedade de elementos que contribuem para a construção de dos produtos midiáticos audiovisuais, Becker (2012) propõe uma análise em três fases: descrição, análise televisual (estudo quali e quantitativo) e interpretação dos resultados. Esse artigo irá se centrar nos aspectos qualitativos, principalmente os relativos a estrutura do texto (elementos que caracterizam o modo como o produto audiovisual se apresenta), a temática ou tematização (que revela os campos temáticos

⁶ Termo utilizado pelas redes para definir as emissoras que compõem a rede e transmitem os telejornais locais.

privilegiados num determinado produto audiovisual) e quando o enquadramento adotado é episódico, com foco no evento; ou temático, com o relato do contexto no qual se insere o fato.

A expressão tematização é utilizada nos estudos sobre jornalismo para diagnosticar a tendência que os veículos jornalísticos têm de se centrar em determinados temas ou assuntos, que são enfocados com maior frequência, eventualmente de forma repetitiva. Neste sentido, tematizar um tema/assunto é “colocá-lo na ordem do dia da atenção do público” (WOLF, 2003, p.165), salientar sua importância em relação ao fluxo normal da informação. Existem diferentes possibilidades de tematização, entre elas colocar notícias aparentemente não-correlacionadas, mas que acabam conduzindo a uma mesma opinião sobre um determinado assunto. A tematização ocorre por meio da repetição de um mesmo tema ou assunto durante vários dias, ou até mesmo a presença deste tema em diferentes veículos de imprensa.

As tematizações são trabalhadas a partir de assuntos como um bom potencial para impactar a sociedade, mas as rotinas produtivas tendem a *naturalizar* a continuidade desta exposição, criando distorções. Uma vez colocado como *tema*, a superexposição de um assunto tende a aumentar ainda mais sua importância, em um processo contínuo de retroalimentação (é importante porque está no jornal, está no jornal porque é importante), que tendem a obliterar que esse tema está *roubando* espaços de outros materiais. Além disso, a tematização traz consequências para os o trabalho dos produtores/repórteres e editores passam a conhecer e acessar fontes já identificadas e de fácil agendamento o que facilita a elaboração da matéria jornalística e, por extensão, de todo o telejornal.

Uma vez tematizados, a cobertura é submetida a enquadramentos. Traquina (2004), Franciscato e Góes (2012) definem enquadramento a partir de Goffman (1986) que vê no trabalho jornalístico “princípios de organização” compartilhados em um corpo coletivo, que fundamentam a capacidade de dar

sentidos às coisas. (FRANCISCATO E GÓES, 2012, p. 296). Enquadramento, portanto, diz respeito ao direcionamento do olhar, ao ângulo pelo qual a questão é reportada.

O telejornalismo contemporâneo tende a utilizar o enquadramento episódico (que se concentra e nos personagens envolvidos, responsabilizando o governo e sociedade pelo problema apresentado) (FRANCISCATO e GÓES, 2012, p. 296), com recursos sensacionalistas, o que inclui uma ênfase na oralidade e na repetição de palavras, na adoção de associações e redundâncias entre imagens e linguagem verbal, além da simplificação dos fatos e dos contextos nos quais eles se inserem.

Por fim, ao compreender a dinâmica da narrativa é necessário pensar nas suas relações diretas ou indiretas entre assuntos e abordagens. Temas podem ser complementares ou se reforçar mutuamente. Neste último caso, atuam como modais.

O termo modal e o seu plural, modais, são utilizados no urbanismo para a definição de meios de transporte, ou uma logística de transporte, mas essa noção se amplia em outras ciências. Especificamente nas Ciências Sociais, o termo envolve a compreensão de que os conceitos ou expressões não caminham sozinhos, uma vez que remetem a uma aplicabilidade ou uma concepção (uma ideia ou idealização) de realidade. Desta forma, a escolha de um assunto a ser tematizado não é aleatória. Da mesma forma, sua veiculação exige enquadramentos específicos e estratégias que determinam sua permanência. Conseqüentemente, eles se cercam de modais que mesmo sem se referir diretamente ao tema, justificam, apoiam e remetem para a importância da sua inclusão.

Neste sentido, a hipótese adotada neste estudo é que as matérias jornalísticas sobre as filas de emprego atuam como modais que empurram para possibilidade única de leitura, atuando como vetores que eliminam a ambigüidade de uma informação, sem afetar diretamente a objetividade — ou a proposta de objetividade — dessa informação. Os modais se inserem em um processo que conduz ou apoia tematizações e enquadramentos: são matérias

aparentemente pontuais e neutras, mas que se conectam ou reforçam um tema central.

O telejornalismo utiliza modais que conduzem a percepções do espaço real e simbólico — um mundo ou uma sociedade — no qual o telejornal/telejornais está inserido. No caso do telejornalismo local x nacional é esperado alguma convergência ou complementariedade na percepção dos espaços simbólicos nos quais (ou para os quais) o telejornal atua. Os modais produzidos pelos telejornais locais são estratégias para produção de *percepções associadas*, percebidas por meio de uma relação sutil de espelhamentos apresentados com pequenas diferenças, em um jogo de inter-retroações, solidariedade dos fenômenos e obliteração das contradições.

No caso específico deste texto, busca-se apontar o vínculo formado pelo telejornalismo nacional com o local ao colocar como lógico ou inevitável a relação entre a busca de emprego, a crise e as Reforma Trabalhista.

Telejornalismo local e nacional na Rede Globo: interesses e perspectivas

Uma vez que o ponto central da Rede Globo de Televisão é uma programação centralizada a partir da qual é delimitado espaços para a produção local, a Rede usa o termo *Praça TV* como uma denominação genérica para os telejornais *locais*⁷ das emissoras próprias e afiliadas. Na programação atual existem cinco faixas prioritárias de horário do telejornalismo local: *Bom Dia Praça*, exibido de segunda a sexta-feira pela manhã, logo após o *Hora Um da Notícia*, *Bom Dia Sábado*⁸ — exibido aos sábados antes do *É de Casa*; *Radar* — exibido dentro do *Bom Dia Praça* e ao longo da programação em forma de

⁷ O termo local deve ser relativizado, uma vez que algumas afiliadas têm alcance regionais, estadual ou mesmo atingem uma única cidade.

⁸ Telejornal que teve uma ampliação da duração, passando a ser veiculado das 6h às 8h - a partir do dia 21 de janeiro 2010: <https://natelinha.uol.com.br/televisao/2019/01/07/globo-aumenta-duracao-de-seus-telejornais-locais-da-manha--123452.php>

boletins; *Praça TV*— exibido de segunda a sábado em duas edições, uma ao meio-dia e outra no início da noite.

Os telejornais das *praças* ocupam um *fade* (intervalo ou espaço pré-definido) na programação veiculada nacionalmente, e ainda que o *Praça TV* primeira e segunda edição sejam os mais presentes, diferentes afiliadas veiculam diferentes quantidades (e qualidades) dentro das possibilidades apontadas. Os telejornais das *praças* seguem normas específicas, que incluem a elaboração dos cenários, posicionamento dos apresentadores e a própria formatação do material jornalístico.

A manutenção de um padrão é um elemento valorizado pela rede, que investe em ações (cursos, reuniões e acompanhamentos) que afetam as dinâmicas internas do jornalismo — incluindo o acesso à equipamentos e a formação dos profissionais. No entanto, as realidades sociais, econômicas e políticas locais, acarretam interpretações e adaptações diferenciadas.

No conjunto das afiliadas, a TV Globo Nordeste é uma emissora da própria Rede Globo, portanto, diretamente ligada aos interesses da *cabeça de rede*. Fundada em abril de 1972, a emissora operou com pouco prestígio nos primeiros anos (ARAÚJO, 2019) mas atualmente é vista como fundamental para manter uma audiência no Nordeste. Essa percepção se concretiza em investimentos recentes, como a inauguração de uma nova sede em 2018, que atualmente abriga os departamentos de jornalismo. As mudanças incluíram a implantação da tecnologia com fluxo em fibra ótica e a modificação na identidade visual dos telejornais locais, que deixaram de ser NETV passaram a ser denominados NE (respectivamente NE1 e NE2).

Atendendo a uma demanda da Rede, a Globo Recife usa o aplicativo *WhatsApp* como um canal de comunicação entre telejornal e telespectadores, abrindo espaço para denúncias sobre os a precariedade dos serviços públicos e aspectos ligados a vida urbana. O uso deste aplicativo se soma a outras a ações que valorizam a participação do telespectador-usuário como agente no processo de comunicação, em uma estratégia que busca a

conquista/fidelização da audiência, mas tem grande impacto nas rotinas de produção e no conteúdo dos telejornais locais.

Estratégias semelhantes foram adotadas na TV Anhanguera, em Goiânia, mas com resultados bastante decepcionantes em termos de audiência. Segunda emissora inaugurada no estado de Goiás⁹, a TV Anhanguera afaz parte do grupo Jaime Câmara, uma das maiores empresas de comunicação do Centro Oeste¹⁰ (SANTANA, 2013) e foi uma das primeiras afiliadas da Rede Globo e a primeira a transmitir o sinal digital do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), pelo canal 34 UHF, em 4 de agosto de 2008, em uma ação que demandou investimentos em equipamentos e reformulação dos cenários. Mesmo com todos os investimentos, o Telejornalismo local tem sido fonte de constantes quedas de audiência, o que por sua vez tem gerado crises internas.

Na expectativa aumentar esses números foi realizado um processo de quase intervenção, em ações que incluíram a contratação de um diretor indicado pela Rede, visitas de diretores da Globo, e substituição das equipes (LIMA, 2014). O foco maior atualmente é o JA 1^o edição, telejornal sistematicamente superado pelos concorrentes nos índices de audiência¹¹. A crise mais recente ocorreu em maio de 2019 e acarretou em uma redução da produção do material jornalístico e na demissão de cerca de 100 profissionais, mas que também provocou questionamentos sobre a proposta de *jornalismo comunitário* adotada pelas afiliadas.

Em termos comparativos, as duas situações apresentam diferenças: a Globo Nordeste (em função, inclusive, de ser parte da Rede) está inserida nas

⁹ A TV Anhanguera é inaugurada como Canal 2 em 24 de outubro de 1963, data do aniversário de Goiânia, capital de Goiás.

¹⁰ Segundo dados apresentados por Capparelli e Lima (2004), a família Câmara está entre os oito principais grupos do setor de rádio e televisão do país. Entre as emissoras regionais familiares, os Câmara ocupam o segundo lugar com 8 televisões e 13 rádios, atrás apenas da emissora do Rio Grande do Sul, RBS da família Sirotsky (RBS). É a maior de todo o Centro-Oeste.

¹¹ Pesquisas realizadas pelo Ibope confirmaram que em Goiás a TV Anhanguera começou a perder a liderança na audiência há cerca de três anos.

propostas estratégicas de manutenção de audiência da própria Rede; enquanto a TV Anhanguera tem interesses mais relacionados com questões políticas locais. Em comum estão as amarras do modelo da Globo de Jornalismo Comunitário e as limitações de tempo/espço (os fades) impostos pela Rede.

Fatos e enquadramentos (ou, ninguém gosta de fila)

Ainda que esse seja um estudo sobre a relação entre o telejornalismo local e o nacional, a especificidade desta análise — as matérias jornalísticas sobre filas de candidatos a empregos — envolve algumas considerações. Além do acompanhamento sequencial e diário do material dos telejornais citados, foram escolhidas reportagens veiculadas no primeiro semestre de 2019, buscadas a partir das palavras-chave *fila* e *emprego* no site da Rede Globo de Televisão. A escolha ocorreu em função de sua recorrência desse assunto — está presente em todos os telejornais — mas também porque atende a um critério essencial para o telejornalismo: a atualidade. Além disso, o material reúne diferentes possibilidades de enquadramento e de formatação, e possibilita grande impacto imagético: as filas são filmadas do alto ou por meio movimentos de câmara (como panorâmicas ou *travelling*¹²), em sequências que destacam seu gigantismo.

A *fila* é uma personagem, o que exige algumas reflexões: aparentemente, as filas são um símbolo de igualdade e justiça, um recurso *democrático* que possibilita um tipo de igualdade: em princípio, premia os mais ágeis ou esforçados — aqueles que chegaram antes serão os primeiros a serem atendidos - e pune os lentos ou preguiçosos. Portanto, a fila é a possibilidade de cada um pagar com seu tempo o privilégio de receber antes o que foi prometido. Mas estar em uma fila é uma exposição indesejada, uma prova de desprestígio — ricos, famosos e poderosos não ficam em fila. Fila é uma provação e um desconforto ao qual um indivíduo se submete para obter algum

¹² Infere-se que algumas imagens foram captadas por drones, mas não há nenhuma informação textual a esse respeito.

tipo de *benesse* (o acesso a um local, uma informação, etc), um tempo *perdido* que poderia ser utilizado para algo melhor.

Ninguém gosta de ficar em uma fila, mas as filas de emprego apresentadas no telejornalismo são abjetas: é exposição do fracasso e do desespero, castigo cuja única promessa é a uma vaga esperança de emprego. Não por acaso, estes são os aspectos mais explorados nas reportagens analisadas.

Padronizações e perspectivas

A análise da estrutura aponta uma evidente padronização das reportagens, que ordinariamente se inicia com o destaque do número e do tempo de permanência das *pessoas na fila*. A cobertura enfatiza visualmente o gigantismo da fila, e de forma menos destacada, quem oferece, quantas são as vagas e o local da fila. Embora com variações na sequência, há uma obrigatória passagem do repórter — em plano médio ou plano americano (para mostrar a *fila* ao fundo), que destaca os números relativos ao desemprego no país. O modelo é pontuado por textos em *off*, na qual a *fila* tem mais uma vez importante presença imagética. Entrevistas curtas com pessoas *na fila* — em geral uma ou duas frases - são obrigatórias nas reportagens. Mas elas dão pouca voz aos entrevistados, sempre destacando a angústia, ansiedade e o desalento dos entrevistados. O material é pontuado por informações *complementares*, como a escolaridade exigida dos candidatos, quando irá ocorrer a contratação etc.

Considerando aspectos mais específicos, os telejornais praça TV1, veiculados no meio do dia, reúnem o maior número de matérias sobre as filas, e apresentam aspectos diferentes dos telejornais do início da noite — praça TV2 – na cobertura do tema.

Os Praça TV1 tem um tempo total maior, mas isso não se reflete em uma maior variedade: são pobres em variedade de gêneros jornalísticos, com

forte predominância do informativo de caráter factual, e inserções do divisional ligado ao serviço. Outro diferencial deste horário está na significativa presença do *material ao vivo*, distribuído em coberturas externas pobres em informações, mas rica em gracejos e conteúdos emocionais, com eventuais complementações com entrevistas realizadas no estúdio pelos próprios noticiaristas.

Sobre as reportagens externas ao vivo é importante destacar que são artificialmente animadas pelos repórteres que se afastam do tema central e enfocam questões paralelas e — apesar das ações dos produtores e outras tentativas de controle - são surpreendidos por declarações que, não raro, negam a premissa inicial da reportagem. Esse foi o caso da reportagem *Fila para oportunidade de empregos e cursos dobra a esquina em Goiânia*, exibida no dia 31 de maio, no qual a repórter Terciane Fernandes abre a matéria falando que “*está todo mundo com fome na fila*” e cita o *cardápio* das barraquinhas em frente ao local; diz que os cursos não são todos gratuitos (informação citada na cabeça da matéria) e pede desculpas ao entrevistado dizendo que a informação dada por ele está incorreta, pois já falou com as pessoas e sabe que nem todos os cursos são gratuitos.

O esforço da reportagem inclui o uso de um diálogo simulado — a apresentadora pergunta se está todo mundo firme na fila, e a repórter responde *firme e forte; o que vier você está topando; o sol tá rachando na moleira aqui* — em um processo que tende a resultar em repetição de informações e no *esticamento* da matéria. No exemplo citado, o mesmo fato é repetido e reeditado para ser exibido no Jornal Anhanguera 2ª edição (JA 2ª edição, 25 Abril 2019), mas tendo como diferencial uma maior ênfase aos cursos de formação técnicos que serão oferecidos. Na primeira veiculação, portanto, o valor notícia se descola do fato e se vincula à imagem instantânea.

De uma forma geral, no entanto, os Praças TV2 tendem a ser mais sensacionalistas, ou a reeditar matérias já exibidas nos telejornais anteriores. Exibidos no final da tarde/início da noite, estes telejornais destacam com maior frequência aspectos que curiosos ou grotescos, como o fato dos candidatos

levarem cadeiras, barracas, comida ou mesmo cobertor, para enfrentar a provação (JA, 2º Edição, 16 Maio 2019). A fila é apresentada como um fato em andamento, embora consolidado em função do gigantismo, elemento reforçado tanto pelas imagens quanto pelo texto verbal: *um batalhão de desempregados* (Jornal Hoje, 26 Março 2019), *a fila quilométrica* (Jornal Anhanguera 2º Edição, 31 Maio 2019). No que diz respeito ao formato, predomina a reportagem, com inserções de notas simples e cobertas.

No que diz respeito à narrativa, verbos utilizados no passado desestimulam de forma sutil o deslocamento potencial de novos participantes das filas. Não há informações sobre ofertas de emprego futuras, apenas elementos sobre o contínuo desalento das pessoas na fila e sobre a continuidade ou mesmo um possível aumento do número de desempregados.

Embora aponte para uma (quase) roteirização da cobertura, alguns diferenciais devem ser destacados: as primeiras coberturas do ano (matérias veiculadas em janeiro e fevereiro) citavam as filas como *comprovação* do aumento de emprego e a conseqüente recuperação econômica. A partir de março há uma mudança no enfoque, e a fila passa a ser sintoma da falta de emprego. Essa dramaticidade aumenta nos meses seguintes e expressões mais emocionais passam a pontuar os textos.

Há poucos serviços associados, embora as matérias do NE (primeira e segunda edição) destaquem a baixa qualificação profissional de quem está na fila. Já o jornalismo da TV Anhanguera destaca principalmente a área de atuação, e fala sobre cursos de formação profissional. O enquadramento é episódico e sensacionalista: a fila é um drama em si mesmo; e a tematização substitui a continuidade. As reportagens exibidas nacionalmente, mesmo quando produzidas por outras praças, tem um tempo menor (espaço mais curto), o que leva a pensar na possibilidade do material ter sido reeditado.

O valor notícia aparentemente óbvio é o tamanho da fila — *não dá para ver o fim da fila* (Jornal Hoje, 8 Julho 2019) ou *a fila é gigantesca mas só tinha*

emprego para 25 pessoas (JA 2º Edição, 25 Abril 2019) e a abordagem sensacionalista: o sofrimento, sacrifício e desespero daqueles que se submetem a fila — *que topam qualquer coisa, qualquer trabalho, que estão desocupados há meses ou anos*. O material é rico em visualidades: cenas aéreas e/ou panorâmicas, elementos que funcionam como critério de noticiabilidade nos telejornais nacionais, mas há um sutil apelo para o grotesco, o gigantismo da fila é tão sensacional que beira o absurdo.

Interesses cruzados: uma breve conclusão

A questão do emprego sempre foi um problema no Brasil, mas atualmente é um problema no mundo, atuando como pano de fundo para situações que envolvem racismo e a imigração. O aprofundamento deste problema envolve as mudanças geradas pelos processos digitais e se torna-se mais grave no Brasil em função da baixa qualificação da mão de obra. A novidade na cobertura não está no tema, ou nem mesmo no gigantismo da fila, mas sua relação com interesses políticos que tendem se aproximar da reforma trabalhista. Reforçando o enquadramento episódico e sensacionalista, estes aspectos não são citados no material analisado, que trabalham o tema como se fosse uma questão nova, e não o aprofundamento de uma situação antiga.

O termo *fila de emprego*, inserido sempre na cabeça da matéria, acentua a dramaticidade da situação; ainda mais reforçada com o uso da expressão *crise*, presente no conjunto do material. Evidencia-se que a Rede Globo desenvolveu uma estrutura ou modelo para essas narrativas, que é repetido pelas afiliadas, embora não seja possível dizer se ele foi imposto ou adotado organicamente.

Conforme a premissa inicial do trabalho, embora a questão da reforma trabalhista só seja verbalmente citada nas matérias veiculadas no final do semestre, o vínculo com o tema reforça uma percepção cruzada (mas não necessariamente verdadeira) de que a situação somente vai melhorar após a reforma. A própria dinâmica de exposição dos conteúdos, que nas primeiras

matérias se limita a exposição factual das filas e somente nas últimas matérias analisadas cita a reforma trabalhista, aponta essa intencionalidade.

Desta forma, o factual — a *fila gigantesca* que não chegam a lugar nenhum — funciona como um modal para uma mudança apontada como necessária, a prova impactante de que a reforma será *a solução para o problema*, obliterando a percepção dos elementos ideológicos embutidos nessa relação.

No conjunto analisado observa-se que os conteúdos modais são trabalhados a partir de *técnicas de redação e edição* que abusam da linguagem coloquial, do senso comum e do uso estratégico das entrevistas, editadas a partir dos conteúdos emocionais. Uma análise mais ampla aponta, portanto, um telejornalismo que luta para se manter preso ao factual, mas que não se afasta da defesa dos seus interesses.

Referências

- ARAUJO, Luciana Cristina Borges de. **O lugar de referência e a fragilidade das instituições: no caso NE1**. Recife, PPGCOM — UFPE, 2019. Goiânia/UFPA, 2013. Dissertação/Mestrado.
- BECKER, Beatriz. Mídia e Jornalismo como Formas de Conhecimento: Uma Metodologia para Leitura Crítica das Narrativas Audiovisuais. **Matrizes**, São Paulo, ano 5, n. 2 jan./jun. 2012.
- FRANCISCATO, Carlos. Eduardo; GÓES, José Cristian. Contribuições para a Teoria do Enquadramento para Compreender o Sensacionalismo no Jornalismo. **Animus — Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 11, n. 22, 2012.
- JORNAL ANHANGUERA 1º EDIÇÃO. **Fila para oportunidades de emprego e cursos dobra esquina em Goiânia**. 3 min. Exibição em 31 Mai 2019. Acessível em <<https://globoplay.globo.com/v/7658633/>>. Acesso em 12 jun. 2019.
- JORNAL ANHANGUERA 2º EDIÇÃO. **Filas em busca de vaga de emprego em hospital de Goiânia dão a volta em quarteirão**. 26 seg. Exibição em 25 Abr 2019. Disponível em <<https://globoplay.globo.com/v/7569101/>>. Acesso em 12 jun. 2019.
- JORNAL ANHANGUERA 2º EDIÇÃO. **Moradores de Valparaíso de Goiás acampam em fila para tentar vagas de emprego**. 24 seg. Exibição em

16 Mai 2019. Disponível em <<https://globoplay.globo.com/v/7621597/>>. Acesso em 12 jun. 2019.

JORNAL ANHANGUERA. 2º EDIÇÃO. **Oferta de 2 mil vagas de trabalho provoca fila quilométrica em Goiás.** 32seg. Exibição em 31 Mai 2019. Acessível em <<https://globoplay.globo.com/v/7659583/>>. Acesso em 12 jun. 2019.

JORNAL HOJE. **Desempregados enfrentam fila por 6 mil vagas de emprego em SP.** 4 min. Exibição em 26 Mar 2019. Disponível em <<https://globoplay.globo.com/v/7487124/>>. Acesso em 13 mar. 2019.

JORNAL HOJE. **Milhares de pessoas enfrentam frio em fila na busca por emprego em Guarulhos (*SP).** 2 min. Exibição em 8 Jul 2019. Disponível em <<https://globoplay.globo.com/v/7748347/>>. Acesso em 12 jun. 2019.

JORNAL NACIONAL. **Mutirão por emprego forma fila gigante no centro de São Paulo.** 3 min. Exibição em 26 Mar 2019. Acessível em <<https://globoplay.globo.com/v/7488632/>>. Acesso em 12 jun. 2019.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os Elementos do Jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público deve exigir.** São Paulo: Editora Geração, 20083.

LIMA, Fernanda Ribeiro de. **Apanhando duas vezes: aspectos relacionados à cidadania das mulheres vítimas de violência nos telejornais locais.** Goiânia, UFG, 2014.

MATTOS. S. **A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000).** Salvador: Ianamá, 2000.

NE1º EDIÇÃO. **Fila quilométrica é formada para entrega de currículo em shopping de Olinda.** 7 min. Exibição em 7 Mai 2019. Disponível em <<https://globoplay.globo.com/v/7596600/>> Acesso em 12 jun. 2019.

NE 2 edição. **Moradores do Cabo de Santo Agostinho dormem em fila por vagas em curso.** Exibição 2 de maio de 2019; Disponível em <<https://globoplay.globo.com/v/7586308/>>. Acesso em Acesso em 12 jun. 2019.

PERUZZO, Círcia M. Krohling. Mídia Regional e Local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade.** São Bernardo do Campo, SP, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1º sem. 2005.

REIMÃO, Sandra (coord.). **Em instantes: notas sobre a programação da tv brasileira (1965-1995).** São Paulo: Fac. Salesianas/Cabral, 1997.

SANTANA, Bernadete Coelho de Sousa. **Televisão: os temas ligados a saúde e qualidade de vida nos telejornais.** Goiânia, UFG, 2013. (Dissertação/Mestrado).

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **Colhendo notícias, plantando imagens: a reconstrução da história da TV Triângulo a partir da memória dos agentes do seu telejornalismo.** São Bernardo do Campo: UMESP, 1998. (Dissertação/Mestrado).

TEMER. Ana Carolina Rocha Pessoa. **Notícias & Serviços nos telejornais da Rede Globo.** Rio de Janeiro: Sotese, 2002.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. **Flertando com o caos: Comunicação, Telejornalismo e Estado**. Goiânia: FIC / UFG, 2014.
TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Porque as Notícias são como são**. Insular, 2004.
TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas [p. 74 a 90]. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa: Vega, 1999.
WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Presença, 2008.

