

**Jacques A.
Wainberg**

É professor doutor da
Faculdade de Comuni-
cação Social/PUCRS.
Porto Alegre, Brasil.

**O show da vida: a dieta diária
de notícias da tv brasileira**

**The Show of Life: the
Brazilian TV News Diet**

**El show de la vida: la dieta
diaria de noticias en la
televisión brasileña**

RESUMO

Através de análise de conteúdo realizada em 399 notícias veiculadas no Jornal Nacional (TV Globo) e 421 no Jornal da Cultura (TV Cultura), durante quatro semanas alternadas, este estudo descreve as principais características editoriais do telejornalismo dessas duas emissoras. Entre elas estão o interesse em temas como a corrupção, a delinquência, o crime, o terrorismo e os conflitos internacionais. Com base nas evidências é possível afirmar ainda que a tela brasileira é limpa, sem cadáveres e feridos. Em boa medida, é uma crônica policial que visa alertar a audiência principalmente sobre os perigos que ameaçam a convivência social em sua vizinhança mais próxima. O estudo faz parte de um projeto internacional sobre telejornalismo que está em andamento em vários países do mundo.

Palavras-chave

Telejornalismo brasileiro; Jornal Nacional; Jornal da Cultura; análise de conteúdo.

ABSTRACT

A content analysis study of 399 news broadcasted in Jornal Nacional (Globo TV) and 421 in Jornal da Cultura (TV Cultura) during four alternated weeks reveals the main editorial characteristics of the photojournalism adopted by these two TV stations. Among them are topics like corruption, delinquency, crime, terrorism and international conflicts. On the account of the evidences it is possible to say that the Brazilian screen is clean, without corpses and wounded people. In great measure, it is a police report the goal of which is to alert people about the perils that threaten social life in their neighborhoods. This study is part of an international project on TV news in the world that includes researchers of many countries.

Keywords

TV news in Brazil; content analysis; Jornal Nacional; Jornal da Cultura.

RESUMEN

Por medio de un análisis de contenido de 399 noticias vehiculadas en Jornal Nacional de TV Globo y 421 de Jornal da Cultura de TV Cultura durante cuatro semanas alternadas, este estudio describe las principales características editoriales del periodismo televisivo de estas dos emisoras. Entre ellas están el interés en temas como la corrupción, la delincuencia, el crimen, el terrorismo y los conflictos internacionales. Con base en las evidencias es posible afirmar aún, que la tela brasileña es limpia, sin cadáveres y heridos. En buena medida, es una crónica policíaca que visa a alertar la audiencia principalmente sobre os peligros que amenazan la convivencia social en su vecindad más cercana. El estudio es parte de un proyecto internacional sobre periodismo televisivo en desarrollo en varios países del mundo.

Palabras clave

Periodismo televisivo brasileño; Jornal Nacional; Jornal da Cultura; análisis de contenido.

Data de submissão: 7/2007

Data de aceite: 10/2009

Desde 1950, quando a televisão foi introduzida no Brasil, seu alcance aumentou. Em 2007, a transmissão de TV cobria 94,5% de todos os lares brasileiros. Naquele ano essas residências tinham se tornado um mercado publicitário avaliado em mais de 3 bilhões de dólares para os 33 canais brasileiros e suas 1393 retransmissoras.

No entanto, o desenvolvimento da transmissão de TV não significa que a confiança entre os telespectadores brasileiros e a TV (e a imprensa) seja alta. Comparativamente, existem muitos outros países onde este veículo conquistou maior e melhor estima. No caso do Brasil, em 1997, 57,2% da população tinha “alta confiança” e “boa confiança” nessa mídia, uma marca que ficou, no entanto atrás de países como China, Nigéria, Índia, Japão, Arábia Saudita, Venezuela, Indonésia e Zimbábue. Naquele ano, a confiança popular na TV brasileira estava em 10º lugar e na imprensa estava em 8º num grupo de 12 instituições nacionais.

Nove anos mais tarde, em 2006, a confiança do brasileiro na TV diminuiu para 42% do público, distante da marca de 50,9% de confiança mostrada pela opinião pública mundial. Em 2006, entre 12 instituições brasileiras, a TV ocupava o décimo lugar. A TV superava em popularidade apenas o Parlamento e os

partidos políticos no Brasil. De fato, a desconfiança a respeito da TV não é um fenômeno isolado no Brasil. É encontrado em muitos outros países também.

1. A confiança pública na TV. Em %

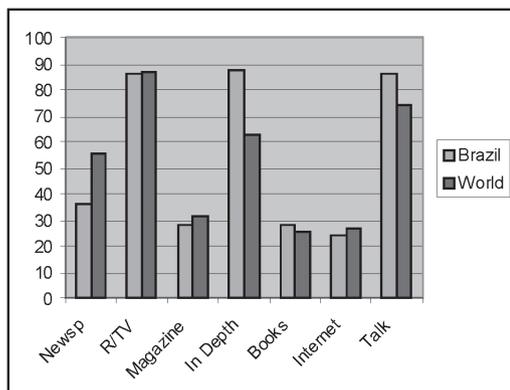
Ano da Pesquisa	2006 %	1997 %	2006 %
País	Mundo*	Brasil	Brasil
Alta confiança	13,1	10,6	4,3
Boa confiança	37,8	46,6	37,7
Total	50,9	57,2	42
Um pouco de confiança	38,1	22,5	36,5
Nenhuma confiança	11	20,2	21,4
Total	49,1	42,7	57,9
Respondentes	58.021	1.146	1.493

Fonte: World Values Survey ¹

Como é possível verificar na tabela na página 214, TV e rádio têm a mesma proeminência para os brasileiros que a conversação com amigos e parentes que lhes servem como fontes de informação. Por outro lado, no mundo, o público está mais exposto que o brasileiro à TV e ao rádio do que à conversação. Estrangeiros leem livros um pouco menos do que brasileiros (uma descoberta surpreendente), mas um pouco mais de revistas. Eles estão menos expostos ao rádio e à TV que os brasileiros, mas um pouco mais à Internet.

1 Amostra formada por respondentes de Andorra, Argentina, Austrália, Brasil, Bulgária, Burkina Faso, Chile, China, Chipre, Egito, Etiópia, Finlândia, Alemanha, Gana, Índia, Indonésia, Itália, Japão, Jordânia, Malásia, Malai, México, Moldávia, Marrocos, Peru, Polônia, Ruanda, Sérvia, Eslovênia, África do Sul, Coreia do Sul, Espanha, Suécia, Suíça, Taiwan, Tailândia, Trinidad Tobago, Turquia, Ucrânia, USA, Vietnã, Zâmbia.

Entre os 42 países incluídos nesta amostra, o Brasil foi o mais exposto à cobertura de profundidade dos eventos transmitidos por TV e rádio. No entanto, numa maioria de 31 deles, o público estava mais exposto ao noticiário usual e regular de TV e rádio. Em 7, suas populações liam um pouco menos de jornal do que no Brasil e em 18, menos revistas e livros. Em 23 nações, as audiências estavam menos expostas à Internet do que no Brasil, e em 29, eles não consideravam seus amigos e parentes como fontes de notícias como no Brasil. Em suma, televisão/rádio é o meio de comunicação preferido no mundo, enquanto no Brasil essa dependência parece ser ainda maior. Ao mesmo tempo, parece que o Brasil tem outra especial característica: a oralidade continua sendo um jeito brasileiro de se envolver com a sociedade e o mundo exterior. Internet está crescendo como meio de comunicação e informação popular, mas o grau de disseminação desta tecnologia mantém-se distante dos indicadores de vários países desenvolvidos.



Fonte de Informação: Brasil e o Mundo. 2005-2008./ Fonte: World Values Survey.²

² World=Mundo; Newsp.=Jornal; R/TV=Rádio e TV; Magazine=Revista; In Depth=Cobertura em profundidade; Books=Livros; Talk=Conversação

2. Fonte de Informação no Mundo. Uma amostra de países. Em % de respondentes

	Jornal Diário	Rádio e Telejornais	Revistas	Cobertura em profun. Rádio e TV	Livros	Internet e e-mail	Conversa com amigos e colegas
	Utilizado na semana passada	Utilizado na semana passada	Utilizado na semana passada	Utilizado na semana passada	Utilizado na semana passada	Utilizado na semana passada	Utilizado na semana passada
1. Alemanha	82	96	46	67	37	27	87
2. Itália	71	95	51	84	36	40	87
3. Espanha	63	91	32	41	25	27	51
4. USA	68	90	44	62	31	69	82
5. Japão	90	98	36	94	27	46	69
6. México	48	89	26	71	33	22	65
7. África do Sul	55	82	34	53	25	14	73
8. Austrália	86	98	57	82	47	54	90
9. Suécia	94	98	60	74	44	71	92
10. Argentina	47	90	23	53	20	21	60
11. Finlândia	89	97	69	71	42	57	90
12. Coreia Sul	74	94	37	67	47	65	73
13. Polônia	56	96	45	82	35	27	88
14. Suíça	91	95	57	74	53	62	94
15. Brasil	36	86	28	87	28	24	86
16. Chile	64	93	27	76	28	34	67
17. Índia	52	61	22	34	22	9	60
18. Slovênia	63	89	50	57	23	35	76
19. Bulgária	63	97	28	56	27	19	72
20. Romênia	51	94	32	75	22	14	60
21. China	23	75	17	55	19	11	49
22. Taiwan	56	90	26	66	18	34	52
23. Turquia	60	-	15	60	22	21	57
24. Ucrânia	61	92	39	54	29	11	77

continuação – 2. Fonte de Informação no Mundo.
Uma amostra de países. Em % de respondentes

	Jornal Diário	Rádio e Telejornais	Revistas	Cobertura em profun. Rádio e TV	Livros	Internet e e-mail	Conversa com amigos e colegas
	Utilizado na semana passada	Utilizado na semana passada	Utilizado na semana passada	Utilizado na semana passada	Utilizado na semana passada	Utilizado na semana passada	Utilizado na semana passada
25. Peru	61	87	20	71	25	29	66
26. Gana	23	82	11	57	33	9	80
27. Moldavia	55	90	26	79	24	19	84
28. Tailândia	50	91	27	58	39	14	72
29. Indonésia	53	91	33	68	42	21	85
30. Vietnã	39	95	21	75	23	10	73
31. Sérvia	73	89	31	49	30	29	84
32. Egito	24	79	6	54	10	8	69
33. Marrocos	31	87	17	70	15	27	85
33. Jordânia	42	86	12	47	22	17	67
34. Chipre	76	90	71	70	39	36	81
35. Trindade e Tobago	81	92	23	71	38	21	88
36. Andorra	85	94	48	64	40	49	93
37. Malásia	87	91	46	75	43	37	80
38. Burkina Faso	19	66	16	51	22	7	67
39. Etiópia	53	79	35	52	38	18	72
40. Mali	32	71	32	57	30	22	81
41. Ruanda	10	63	11	45	25	9	93
42. Zâmbia	43	72	24	39	33	18	74
Total de usuários	32.605 (55,6%)	50.531 (86,5%)	18.316 (31,4%)	37.052 (62,8%)	17.298 (25,8%)	15.346 (26,9%)	44.338 (74,6%)
Total de não usuários	26.050 (44,4%)	7.891 (13,5%)	39.938 (68,6%)	21.979 (37,2%)	49.902 (74,2%)	41.793 (73,1%)	15.098 (25,4%)

Fonte: World Values Survey. 2005-2008

TV Globo

Apesar do declínio da confiança, está claro que a televisão é a mídia número um do Brasil. Ela tem hoje um papel de liderança ao prover não apenas entretenimento de boa qualidade para as massas, mas também notícias. Desde sua primeira exibição, em 1º de setembro de 1969, o Jornal Nacional da TV Globo tornou-se o noticiário mais importante do Brasil. Foi o primeiro programa de notícias regular e diário a ser transmitido em todo o território no formato americano, isto é, através de uma rede nacional de estações de TV localizada em todas as regiões. Ao mesmo tempo, a TV Globo foi o primeiro canal de TV a inovar na cobertura de ocorrências nacionais e internacionais.

3. Hábitos de audiência -TV- Brasil - 1997

Não assiste TV	6,1%
1-2 horas por dia	47 %
2-3 horas por dia	17,1%
Mais de 3 horas por dia	29,8%
Respondentes	1.149

Fonte: World Values Survey

4. Mercado de Comunicação de Massa. Brasil/2005

	No. de veículos	Participação no mercado
Sistema Público de TV/ Independente	137 estações de TV	-
Sistema Privado de TV	668 estações de TV	-
TV	-	56,1% (US\$ 3.007 mi)
Jornal	-	21,5% (US\$ 1.153mi)
Revista	-	10,6% (US\$ 566mi)
Rádio	-	4,9% (US\$ 262mi)
Outro	-	6,9% (US\$ 370mi)

Fonte: Donos da Mídia

Também em 1969, nasceu a TV Cultura, a televisão pública do Estado de São Paulo. Ela pertence a uma instituição pública – Fundação Padre Anchieta – que também possui um canal de TV a cabo para crianças, TV Rá-Tim-Bum, e duas estações públicas de rádio (AM e FM). Esses veículos possuem objetivos educacionais, artísticos, culturais e jornalísticos comuns, produzindo programas que visam preservar as culturas regional e nacional apoiando ainda produções independentes. Esse canal afirma ter independência em relação ao Estado, partido e governo. A programação da TV Cultura é muito similar a NHK, canal público japonês. Muitos dos programas da TV Cultura são retransmitidos nacionalmente por outras estações públicas similares em diversos estados. O noticiário de horário nobre da TV Cultura é o Jornal da Cultura (JC).

Metodologia

Um total de 399 notícias do Jornal Nacional (TVG) e 421 do Jornal da Cultura (TVC) veiculadas nas semanas de 20 a 26 de janeiro de 2008, 10 a 16 de fevereiro de 2008, 2 a 8 de março de 2008 e 23 a 29 de março de 2008 foram gravadas. Uma análise de conteúdo desses telejornais foi então realizada. Para tanto, os codificadores seguiram as orientações estabelecidas num Guia do Codificador. Documento que foi consolidado em conjunto por pesquisadores da Bélgica, Bulgária, Canadá, Chile, China, Egito, Finlândia, Alemanha, Hong Kong, Israel, Itália, Japão, Polônia, Portugal, Cingapura, África do Sul, Suécia, Suíça, Taiwan, Inglaterra, Estados Unidos e Brasil. Este estudo faz parte do projeto comum internacional que estes acadêmicos realizam sobre o noticiário de

TV no mundo. O principal objetivo deste projeto internacional é (1) descrever os processos de decisão editorial que as empresas de telejornalismo adotam, (2) descrever o conteúdo e a natureza dos telejornais, (3) descrever a percepção das audiências a estes conteúdos. Portanto, o levantamento que ora apresentamos diz respeito a uma destas fases do estudo. À semelhança do que está sendo feito em todos os países que integram esta pesquisa, descrevemos aqui o conteúdo do noticiário considerando as emissões de dois telejornais, o produzido e veiculado por uma emissora privada (Jornal Nacional) e outro por uma emissora pública (Jornal da Cultura).

Resultados

1. Delinquência e desconfiança – A delinquência de atores públicos e sociais representa 22,5% de todas as notícias nacionais e 4h 48min de transmissão em ambos os canais neste período de pesquisa. O público vê esse tipo de comportamento como uma ameaça à sobrevivência de todos os cidadãos e do país inteiro. Neste sentido, as notícias nacionais nos canais alvo do estudo tornaram-se em boa medida uma crônica policial. Ao mesmo tempo, isso reflete e reforça o clima de descrença nas autoridades públicas, assim como a desconfiança do público na solidez da coesão social e na futilidade do altruísmo. É possível dizer que a corrupção (7,3% de todos os itens e 1h 50min de transmissão), crimes de colarinho branco (2,1% e 17min.) e roubo (2,4% e 24min) são os “Quatro Cavaleiros do Apocalipse” das notícias da TV brasileira, considerando os dados coletados nesta amostra.

5. Os Quatro Cavaleiros do Apocalipse do Brasil – TVG e TVC

A. Delinquência	22,5%	4h 48 minutos
1. Corrupção	7,3%	1h 50 minutos
2. Crimes do colarinho branco	2,1%	17 minutos
3. Homicídios e investigações de crimes	5%	46 minutos
4. Roubos	2,4%	24 minutos

Em grande medida esse “mau-comportamento” explica também porque aqueles 22,5% de todas as notícias nacionais mostram a forma com que os jornalistas seguem de perto cada movimento dos burocratas do Estado e dos políticos em todas as áreas de poder. Além disso, descrença e sentimento de insegurança social também explicam porque os *polycymakers* nos setores da economia privada e estatal (como empresários, investidores, executivos de corporações, líderes sindicais e banqueiros entre muitos outros) continuam também sob vigilância da imprensa. Certamente, essa tradição watchdog (cão de guarda) jornalística não é exclusivamente nacional, mas tem um sabor brasileiro único: jornalistas e opinião pública desconfiam da burocracia estatal e da concentração de poder político e econômico em poucas mãos. Isso reflete a ansiedade pública da maioria dos cidadãos que vê tal comportamento como um assalto realizado por grupos, partidos políticos e indivíduos – da esquerda à direita do espectro ideológico – contra as instituições de estado e seus fundos. Corrupção é a grande história das notícias brasileiras. Vigiar tais desvios significa para o público ser capaz de ler os lábios daqueles que trabalham com a fachada circunspeta de funcionários públicos servis e daqueles que de fato podem romper a ordem social através de

regulações hipócritas, leis e acordos convenientes de todos os tipos. Em outras palavras, assistir notícias é estar vigilante contra este tipo de incertezas políticas e sociais. Corrupção, crime de colarinho branco e a violência urbana são acompanhados por seus “irmãozinhos” menores: acidentes de trânsito (2,9% e 48min), quebra da ordem interna (1,7% e 14min) e vício de drogas (1,1% e 10min).

6. ‘Os Irmãos Menores’ – Delinquência no Telejornalismo. TVG e TVC. Brasil

1. Acidentes de carro	2,9%	48 minutos
2. Desordem interna	1,7%	14 minutos
3. Drogadição	1,1%	10 minutos

2. O estado sob ameaça - Como dito, um sentimento de insegurança e descrença é sentido pelo público em relação ao Estado. Tal sentimento é refletido nas notícias. A principal agenda destes noticiários é seguir a forma com que a burocracia estatal opera e afeta a rotina diária do público. Um total de 15% de todos os itens noticiados e 4h 7min de todo tempo de transmissão neste período do estudo lidaram com estes tópicos. O poder executivo é pauta constante de ambas as organizações noticiosas (3,9% de todas as notícias e 2h 4min de transmissão), seguido pelas atividades de personagens políticos (3% e 26,46min), suas declarações (1,7% e 25,51min.), decisões legais e ações policiais (1,5% e 26,4min), relações e negociações entre os partidos políticos (1,3% e 27,1min) e problemas relacionados ao orçamento (1,3% e 27,1min).

7. Desconfiança na burocracia de Estado. TVG e TVC. Brasil

B. Burocracia de Estado	15%	4h 7 minutos
1. Atividades do Poder Executivo	3,9%	2h 4 minutos
2. Atividades de políticos	3%	26,46 minutos
3. Atividades de partidos políticos	2,3%	28,51 minutos
4. Declaração de políticos	1,7%	25,51 minutos
5. Medidas legais e políticas	1,5%	26,4 minutos
6. Relações interpartidárias	1,3%	27,1 minutos
7. Orçamento	1,3%	27,1 minutos

3. Pobreza e sociedade – Problemas sociais totalizam 14,2% de todas as notícias e 3h 5min de transmissão. Este tópico inclui: epidemias de saúde (3,4% e 49min), condições de pobreza (1,3% e 34min), e condições do sistema de saúde (1,3% e 34min).

8. Pobreza e Sociedade. TVG e TVC. Brasil

C. Problemas Sociais	14,2%	3h 5 minutos
1. Epidemias	3,4%	49 minutos
2. Condições de Pobreza	1,3%	34 minutos
3. Estado do sistema de saúde	1,1%	6 minutos

Além disso, um espectador vigilante e observador das condições sociais no Brasil segue de perto as notícias econômicas (8,4% de todas as notícias e 1h 56min de transmissão), isto é, o estado da economia (2,9% e 38,5min), índices econômicos (2,1% e 17min), tarifas e impostos (2,1% e 26min) e mercado de ações (1,3% e 14min).

9. Notícias e economia. TVG e TVC. Brasil

D. Noticiário Econômico	8,4%	1h 56 minutos
1. Estado da economia	2,9%	37 minutos
2. Índices econômicos	2,1%	17 minutos
3. Tarifas	2,1%	26 minutos
4. Ações	1,3%	14 minutos

4. Entre a guerra e a paz – Como acontece no noticiário nacional, o internacional também dá ênfase à violência. Isso quer dizer que, para essa tradição de valores noticiosos, a quebra da paz mundial e conflitos reais são facilmente agendados, pois atraem a atenção dos lares brasileiros. Predomina o entendimento de que as iniciativas de paz são capazes de abrir as portas destes mesmos lares se e apenas se for possível transmitir alguma dose de heroísmo e dramaticidade à tela. Nesse exemplo, notícias sobre o mundo representaram 15,1% de todos os tópicos noticiosos e 3h 1min de transmissão. Conflitos e tensões internacionais (5,7% do total de notícias e 1h 12min) e terrorismo (5,2% e 53min) foram os favoritos. Distantes estavam as visitas diplomáticas (2,7% e 34min) e os negócios internacionais (1,5% e 27min). Neste caso como em muitos outros, “boas notícias parecem ser as más notícias”.

10. Noticiário Internacional. TVG e TVC. Brasil

D. Noticiário Internacional	15,1%	3h 1 minuto
1. Tensões e conflitos internacionais	5,7%	1h 12 minutos
2. Terrorismo	5,2%	53 minutos
3. Visitas diplomáticas	2,7%	34 minutos
4. Comércio internacional	1,5%	27 minutos

5. Showarismo – ‘Soft news’ (14,1% de todas as frequências e 3h 16min de transmissão) incluídos neste estudo foram aniversário (de São Paulo) (4%

e 1h 20min. de transmissão), campeonatos (2% e 19,5min), internet (1,7% e 29min.), invenções (1,7% e 23,45min.), atletas individuais (2,1% e 33min.), tecnologia (1,1% e 2,8min.) e novas tecnologias de saúde (1,5% de toda frequência e 39min.). Festividades, principalmente tradições populares e rituais são formas de escapar das dificuldades cotidianas. Cobrindo esses ajuntamentos de massa (que são muitos em diversos tempos e regiões no Brasil em todas as épocas do ano), os noticiários de TV ajudam as pessoas a escapar para a fantasia e o encantamento. Esportes, principalmente o futebol, funcionam da mesma forma. Futebol é uma espécie de lubrificante social que ajuda a sociedade interagir. Como acontece na esfera privada, onde o álcool funciona como um facilitador de conversação interpessoal, os esportes e o diálogo fácil que envolve a ação dos jogadores e o desenrolar dos jogos veiculadas na imprensa ajudam a conversação social. Os esportes (principalmente o futebol) proveem uma dose controlada e necessária de (falsa) agonia ao público brasileiro. Ajuda a quebrar o tédio dos fins de semana. O futebol e a conversa que o cerca – em centenas de horas de transmissão em estações de rádio e TV todos os dias do ano durante todo ano – ajuda também o público a se engajar num assunto sem consequências e relevância à vida social. Parece que esta última qualidade e habilidade de provocar uma “conversação social sanitizada” é uma propriedade-chave e uma exigência real a tópicos e comportamentos capazes de se tornarem mediadores sociais e de massa. Futebol ajuda as pessoas a sustentar falsas e folclóricas disputas que facilmente se evaporam. Neste estudo, ambas as redes de TV nacionais dedicaram uma porção de

seu tempo a estes propósitos de produzir heróis, facilitar a interação social e dar um destino ao tempo livre das pessoas.

Neste particular, uma análise comparativa entre esses dois canais de TV mostra uma diferença marcante nas agendas de notícias: a TV privada dá muito mais proeminência ao esporte – as boas notícias do “shownarlismo”. Ambas concordam que a tensão internacional e o terrorismo fazem boas notícias também. Por outro lado, o aniversário de São Paulo foi o principal ingrediente da dieta de “shownarlismo” da TV Cultura.

11. *Soft News. TVG e TVC. Brasil*

E. Soft News	14,1%	4h 16 minutos
1. Aniversário (de São Paulo)	4%	1h 20 minutos
2. Campeonatos	2%	19,5 minutos
3. Internet	1,7%	29 minutos
4. Invenções	1,7%	23,45 minutos
5. Atletas individuais	2,1%	33 minutos
6. Tecnologia	1,1%	2,8 minutos
7. Novas tecnologias de saúde	1,5%	39 minutos

7. Um pouco de tudo – Finalmente, a categoria Informação Geral inclui diferentes tópicos (13,3% de todas as notícias e 3h 37min de transmissão) como agricultura (1,9% e 4,5min), estatísticas demográficas (1,9% e 33min), alimentação (1,7% e 24min), informação nova sobre saúde (1,5% e 39min), transporte (2,3% e 37,13min), ambiente (2,9% e 33min) e previsão do tempo (1,1% e 8,3min).

12. Informação Geral. TVG e TVC. Brasil

F. Informação Geral	13,3%	3h 37 minutos
1. Agricultura	1,9%	4,5 minutos
2. Estatísticas demográficas	1,9%	33 minutos
3. Alimentação	1,7%	24 minutos
4. Informação sobre saúde	1,5%	39 minutos
5. Transporte	2,3%	36,73 minutos
6. Meio ambiente	2,9%	33 minutos
7. Tempo	1,1%	8,3 minutos

8. Poder, guerra, terror, doença e alguma alegria – A próxima tabela mostra que a maior parte de tempo de transmissão foi dedicada à cobertura das atividades do Poder Executivo. Em ordem decrescente estão (2) eventos, (3) tensões internacionais e desacordos, (4) terrorismo internacional e (5) epidemias. Contudo, essa ordem não é a mesma nos títulos. Das 399 notícias da TV Globo, 136 foram referidas nas manchetes (34%). Na TV Cultura, das 421 histórias 99 foram tituladas (23,5%). Ou seja, nesta análise de conteúdo, de 811 histórias, 235 foram citadas nas chamadas dos noticiários. Enquanto a categoria “tensões internacionais” está em primeira posição, “terrorismo internacional” está em segundo. Abuso de poder político está em terceira posição. O único tópico de notícias suaves (soft news) que aparece – eventos – posiciona-se em quinto lugar.

13. Tempo das Notícias. TVG e TVC. Brasil

Tempo total de transmissão em segundos TVG e TVC	TVG e TVC Ranking por tempo de transmissão	Frequência de histórias nas manchetes de ambos os telejornais*	Descrição
4361	3	18 (1)	Tensões internacionais e desacordos
3194	4	17 (2)	Terrorismo internacional
2376	6	13 (3)	Abuso do poder político
4820	2	11 (5)	Aniversário
5899	1	12 (4)	Atividades do Executivo
2963	5		Epidemias
1558	20	12 (4)	Atividades de políticos
2259	8		Estado da economia
2074	11		Visitas diplomáticas
1625	18		Decisões judiciais
1446	25		Roubo
1711	17		Atividades de partidos políticos
1020	34		Crime do colarinho branco
1019	35		Índices econômicos
1559	21	12 (4)	Tarifas
2123	10		Homicídios
1119	35		Campeonatos
274	47		Agricultura
1992	13		Estatísticas demográficas
1531	23		Declarações e atividades de políticos
856	38		Ordem Interna: outro
1750	16		Internet
1407	26	10 (6)	Invenções
2266	7		Acidentes de carro
2266	7	10 (6)	Comissão investigação
1453	24		Alimentação
1584	20		Medidas políticas e legais
748	41		Comércio internacional
2347	9		Novas tecnologias de saúde e prática médica
2039	12		Condições de pobreza
1597	19		Relações interpartidárias

*Em parênteses: ranking dos tópicos mais frequentes nas manchetes.

continuação – 13. Tempo das Notícias. TVG e TVC. Brasil

Tempo total de transmissão em segundos TVG e TVC	TVG e TVC Ranking por tempo de transmissão	Frequência de histórias nas manchetes de ambos os telejornais*	Descrição
31	49		Negociações diplomáticas e acordo
1226	29		Orçamento
794	39		Temas legais econômicos
793	40		Corrupção (não política)
1157	31		Transportes e infraestrutura
668	42		Comportamento dos motoristas
1047	33		Transporte relacionado à construção
360	46		Estado do sistema de saúde
1347	27		Condições do serviço social
917	36		Comércio exterior
619	44		Drogadição
1979	15	10 (6)	Atletas, treinadores e times
665	43		Investigação de crimes
882	37		Bolsa de ações
1984	14	10 (6)	Ameaças ao ambiente
499	45		Previsão do tempo
1265	28		Pessoas comuns
167	48		Tecnologia

*Em parênteses: ranking dos tópicos mais frequentes nas manchetes.

9. Fascínio e abominação – Brasil e Estados Unidos são os mais proeminentes entre todos os países referidos nas notícias brasileiras. Colômbia está em terceiro lugar. Muito menor atenção é dada aos outros. Contudo, eventos originados nos EUA ganharam mais atenção nas redações brasileiras do que os originados no Brasil. Pode ser dito que os EUA

14. Países envolvidos no evento. País da ocorrência.

TVG Frequência	TVC Frequência	% do total de tópicos nos telejornais	Ranking por país	Ranking por país	TVG Frequência	TVC Frequência	% do total de tópicos nos telejornais
22	21	43 (4,3%)	1. Brasil	1. USA	42	26	68 (8,2%)
21	14	35 (4,3%)	2. USA	2. Brasil	23	19	42 (5,1%)
12	9	21 (2,6%)	3. Colômbia	3. França	7	8	15 (1,8%)
3	4	7 (0,8%)	4. China	4. Espanha	5	7	12 (1,5%)
3	4	7 (0,8%)	4. Venezuela	4. China	5	7	12 (1,5%)
2	4	6 (0,7%)	5. Equador	4. Timor	4	8	12 (1,5%)
5	1	6 (0,7%)	5. Israel	4. Colômbia	2	10	12 (1,5%)
2	2	4 (0,5%)	6. Japão	5. Itália	4	6	10 (1,2%)
2	2	4 (0,5%)	6. Portugal	5. Inglaterra	4	6	10 (1,2%)
1	2	3 (0,4%)	7. Polônia	6. Alemanha	3	6	9 (1,1%)
1	2	3 (0,4%)	7. Suécia				

10. Mente paroquial e dieta fast food – Em grande medida, a TV Globo e a TV Cultura contam a história das nossas vizinhanças. Essas narrativas sobre conhecidos cenários parecem ao público muito mais real e compreensível do que as ocorrências além-mar, em terras distantes. Portanto, quanto mais próxima a ocorrência mais fácil ela se torna para seu enquadramento no noticiário do horário nobre das emissoras. A mente paroquial do público facilmente supera em força e relevância as demandas

das elites cosmopolitas brasileiras aos jornalistas. A mensagem do grande público para a TV parece ser esta: “não espere fazer o mundo transparente para as massas. Limite-se em realçar assuntos locais, regionais e internacionais para nós. Faça isso nessa ordem. Dê-nos uma boa quantidade de notícias, mas não espere oferecer isso com alta qualidade de cobertura. Relate-nos os fatos com um mínimo de palavras. Histórias sobre novas ocorrências devem ser contadas nos formatos antigos.” Essa demanda explica por um lado porque o noticiário internacional possui uma razoável presença na tela e por outro porque essa categoria está quase em último lugar em tempo de transmissão. Dito de forma simples: esta fórmula funcionará desde que os noticiários ofereçam ao público um pouco do muito do que ocorre no mundo (muito raramente o formato documentário ou cobertura de profundidade está presente no horário nobre da televisão nacional). Trata-se com se vê de uma dieta fast food, com muitos ingredientes, provendo alguma admiração e muitas emoções nos poucos minutos dos noticiários. Ou seja, apenas 20,8% das notícias são eventos claramente internacionais e apenas 8,3% delas têm potencialmente impacto internacional, ou seja, distante de uma clara perspectiva ou interesse nacional. Entre todos os atores internacionais, as portas dos noticiários brasileiros estão e continuam abertas às organizações terroristas e às Nações Unidas.

15. Organizações internacionais envolvidas no noticiário. TVG e TVC. Brasil

Ranking das Organizações Internacionais	Frequência	Percentual
1. Terrorismo internacional	26	34,7
2. Nações Unidas	16	21,3
3. Comunidade Europeia	8	10,7
4. OAS	6	8,0
5. UNICEF	4	5,3
6. Mercosul	3	4,0
6. WHO	3	4,0
7. ILO	2	2,7
7. Banco Mundial	2	2,7
8. NAFTA	1	1,3
8. Conselho de Segurança	1	1,3
8. Unesco	1	1,3
8. FMI	1	1,3
8. G8	1	1,3

16. Amplitude geográfica do evento

Categorias	TVG Frequência	TVC Frequência	Percentual
1.Cidade	50	68	13,4
2.Região	47	40	10,1
3.Nacional	172	138	35,2
4. Mundial/região	27	28	6,2
5.Mundo	102	126	25,7
6. Não explícito-	-	-	

17. Impacto potencial do evento – natureza do evento

Categorias	TVG Fre- quencia	TVC Fre- quencia	%	Categorias	TVG Fre- quência	TV Fre quência	%
1. Cidade	6	22	3,2	1.Doméstico	232	228	52,2
2. Região	10	13	2,6	2.Doméstico /estrng.	51	37	10
3. Nacional	61	53	12,9	3.Estrang/ Doméstico	37	29	7,5
4. Mundo/ região	6	4	1,1	4.Estrangeiro	77	106	20,8
5. Mundial	29	44	8,3				
6. Não explícito	285	263	68				

As notícias internacionais estão nas manchetes com frequência. De fato, há um pouco de notícias do mundo nos telejornais todos os dias. Contudo, essa presença não se traduz em tópicos de conversação diária dos brasileiros. Este fato já foi mencionado pelo autor noutro estudo (Wainberg, 2006)³. Na verdade, existem muitos obstáculos para o processamento cognitivo das notícias internacionais pelo público brasileiro. Há dificuldades notáveis nas etapas do conhecimento, compreensão, análise, interpretação e síntese destas notícias. A exceção que vem sendo registrada é a da categoria cognitiva Aplicação onde a maioria do público é capaz de comparar adequadamente eventos internacionais com nacionais. Isso é possível desde que exista fenômeno semelhante no país, como é o caso das guerras entre traficantes e o medo nacional da violência urbana. Essas experiências possibilitam aos cidadãos brasileiros compreender, por analogia, o medo ao terrorismo que outros sentem vivendo em terras distantes. Existe também uma recusa afetiva ao noticiário internacional. O nível de discernimento e valorização desse tipo de informação pelo público é extremamente baixo. As pessoas geralmente estão indispostas ao noticiário internacional, exceção feita quando a opinião pública fica alerta aos momentos de crise internacional profunda.

As fontes internacionais de informação utilizadas pelas emissoras estudadas são diversas. Correspondentes internacionais vão ao ar em ambos os casos (principalmente na TV Globo), mas não sempre. Apesar do esforço brasileiro de cobrir alguns aspectos da arena internacional enviando além-mar um número

3 WAINBERG, Jacques. Misunderstanding international news in Brazil. *Brazilian Journalism Research*, v. 2., n. 1, p. 67-89, semester 1, . 2006.

pequeno de correspondentes e de manter sucursais em algumas capitais globais, fica evidente que há um grau de dependência das agências internacionais e emissoras globais estrangeiras.

18. Fontes do conteúdo visual

	Frequencia	TVG	TVC	Percentual
CNN	27	6	21	2,8
BBC	1	0	1	,1
Outro	29	14	15	3,1
S/determinação	21	1	20	2,4

19. Fontes internacionais: agências internacionais

	Frequencia	TVG	TVC	Percentual
Sim	68	13	55	7,7
Sim, mas não pode determinar	55	21	34	6,3
Total	123			14,0

11. A tela sanitizada – A TV brasileira tem esta fórmula: acolhe brigas e conflitos, principalmente interpessoais, e a destruição de bens, mas recusa cadáveres e vítimas feridas. Mas a maioria das edições dos noticiários em ambos os canais veicula uma grande quantidade de temas além de conflitos. No nosso exame, em 85,8% dos casos relação alguma foi verificada entre o conteúdo das notícias e um conflito explícito. Na maioria dos casos onde isso ocorre, não era nem social nem político. Era a crônica de disputas entre pessoas - quatro no máximo. Eram embates familiares, situações de trabalho, controvérsias entre membros de um grupo e não confrontos de massa, classes ou etnias. Nesses casos, pouca violência física e muito pouca morte foi mostrada ou reportada. O mesmo tipo de comportamento é adotado nos casos de pessoas feridas. Elas estão ausentes da tela. Por

outro lado, danos à propriedade parecem ser mais aceitáveis e palatáveis. Em suma, o Brasil tem uma tela relativamente limpa e sanitizada.

20. Notícias sobre conflito

	TVG	TVC	%
1. Não	265	315	85,8
2. Sim, conflito social	11	4	2,2
3. Sim, conflito interpessoal	36	29	9,6
4. Sim, mas não pode determinar a natureza do conflito	5	11	2,4

21. Número de atores envolvidos no conflito

No. de partidos mencionados	TVG	TVC	%
1	0	1	1,0
2	36	28	66,0
3	9	13	22,7
4	5	3	8,2
5	1	0	1,0
6	1	0	1,0

22. Violência nas notícias: TVG e TVC

	Frequência TVG	Frequência TVC	Frequência total em ambos os canais	Percentual: Frequência total / 820 (Total de itens nos telejornais)
Violência verbal contra pessoas é noticiado	15	34	49	5,9
Violência física contra pessoas é mostrada nas notícias	6	6	12	1,5
Assassinato é mostrado no noticiário.				
1 pessoa			34	4,1
2 pessoas			5	0,6
5 pessoas			4	0,4
4 pessoas			3	0,3
7 pessoas			3	0,3
8 pessoas			3	0,3

continuação – 22. Violência nas notícias: TVG e TVC

	Frequência TVG	Frequência TVC	Frequência total em ambos os canais	Percentual: Frequência total / 820 (Total de itens nos telejornais)
6 pessoas			2	0,2
3 pessoas			1	0,1
A morte de pelo menos uma pessoa é referida verbalmente no noticiário			34	12
1 pessoa			5	0,6
2 pessoas			4	0,4
5 pessoas			3	0,3
4 pessoas			3	0,3
7 pessoas			3	0,3
8 pessoas			3	0,3
25 pessoas			2	0,2
6 pessoas			2	0,2
18 pessoas			2	0,2
54 pessoas			2	0,2
Média – 2.598 Mediana - 3 Amplitude– 1/200.000				
A morte de pelo menos uma pessoa é mostrada no noticiário (incluindo o corpo ou partes do corpo)			3	0,3
Pelo menos uma pessoa sendo ferida é noticiada no telejornal				
1 pessoa			11	1,3
2 pessoas			5	0,5
4 pessoas			3	0,3
3 pessoas			2	0,2
9 pessoas			1	0,1
60.000 pessoas			1	0,1
Média – 1851 Mediana- 4 Amplitude- 1/59.999				

continuação – 22. Violência nas notícias: TVG e TVC

	Frequência TVG	Frequência TVC	Frequência total em ambos os canais	Percentual: Frequência total / 820 (Total de itens nos telejornais)
Pelo menos uma pessoa ferida é mostrada				
1 pessoa	9	8	17	1,2
2 pessoas	2	0	2	0,2
Prejuízo físico à propriedade é reportado verbalmente	13	8	21	2,5
Prejuízo físico à propriedade é mostrado visualmente	17	15	32	3,9
Consequências da violência são reportadas verbalmente	4	7	11	1,3
Consequências da violência são mostradas visualmente	0	6	6	0,7

23. Há um chamado à resolução do conflito na notícia?

	TVG	TVC	%
Não há chamado para a resolução	20	23	4,9
Pelo menos um oponente chama por resolução	14	8	2,5
Pelo menos um oponente e árbitro pedem resolução	1	4	0,6
Dois oponentes ou mais pedem resolução	6	3	1,0
Somente o mediador pede resolução	3	5	0,9
Dois ou mais oponentes e árbitro ou mediador pedem resolução	6	4	1,1
Total			11,0
Não há conflito			89,0

24. Há referência a negociações na notícia?

Percentual		TVG	TVC
3,9	Não há referência a negociações	17	17
0,1	Referência a negociações somente no passado	1	0
1,5	Referência indicando que não há negociações	9	4
3,2	Tentativas para começar negociações	17	11
2,0	Negociações em andamento	6	12

232

25. Há referência no tópico à rejeição a negociações, compromisso ou resolução?

Quem rejeita?	TVG	TVC	Percentual
Ninguém	20	21	5,0
Um ator	9	7	1,8
Dois ou mais atores	7	6	1,4

12. O melhor e o pior – Os dados coletados neste estudo mostram que é mais fácil para o noticiário referir-se ao passado do que ao futuro. O passado é conhecido, o futuro uma possibilidade. O passado é fato, o futuro, uma opinião, um sonho, uma visão. Esta preferência explica também porque o jornalismo e a história andam de mãos dadas. Quanto mais distante os fatos estão no futuro, pior. O diálogo bastante comum entre o presente e o passado é de fato uma conversa da geração viva com a morta. Através da memória, os antepassados tentam controlar a vida dos vivos. Não somente historiadores e arqueólogos, mas também teólogos vivem suas vidas tratando de inspirar o presente com o passado. No entanto, muito frequentemente, criaturas vivas precisam pôr de repouso suas tradições para renascerem. Neste caso de rebelião, o morto finalmente morre. Essa tensão entre essências imaginadas e a inovação é algo que põe frente a frente aqueles que querem seguir cami-

nhos conhecidos em suas jornadas e os que desejam tentar trilhas pouco ou nunca percorridas. Em nossa amostra, fica claro que o jornalismo não prefere nenhuma das duas opções. Nem o passado remoto nem o futuro imaginado. No entanto, para o jornalismo é mais fácil tratar do passado do que do futuro. É mais fácil referir-se a *known knows*, a mundos bem conhecidos. O contrário ocorre quando se trata do futuro. Visões sobre os dias que virão são o campo preferido dos ideólogos. Já o jornalismo prefere mesmo é viver o presente que não prescreve comportamentos e evita alucinações sobre novas ordens e mundos desconhecidos, os *unknown unknowns*.

26. Perspectiva do tempo

KOWN KNOWS ← REFERÊNCIA AO PASSADO				
Categorias	Frequência	TVG	TVC	Percentual
Hoje	291	129	162	33
Dia anterior	31	19	12	3,5
Semana anterior ou vários dias atrás	56	36	20	6,4
Mês anterior	41	26	15	4,7
Ano anterior	85	47	38	9,6
Referência a mais de um ano atrás	168	73	95	19,1
Referência não específica ao passado	119	66	53	13,5
Não é possível determinar o período de tempo	7	2	5	0,8

REFERÊNCIA AO FUTURO → UNKNOWN UNKNOWNNS				
Categorias	Frequência	TVG	TVC	Percentual
Sem referência ao dia de hoje	516	231	285	58,6
Dia seguinte	35	22	13	4,0
Próximos dias ou semana	52	36	16	5,9
Próximo mês	56	39	17	6,4
Próximo ano	8	4	4	0,9
Referência a mais de um ano no futuro	19	10	9	2,2
Referência não específica ao futuro	103	52	51	2,2
Não é possível determinar o período de tempo	8	4	4	0,9

13. Uma história machista – Em boa medida, é possível comparar narrativas jornalísticas sobre a vida real com a ficção. Ambas demandam personagens e ação. O noticiário é de fato o show da vida. Esta próxima tabela mostra uma lista de evidências a respeito destes atores e performances. A primeira delas revela os 11 primeiros atores principais. É possível verificar que a tela brasileira é um universo bastante masculino. Homens são pelo menos a metade de todos os principais personagens. A vasta maioria deles é brasileira, falando em cada notícia por pelo menos 34,47 segundos em português. Aparecem também alguns poucos americanos falando em inglês e outros falando outros idiomas. Este show da vida real funciona da mesma forma que o ficcional, com indivíduos que representam os heróis e os bandidos. Os que atuam no governo federal ocupam os papéis principais. (11,3%). De acordo com o roteiro, nesta história da vida real em horário nobre, o papel previsto para esses personagens é fazer e impor a lei. Eles são os bons rapazes. E não por acaso, os maus vêm em segundo lugar (criminosos e suas vítimas, 11,3%). Este contraste entre ordem e desordem produz tensão e drama. Depois, visitantes estrangeiros, chegando às vezes com pompa, oferecem alguma fascinação ao público (8,5%). De tempos em tempos, as pessoas comuns (vox populi) ocupam papéis principais também (4,2%). Elas falam e reclamam e choram. Finalmente, celebridades (3,7%) e intérpretes da realidade (membros da academia – 1,7%) desempenham seus papéis de comentaristas desta nova e pós-moderna “telenovela” da vida real brasileira. Papéis secundários e terciários seguem de perto as mesmas tendências: são um pouco mais machistas

que os papéis principais e um pouco mais individuais. Estes atores são majoritariamente brasileiros, falando 12,4 segundos em português seguido de um pequeno número de americanos, alguns colombianos e um número diverso de alguns outros estrangeiros (entre eles franceses, venezuelanos e argentinos). Os papéis secundários e terciários são destinados outras vezes aos mocinhos (neste caso, chefes de estado estrangeiros) e aos bandidos (prisioneiros e suspeitos). Papéis terciários permanecem sendo performances machistas. A voz do povo (*vox populi*) ocupa o terceiro lugar em papéis secundários caindo para a terceira posição em papéis terciários. Entre eles estão, ativistas de ONG, líderes sindicais, estudantes. No papel terciário, atletas e treinadores vêm em segundo e terceiro lugares, nunca em primeiro. Parece existir aqui uma regra: notícias “hard” em primeiro lugar, “entretenimento” em segundo, ideais para o *happy end* dos telejornais. A duração das notícias parece seguir a mesma regra.

27. Sumário: atores, língua e países – TVG e TVC. Brasil

	<i>Ator Principal</i>	<i>Ator Secundário</i>	<i>Ator Terciário</i>
Homens	52,5%	54,8%	49,6%
Mulheres	19,5%	18,4%	24,12%
Ambos	18,5%	26,8%	26,22%
Individual	70,6%	72,2%	71,7%
Grupos	29,4%	27,8%	28,3%
Fala: média	34,47 segundos	12,4 segundos	10, 2 segundos
Fala: mediana	13 segundos	10 segundos	10 segundos
Governo nacional*	11,3%	9,4%	2,7%
Chefe de Estado estrangeiro	8,5%	12,4%	3,4%

* Governo Nacional (Ministro, Chefe de Estado, Membro do parlamento, Governador de estado, Dirigente de agência reguladora, Político nacional, Partido político)

continuação - 27. Sumário: atores, língua e países – TVG e TVC. Brasil

	<i>Ator Principal</i>	<i>Ator Secundário</i>	<i>Ator Terciário</i>
Prisioneiro	7,2%	7,9%	2,2%
Vox populi	4,2%	7,9%	1,7%
Vítima	4,1%	5,3%	2,4%
Atletas estrangeiros	2,7%	-	-
Acadêmicos	1,7%	2,5%	-
Artistas	1,0	-	0,8
Trabalhador da saúde	-	2,5%	0,9%
Atletas, treinadores e juízes	-	2,3%	0,9%
Líder do terrorismo	-	1,8%	-
Parente próximo da vítima	-	1,8%	-
Trabalhador/sindicalista	-	-	0,8
ONG	-	-	0,7%
Estudante	-	-	0,7%
<i>País dos atores:</i>			
Brasil	73,4%	74,6%	24,7%
USA	7,5%	5,8%	2,4%
Colômbia	2,0%	-	-
Timor Leste	1,1%	2,0%	0,5%
Venezuela	0,9%	2,3%	0,6%
França	0,8%	2,3%	0,3%
Espanha	0,7%	0,8%	-
Austrália	0,6%	-	0,2%
Itália	0,6%	1,3%	0,2%
Equador	0,5%	2,0%	0,3%
Argentina	0,5%	-	0,6%
Afeganistão	0,3%	-	-
Portugal	0,3%	-	-
Rússia	0,3%	0,8%	-
Síria	0,3%	-	-
Inglaterra	0,3%	-	0,3%
Colômbia	-	3,3%	1,1%
Israel	-	-	0,2%
<i>Língua de transmissão:</i>			
Português	89,3%		
Em outra língua e legenda	0,7%		
Em outra língua com dublagem	5,3%		
Em outra língua sem tradução	4,7%		

Conclusões

28. Sumário do Conteúdo Noticioso: TVG e TVC

Frequência TVG e TVC	Ranking por frequência TVG e TVC	% Total TVG e TVC	Descrição
52	1	5,7	Tensão internacional e desacordos
46	2	5,2	Terrorismo internacional
39	3	4,4	Abuso do poder político
36	4	4,0	Aniversário de eventos
35	5	3,9	Atividades do executivo
30	6	3,4	Epidemia da saúde
27	7	3,0	Atividades de políticos individuais
26	8	2,9	Estado da economia
24	9	2,7	Visitas diplomáticas
24	9	2,7	Decisões judiciais
22	10	2,4	Roubo
21	11	2,3	Atividades de partidos políticos
19	12	2,1	Crime do colarinho branco
19	12	2,1	Índices econômicos
19	12	2,1	Tarifas
18	13	2,0	Homicídio
18	13	2,0	Campeonatos
17	14	1,9	Agricultura
17	14	1,9	Estatísticas demográficas
16	15	1,7	Declarações e atividades de políticos
16	15	1,7	Ordem interna: outro
16	15	1,7	Internet
16	15	1,7	Invenções
16	15	1,7	Acidentes de carro
15	15	1,7	Comissão de inquérito
15	15	1,7	Alimentação
14	16	1,5	Medidas legais e políticas
14	16	1,5	Comércio internacional
14	16	1,5	Novas tecnologias de saúde e prática médica
13	17	1,3	Condições de pobreza
12	18	1,3	Relações interpartidárias
12	18	1,3	Negociações diplomáticas e acordos
12	18	1,3	Orçamento
12	18	1,3	Questões econômicas legais
11	19	1,2	Corrupção (não política)

continuação – 28. Sumário do Conteúdo Noticioso: TVG e TVC

Frequência TVG e TVC	Ranking por frequência TVG e TVC	% Total TVG e TVC	Descrição
11	19	1,2	Transporte e infraestrutura
11	19	1,2	Comportamento na direção de carros
10	20	1,1	Transporte relacionado à construção
10	09	1,1	Estado do sistema de saúde
10	09	1,1	Condições do serviço social
10	20	1,1	Comércio internacional
10	20	1,1	Drogadição
19	12	2.1	Atletas individuais, treinadores e times
27	7	3.0	Investigação de crimes
12	18	1.3	Mercado de ações
25	9	2,9	Ameaças ao ambiente
10	20	1.1	Previsão do tempo Pessoas comuns
10	09	1.1	Tecnologia

De acordo com essas informações colhidas em 811 notícias parece que “sobrevivência” é o principal tema destes noticiários, com ocorrências nacionais (82,5% de todos os itens) e internacionais (17,5%). Essa agenda noticiosa está cheia de alertas ao público. Quanto mais as ocorrências desafiam o *status quo* maior cobertura merecem. Notícias sobre problemas do Estado (principalmente a má administração e a crise) vêm em segundo lugar, e somente então, os problemas sociais aparecem. Eventos internacionais estão em quarto lugar. Como nós podemos ver na tabela abaixo, más notícias em questões locais vêm em primeiro lugar, más notícias (às vezes péssimas notícias) de terras distantes estão em segundo

e apenas então o escapismo (reuniões populares e esportes) é oferecido às massas.

29. TVG e TVC: A agenda de notícias - sumário. Brasil

	Categoria das notícias	Percentual da frequência total	Tempo de transmissão
Nacional: 82,5%	A. Delinquência	22,5%	4h 48min
	B. Aparato de Estado	15%	4h 7min
	C. Problemas sociais	14,2%	3h 5min
	E. Soft news e escapismo	14,1%	4h 16min
	F. Informação geral	13,3%	3h 37min
	Internacional: 17.5%	D. Eventos internacionais e ocorrências	15,1%
Outro		5,8%	

* Tempo médio de uma história: TVG - 117 segundos/ TVC - 82 segundos.

Os noticiários de TV, juntamente com as telenovelas, são os principais contadores de histórias no Brasil. O impacto dos conteúdos jornalísticos na vida política e social do país é imenso, e por essa razão, muitos autores nacionais e internacionais têm ressaltado esse efeito. Em grande medida, as notícias destes noticiários, em especial as do Jornal Nacional, constituem a agenda política do Brasil. Os Estados Unidos é o Outro. Notícias sobre americanos são transmitidas em quantidade e variedade na tela brasileira. Em muitas instâncias, qualquer coisa que é brasileira nas notícias é comparada a um similar que é americano. Finalmente, é possível dizer que os telejornais brasileiros analisados possuem uma tela

limpa, sem corpos ou pessoas feridas. É um programa de TV masculino e um show com atores individuais. É orientado pelo presente com menos conflitos violentos sobre problemas sociais ou políticos do que o esperado.

240