

O grito da cidade

Balanço Geral, qualidade e modos de endereçamento

Janira Borja

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

BORJA, J. O grito da cidade: Balanço Geral, qualidade e modos de endereçamento. In: GOMES, IMM., org. *Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo* [online]. Salvador: EDUFBA, 2011, pp. 223-242. ISBN 978-85-232-1199-8. Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>.



All the contents of this chapter, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste capítulo, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de este capítulo, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

O grito da cidade: *Balanço Geral*, qualidade e modos de endereçamento

Janira Borja

Discutir televisão hoje no Brasil significa tratar de nada menos que o próprio espaço público. É dessa forma que a pergunta ‘Por que falar de televisão?’ deve começar a ser respondida

Eugênio Bucci

INTRODUÇÃO

Imagens do caos urbano, criminalidade e o descaso dos serviços públicos inundam o telejornalismo do horário do meio-dia. Por todo o Brasil, programas de grande apelo popular, anunciam a “voz do povo” e prometem olho vivo para os problemas vividos pela parcela mais pobre da população. O *Balanço Geral* veiculado pela TV Itapoan (retransmissora da TV Record na Bahia) às 11h45min, de segunda a sexta-feira, é um exemplo desse tipo de telejornal. No seu site, ele é descrito como

[...] o programa (que) mostra a realidade e a opinião dos baianos na TV, além das principais notícias do dia em todo o estado. Com um forte compromisso com a comunidade local, o *Balanço Geral* expressa e faz valer a voz do povo. A verdade. Doa a quem doer. (BALANÇO GERAL, [20--?])

Geralmente, a análise desses programas baseia-se em critérios éticos, morais e políticos, versando sobre a tendência a adotar um discurso simplista e conservador, a superficialidade da sua cobertura, ou sua atuação como mídia-tribunal, sentenciando fatos e pessoas que ainda não foram julgados pelos trâmites legais. Mas poucos estudiosos dedicam-se a compreender a construção interna desses programas e como eles estabelecem sua relação com o espectador. Dessa forma, o

mecanismo de funcionamento (e, às vezes, de sucesso) desses programas continua desconhecido para a maioria dos pesquisadores de comunicação.

Autores como Freire Filho (2004), Cunha (2005) e Machado (2000) apontam para uma carência de análises de televisão baseadas em critérios que sejam inerentes à lógica da própria mídia, constituindo estudos que se voltem realmente para a produção televisiva contemporânea. Dessa forma, os operadores de análise construídos pelo Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo funcionam como importante ferramenta analítica que nos permite olhar para a produção jornalística efetiva, possibilitando a construção de critérios, vocabulários e categorias de pesquisa intrínsecos à televisão.

É POSSÍVEL FALAR DE UMA QUALIDADE INTERNA DO PRODUTO TELEVISIVO?

Com a análise do Jornal do SBT¹ pelo Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo, aplicando os operadores e discutindo os resultados nas reuniões da equipe, chegou-se à conclusão que o telejornal sofria de uma espécie de “desajuste dos modos de endereçamento”. Não havia um encaixe entre a proposta do Jornal do SBT e sua configuração interna. O resultado era um programa que, para além das propostas éticas ou políticas, não funcionava internamente.

Daí abriu-se a possibilidade de análise da qualidade de um programa jornalístico a partir do exame dos modos de endereçamento, utilizando os operadores desenvolvidos no Grupo. Esse artigo é um exercício de verificação da funcionalidade desses operadores para o estudo da qualidade de programas televisivos. A proposta desta análise não é discutir a qualidade ética ou política do *Balanço Geral*. Buscamos certo ‘ajuste’ interno, perceber se o telejornal funciona a partir das categorias do próprio programa em relação ao que se propõe. Discutir sua qualidade como produto desta linguagem, sem precisar recorrer a critérios externos ao suporte televisivo.

1 Resultados dessa análise foram apresentados no artigo de Gomes e outros (2004).

A análise dos modos de endereçamento permite examinar o ‘estilo’, que diz respeito à forma como cada programa articula e combina os elementos do gênero para constituir uma marca própria e instaurar sua relação com a audiência. Se os modos de endereçamento operam com os elementos do gênero, uma análise deles implica numa análise interna do produto, embora elementos extratextuais que sejam importantes para o entendimento do programa possam ser levados em conta ao longo do percurso analítico. Apesar da análise de modos de endereçamento possibilitar essa ida fora do texto, é importante ressaltar que nos interessa o texto em si, o programa, sua configuração e estruturação interna. E é justamente nessa opção que reside a principal contribuição desse trabalho, ajudando a pensar televisão a partir de suas próprias pistas, critérios e linguagem. A análise da qualidade a partir dos modos de endereçamento responderá a perguntas como: o telejornal consegue ajustar sua proposta com a conformação interna dos elementos de modo a estabelecer relação com seu telespectador? Os modos de endereçamento, que dizem dessa relação com a audiência, funcionam de modo satisfatório, ou seja, ele consegue utilizar corretamente os elementos da linguagem televisiva e do gênero jornalístico a fim de atrair esse telespectador?

O termo qualidade pode ser utilizado para uma grande variedade de acepções, que vão desde abordagens técnicas à defesa de valores moralistas na televisão (inclusive como querem muitos movimentos da sociedade civil). Geoff Mulgan (1990 apud MACHADO, 2000) enumera sete diferentes sentidos para a palavra **qualidade**: 1) capacidade de usar os recursos expressivos do meio; 2) capacidade de satisfazer necessidades da audiência e da sociedade; 3) competência para usar os recursos de linguagem de uma forma inovadora; 4) promoção de valores morais e modelos edificantes e construtivos de conduta; 5) capacidade de gerar mobilização e participação nacional em torno de grandes temas de interesse coletivo; 6) promoção de uma programação que valorize as diferenças, as minorias e as individualidades; 7) diversidade, capacidade de abrigar a maior quantidade de experiências diferenciadas. Todas essas acepções estão corretas e se prestam aos mais diferentes contextos. Por exemplo, os políticos costumam abordar qualidade de TV como a ca-

pacidade de gerar comoção nacional (5), enquanto que a abordagem dos estrategistas de marketing sobre o que seria ‘qualidade’ na TV é, principalmente, a capacidade do meio de detectar as demandas da população e transformá-las em produto (2). Por isso, Machado (2000, p. 25) propõe que o conceito de qualidade utilizado para a televisão deve ser elástico e complexo de modo que

[...] permita valorizar trabalhos nos quais os constrangimentos industriais (velocidade e estandardização da produção) não sejam esmagadoramente conflitantes com a inovação e a criação de alternativas diferenciadas, nos quais a liberdade de expressão dos criadores não seja totalmente avessa às demandas da audiência.

Sendo uma instituição social (WILLIAMS, 1997), o jornalismo é resultado de possibilidades técnicas e de uma conjunção histórica, econômica, social e cultural particular. Dessa forma, a noção de qualidade telejornalística também muda com as diferentes sociedades e culturas. Por isso, essas assunções sobre a qualidade de um telejornal devem sempre levar em conta para qual público se dirige, em qual sociedade atua, qual o papel do jornalismo implicado no programa e, principalmente, devem estar sempre relacionadas a critérios expressos.

Existirão tantos jornalismos quantas são as culturas, as sociedades e os tempos históricos em que ele é praticado e o trabalho do analista é encontrar as marcas da sua heterogeneidade constitutiva. (GOMES; GUTMANN; SANTOS 2008, p. 4)

O GRITO DA CIDADE NO *BALANÇO GERAL*

É o pedido de socorro. É o grito da cidade. É o *Balanço Geral*
Raimundo Varela

Foram analisadas 10 edições do telejornal, de 12 a 23 de setembro de 2003. Cada uma delas tem cerca de 1h15min de duração, divididas em quatro blocos. As matérias são alternadas com leituras de *fax* e *e-mails* enviados pelos telespectadores, e comentários do apresentador.

O programa de sexta-feira tem uma estrutura um pouco diferenciada, com presença de um auditório formado por alunos da rede pública de ensino, que participam “ao vivo”, fazendo perguntas ao entrevistado. Podem participar também grupos de música, como convidados do programa.

Os nove operadores de análise – mediador; pacto sobre o papel do jornalismo; temática, organização das editorias e proximidade com a audiência; contexto comunicativo; texto verbal; recursos técnicos a serviço do jornalismo; recursos da linguagem televisiva; formatos de apresentação da notícia; relação com as fontes de informação – foram utilizados, nesse trabalho, de forma articulada e não separadamente. O objetivo era permitir que o próprio programa desenhasse uma hierarquia de importância dos operadores para a análise, resultando numa aplicação específica da proposta metodológica. No nosso estudo, cinco operadores tiveram atuação destacada para o entendimento do programa analisado e, a partir desses, todos os outros foram se articulando. São eles: o mediador, o contexto comunicativo, o texto verbal, temática, organização das editorias e proximidade com a audiência e o pacto sobre o papel do jornalismo.

“CÂMERA EM MIM AGORA...”

– O PAPEL DO MEDIADOR NO *BALANÇO GERAL*

O mediador foi o principal elemento de análise, já que é a partir dele que o programa se estrutura. Raimundo Varela atua como condutor do telejornal, é na sua figura e no que ele tem a dizer que está a principal característica do programa. O apresentador determina, muitas vezes verbalmente, durante o programa, para qual câmera quer falar, que notícia quer veicular primeiro, demonstrando sua posição destacada na condução do telejornal. Mais do que expor os fatos, Varela seleciona, diz quando o espectador deve prestar atenção, valora e julga as notícias veiculadas.

A utilização dos cartões vermelho e verde, uma das marcas do programa, é uma forma de classificar as notícias veiculadas entre boas e ruins, apresentando a opinião do apresentador sobre os fatos, elemento central de caracterização do *Balanço Geral*.

Popularmente, o telejornal é conhecido como *Programa do Varela*. O apresentador reforça esse destaque, ao utilizar sempre a primeira pessoa do singular para se referir ao programa, e ao explicitar verbalmente sua condição de fio condutor, ao determinar, no ar, qual notícia vai ser veiculada primeiro, para qual câmera quer falar: “**Eu quero** ouvir o povo, Edmundo!”²; “Por favor, por favor, **eu quero** a matéria de Severino, por favor. Eu preciso colocar essa matéria pro povo entender a gravidade disso”³. “Me mostra imagens, por favor, do Iguatemi, é possível? Cadê o Edmundo? Edmundo já está OK? Não, Iguatemi, eu quero do Iguatemi.”⁴, “Daqui a pouco eu quero falar com Edmundo Filho, quando ele tiver OK me avisa, hein?”⁵.

O envolvimento emocional de Varela com os fatos noticiados é uma importante estratégia de construção de identificação com o telespectador. Ironia, raiva, indignação, alegria são constantemente expressados pelo apresentador durante suas opiniões, através tanto do texto verbal, quanto da modalização da voz, gestos faciais e expressão corporal. A atitude enérgica, materializada no tom de voz alto e forte, no gesto de bater na mesa e na expressão clara dos sentimentos de Varela potencializam o efeito emocional do seu discurso, humanizando-o e aproximando-o do telespectador.

“Você vai ler jornal, toma cada susto! Você já viu um canal de drenagem custar 13 milhões? 13 milhões de reais! (aumenta tom de voz) Sabe o que é isso? 13 milhões!” . Sobre aumento da gasolina, Varela se indigna: “Tem posto na Bahia vendendo a 2,80 o litro já (bate 3 vezes na mesa, sobe música) Que ganância é essa? (bate mais uma vez) Ah, mas os preços não são controlados. E daí metem a mão!?”⁶. O discurso do apresentador já nos leva à análise de outro operador, o texto verbal. No programa analisado, esse operador é importante elemento de caracteri-

2 Programa exibido em 21 de setembro de 2005.

3 Programa exibido em 22 de setembro de 2005.

4 Programa exibido em 16 de setembro de 2005.

5 Programa exibido em 19 de setembro de 2005.

6 Programa exibido em 12 de setembro de 2005.

zação, já que a opinião e a fala do apresentador possuem tanto destaque. O discurso do mediador se caracteriza, em linhas gerais, como opinativo, valorativo e orientador. Ele seleciona os fatos, aponta e julga. Elementos do discurso populista⁷ também caracterizam, de forma generalizada, a fala do mediador: conservadorismo, maniqueísmo, paternalismo e apelo emocional. Varela se apropria e manuseia de forma competente e proveitosa esses elementos, que funcionam como ganchos para atrair e conquistar esse telespectador. A simplificação do mundo em dois polos (bom VS. maus, justos VS. injustos, certo VS. errado) e a escolha clara por um deles (o bom, justo, certo) está sempre conectada a uma divisão social entre ricos VS. pobres. Aos primeiros, sempre é relegado o papel do mau, explorador e desonesto. Varela se coloca estrategicamente do lado “bom” (e faz isso de forma pedagógica), do pobre, que é o telespectador-textual do seu programa. E deixa clara a opção do programa verbalmente: “Na avenida Garibaldi o tratamento é um, o povo na periferia é outro. Mas esse é um programa popular, de participação popular. Olha, me deixe, viu. Me deixe!”⁸, “A gente tem que priorizar o povo, hein?”⁹.

“Mas garanto que o filho dela e o filho do rico não ficam sem professor”¹⁰ – Varela se refere à Secretária de Educação, depois de denúncia de falta de professor em escola.

Os cartões verde e vermelho, que Raimundo Varela utiliza para parabenizar ou criticar determinada notícia, autoridade ou fato, funcionam como uma materialização desse discurso maniqueísta.

7 O populismo, no Brasil, está relacionado com as mudanças políticas e econômicas acontecidas no país no período que se estende de 1930 a 1946. Com a queda de poder das oligarquias, não havia nenhuma força social capaz de sustentar uma nova estrutura do Estado. “Nessa situação, a única fonte de legitimidade dessa nova estrutura serão as massas populares urbanas”. (MELO, 1981, p. 18) No populismo, questões essencialmente políticas e sociais são avaliadas em termos de valores éticos e o poder confunde-se com o chefe que o exerce, assumindo uma forma ‘pessoal’. (MELO, 1981) Para angariar o apoio e a legitimação das classes populares, o discurso dos chefes políticos considerados populistas reunia alguns elementos similares, que acabaram por configurar certo ‘discurso populista’, caracterizado, principalmente, pelo paternalismo, o apelo emocional, o maniqueísmo e a busca de identificação popular.

8 Programa exibido em 21 de setembro de 2005.

9 Programa exibido em 19 de setembro de 2005.

10 Programa exibido em 12 de setembro de 2005.

Expressões como “fique ligado”¹¹, “não mexa no televisor”¹², “Daqui a pouco a vovó simpatia, heim! Você não pode perder!”¹³ são utilizadas para acionar a atenção do telespectador, reforçando essa relação com a audiência. Muitas vezes, Varela dirige-se diretamente a um telespectador, respondendo a um *fax* ou *e-mail*: “Esse é o meu time, viu, George, para nunca mais você ter dúvidas”¹⁴.

Eliseo Verón (1983) classifica os apresentadores em “apresentador-ventríloquo” e “apresentador moderno” ou “meta-enunciador”, baseado na gestualidade e no posicionamento diante das câmeras. O “apresentador-ventríloquo” é aquele que funciona como ponto de passagem do discurso, caracterizado pelo factual e pelo descritivo. Seus gestos são mínimos e o olhar é a única forma de contato com o telespectador. Já com o “meta-enunciador”, expande-se a dimensão corporal e todo o corpo é mediatizado na relação com o telespectador. Parece claro que Varela não se encaixa na primeira categoria, todo o seu “corpo visível” participa do enunciado e ajuda na construção do sentido do que é dito. Além dos gestos, o apresentador modaliza o discurso também através da entonação da voz.

Mas ele também não se enquadra na segunda categoria, porque apesar de todo o gestual empregado, os enquadramentos são bastante tradicionais. Varela é mostrado sempre num Plano Americano (PA), dos cotovelos para cima, mostrando parte da bancada na qual se apoia. Toda a dimensão corporal está restrita aos braços, mãos e rosto. No caso do meta-enunciador, Verón diz que a expansão do “corpo mediatizado” (VERÓN, 1983, p. 13) vem acompanhada de uma expansão do cenário, que ganha profundidade e arquitetura e uma maior variedade de movimentos de câmera.

Devido à inexistência de modelos adequados, propomos o “apresentador ator”. Este se situaria entre o “apresentador intérprete” (GOMES

11 Programa exibido em 12 de setembro de 2005.

12 Programa exibido em 15 de setembro de 2005.

13 Programa exibido em 13 de setembro de 2005.

14 Programa exibido em 13 de setembro de 2005.

et al., 2005), categoria criada pelo Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo para designar aquele mediador que interpreta o texto através de *gestos faciais e modalização da voz de forma discreta* (exemplo desse modelo é o casal de apresentadores do *Jornal Nacional*: Fátima Bernardes e William Bonner) e “meta-enunciador”. No caso do “apresentador ator”, o corpo participa mais da interpretação da fala, embora essa dimensão não se expanda com a multiplicação de cenários e enquadramentos.

Na edição de 15 de setembro de 2005, depois de ler um *fax* de um morador de Itaparica, reclamando da situação da ilha, Varela comenta:

Quem tem sua dor é que geme, viu, amigo [bate na mesa]. Agora no palanque [aponta o dedo para trás], tinha até Bel do Chiclete [simula que está tocando uma guitarra com as mãos e balança o corpo]. Taran-ran-tan-tan-tam-taram [simula a ‘música’]. [Bate na mesa e gira a mão direita]. Mil promessas e nada faz um gesto de ‘banana’ com o braço direito]. Nada pro povo.

“AO LADO DO POVO...”

– APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS NO DISCURSO DE VARELA

Raimundo Varela constrói para si um lugar de enunciação que o situa “ao lado do povo”, como dito anteriormente, numa tentativa de identificá-lo com o telespectador. No seu discurso, ele se coloca como um cidadão comum, sofredor das mazelas urbanas e revoltado com os escândalos políticos.

Raimundo Varela – Eu tenho raiva quando eu recebo uma conta atrasada. Esse mês passado eu recebi uma conta pra pagar no dia 5, chegou na minha casa no dia 5 de manhã. Peraê! Aí foi o Correio que atrasou. Agora, estamos em greve nos correios. E agora? Como é que a carta vai chegar? Não é? Imagine que situação!¹⁵

Raimundo Varela – “A gente já ‘tá’ cansado disso. O povo já não aguenta mais”¹⁶.

15 *Balanço Gral*, programa exibido em 16 de setembro de 2005.

16 *Balanço Gral*, programa exibido em 16 de setembro de 2005.

Essa identificação muitas vezes é reforçada através da forma de falar. Raimundo Varela utiliza uma linguagem coloquial recheada de expressões populares e tenta sempre criar um clima de despojamento no seu discurso. Dessa forma, o comentário soa mais naturalizado, inserido no mundo do telespectador:

Raimundo Varela – Pergunta se o povo sabe disso!! Ninguém sabe, só os deputados. E ficam lá fingindo que não sabem! Oh, me deixe, viu! Me deixe, viu! ‘Tô’ ficando careca! Ó minha cabeça ó (mostra as entradas na cabeça sem cabelo), ‘tá’ ficando careca!¹⁷

Porém, ao mesmo tempo em que Varela simula essa dimensão de compartilhamento com o público, outras estratégias apontam para um distanciamento que o autoriza a selecionar, classificar e valorar os acontecimentos do mundo. Seu discurso é marcado por um jogo de aproximações e distanciamentos, que lhe permite colocar-se ao lado do povo em determinados momentos e acima dele, quando necessário. Cabe ao programa o papel de oferecer esse espaço de contato entre o público e o poder. Sendo assim, já não mais se localiza ao lado do povo, mas acima dele. Preocupado com as questões populares, mas com poder suficiente para acionar as instituições públicas, retratadas sempre como distanciadas da parcela mais pobre da população. Nesse momento o programa adquire um cunho paternalista. É Raimundo Varela que nos mostra as pistas para entender o contexto comunicativo proposto pelo programa:

Raimundo Varela – O Balanço Geral não faz nada não. Agora, nós queremos ser o que? Nós queremos ser o elo de ligação, o elo de ligação entre você e o poder. Calabetão. Olha a situação da rua, heim. É o pedido de socorro. É o grito da cidade. É o Balanço Geral [...]. São os bairros da periferia pedindo socorro através do Balanço Geral¹⁸.

Esse distanciamento é materializado também por uma postura pedagógica do apresentador, que se apresenta como aquele que traz e explica

17 *Balanço Geral*, programa exibido em 23 de setembro de 2005.

18 *Balanço Geral*, programa exibido em 13 de setembro de 2005.

as informações do mundo para o cotidiano da população. Fatos do mundo político e do poder são “traduzidos” para o idioma popular, além de veiculados sempre a partir do ponto de vista das consequências no dia a dia do cidadão. Raimundo Varela atua como aquele que oferece o espaço, explica as notícias e orienta a população. Operadores didáticos como a repetição da informação são constantemente utilizados para simplificar a mensagem e facilitar o entendimento por parte do telespectador.

Raimundo Varela – Você deve procurar a corregedoria da polícia, a ouvidoria da polícia e fazer uma queixa. A cor-re-ge-do-ria (fala de forma mais devagar, dando ênfase nas sílabas) de polícia é o órgão que fiscaliza a ação praticada por policiais, como tem a cor-re-ge-do-ria de justiça, que fiscaliza as ações dos juízes. Imagine! Então cabe às famílias se unirem e irem até a ouvidoria e corregedoria da polícia e colocar essa situação para que chegue ao conhecimento das autoridades¹⁹.

Essa postura assumida pelo apresentador (e pelo programa como um todo) no sentido de diferenciá-lo do telespectador, adotando uma posição superior de quem ensina e orienta, fica explícita também quando Varela conduz o programa de modo a guiar a audiência, dizendo em quais momentos o telespectador deve prestar mais atenção, quando deve se indignar, quais notícias são chocantes. Para isso, ele utiliza muitos operadores de interpelação e verbos no imperativo: “Observem. O trânsito parou aqui em frente, hein, no viaduto Raul Seixas. Observem”²⁰.

Raimundo Varela – Rapaz, eu não sei nem por onde começar. Preste atenção, viu, Ricardo. A pergunta que eu vou fazer agora eu quero você de casa atento ao que eu vou dizer: onde está o limite da violência no Brasil? Não tem. Ultrapassamos ontem o limite. Eu confesso que eu já tenho 30 anos no rádio e na televisão, eu nunca vi um negócio desses que nós vamos ver agora. Foi o maior crime que eu já vi na televisão. [...] ²¹.

19 *Balanço Geral*, programa exibido em 13 de setembro de 2005.

20 *Balanço Geral*, programa exibido em 12 de setembro de 2005.

21 *Balanço Geral*, programa exibido em 12 de setembro de 2005.

Há um lastro simbólico no qual o discurso de Varela se sustenta, construído durante todo o seu trajeto no campo jornalístico, reconhecido pelo telespectador. Além disso, essa trajetória é sempre citada na sua fala, como forma de inseri-la textualmente no programa, além de autorizar e credibilizar as opiniões emitidas.

A vestimenta do apresentador, que sempre está de terno e gravata, emprestam seriedade à sua figura, ajudando a reforçar a sua imagem como aquele autorizado a orientar e representar o telespectador.

“VOCÊ DE CARA COM A VERDADE...”

- O TELESPECTADOR TEXTUAL NO *BALANÇO GERAL*

Se o programa, em especial seu apresentador (que é a encarnação física das características pretendidas pelo *Balanço Geral*), constrói para si esse lugar ambíguo que se desloca do lado do cidadão, num patamar de igualdade, para aquele lugar de porta-voz dos anseios do povo, orientando, explicando e guiando o telespectador, ele constrói também um lugar para esse telespectador. No *Balanço Geral*, a audiência (e aqui já falamos do operador contexto comunicativo) está caracterizada como aquele cidadão pobre, desassistido, morador da região periférica da cidade (“cidade simbólica” construída pelos programas), que sofre com problemas como falta de infraestrutura urbana e carência de serviços públicos. Esse telespectador é retratado como distanciado do poder público, necessitando do programa (que assume o lugar de porta-voz) para atingi-lo. Destituído do seu poder de ação, a população estaria à mercê das autoridades públicas para a resolução dos seus problemas e, em boa medida, dos telejornais, já que esses atuam como o elo entre essas duas instâncias.

O *Pátio do Povo*, quadro no qual a população entra “ao vivo” no programa para fazer suas reclamações e apelos, é um dos melhores exemplos desse lugar oferecido ao telespectador no contexto comunicativo proposto pelo programa.

Repórter – Varela, olha só a expressão de D. Jacira [...] Ela vai ser encaminhada aqui através Balanço Geral para a delegacia porque estava muito nervosa e depois do roubo não conseguiu registrar queixa e pede que você, através do Balanço Geral, peça com maior

brevidade a solução desse problema. O nome dela é Jacira das Virgens Ramos, ela foi roubada²².

No *Balanço Geral*, todo esse universo excluído (e aqui já falamos também de temática, organização das editorias e proximidade com a audiência) para o qual o programa se dirige está presente no programa, desde os assuntos tratados, abordagens das matérias, territórios acionados. O telejornal aciona uma determinada cidade simbólica constituída pela periferia da cidade, palco das maiorias das notícias veiculadas. Assuntos ligados a esse sentido de localidade (e principalmente a essa cidade) como buracos nas ruas, bandidos presos, aumento de tarifa dos transportes, falta de professor na escola são os mais característicos da cobertura feita pelo telejornal.

“É O GRITO DA CIDADE!” – JORNALISMO E POVO NO BALANÇO GERAL

A presença da audiência no programa, seja fisicamente ou como estratégia textual, e a forte ligação do jornalismo com certo sentido de vigilância e localidade são outras importantes características do *Balanço Geral*.

Existe um telefone específico para denúncias, o Disque-denúncia, e todos os dias um quadro especial coloca no ar a reclamação de um cidadão, geralmente no início do segundo bloco. A denúncia e a abertura do espaço para o povo estruturam e caracterizam o programa *Balanço Geral*. Durante todo o telejornal, Varela lê *fax* e *e-mails* enviados por telespectadores de todo o Estado fazendo reclamações sobre assuntos relacionados aos poderes públicos e ao dia a dia de uma cidade: infraestrutura urbana, saúde, educação, segurança pública, emprego.

O “povo fala”, estratégia utilizada para autenticar a cobertura de um assunto e servir de ponto de identificação para o receptor, está presente em todo o programa. Além das formas de contato com o telejornal: telefone, *fax* e *e-mail*, o programa traz também o *Pátio do Povo*. O segundo bloco sempre inicia com o quadro *Disque denúncia* com as denúncias apuradas através do telefone e o terceiro bloco com o quadro *Me deixe, viu!*,

22 *Balanço Geral*, edição de 19 de setembro de 2005.

espaço onde o povo pode fazer uma queixa ou reclamação de uma forma mais divertida terminando com o bordão “Me deixe, viu!”, expressão tipicamente soteropolitana. Além disso, a abordagem preferencial das matérias é sobre as consequências do fato noticiado para a vida do cidadão comum.

O pacto sobre o papel do jornalismo que melhor funciona aqui é o da vigilância, que determina um jornalismo sempre alerta para descobrir e noticiar fatos contrários aos interesses do povo. Essa opção é constantemente reiterada no programa como estratégia de credibilidade.

A cobertura do *Balanço Geral* é essencialmente local (Salvador): tarifa de ônibus, ruas esburacadas, falta de iluminação pública etc. Fatos da cidade são a principal matéria-prima do programa. Quando entram matérias nacionais, estas dizem respeito, principalmente, a acontecimentos políticos que interferem na vida de todo o país, como no caso da matéria sobre a cassação de Severino Cavalcanti, ex-presidente da Câmara Federal²³, e que trazem repercussões para o cidadão baiano.

A cidade que pede socorro, excluída da esfera de ação do poder público é matéria-prima do jornal que sempre afirma mostrar a “verdade nua e crua”, de pobreza, miséria e necessidade do povo baiano. Assim, o pacto sobre o papel do jornalismo é reforçado como aquele que, além de vigiar e denunciar todos os fatos contrários aos interesses da população e intervir a favor do povo, traz à tona notícias normalmente postas de lado pela imprensa tradicional ou veiculadas somente nas páginas policiais.

Edmundo Filho – Ao lado do povo, Varela, para mostrar a vida como ela é. Sem retoques e sem maquiagem (câmera faz movimento de zoom in e se aproxima do repórter, focalizando-o num close) você de cara com a verdade no *Balanço Geral*²⁴.

No *Balanço Geral*, essa vigilância é estendida aos poderes públicos, instituições e políticos, sempre na mira dos comentários de Raimundo Varela.

23 *Balanço geral*, programa exibido em 22 de outubro de 2005.

24 *Balanço Geral*, programa exibido em 13 de setembro de 2005.

Raimundo Varela – Outra coisa que eu queria cobrar do prefeito João Henrique, aproveitando a audiência do Balanço Geral. O prefeito João Henrique em campanha, todo mundo sabe que ele prometeu o vale transporte do trabalhador desempregado. Cadê? Cadê? [...] ²⁵.

Essa vocação popular pretendida e divulgada pelo programa é materializada não só pela presença física do cidadão no programa através dos canais de comunicação disponíveis e dos inúmeros quadros onde a população tem espaço para falar, como também pela forma como esse cidadão é mostrado, sempre identificado com nome e sobrenome.

Os entrevistados são constantes no programa, participando de todas as edições do período analisado, exceto no dia 21 de setembro de 2005. A maioria dos convidados tem relação com os poderes públicos e geralmente é abordada sob duas perspectivas: a da vigilância (“o que a instituição anda fazendo?”) e do jornalismo de serviço (informações úteis para o dia a dia do povo).

A análise dos operadores como recursos técnicos a serviço do jornalismo e recursos da linguagem televisiva é importante para perceber como eles são usados na configuração de outros operadores como o pacto sobre o papel do jornalismo, caracterização do mediador e texto verbal.

Os dois recursos mais importantes no programa são os efeitos sonoros e o “ao vivo”. Os primeiros são constantemente utilizados durante o programa e ajudam na construção de sentido do discurso do mediador, intensificando o clima de denúncia, ou revolta, ironia etc. Exemplo disso é a edição de 22 de setembro. Depois de veicular matéria sobre a confusão durante ato de renúncia de Severino Cavalcanti, ex-presidente da Câmara, Varela faz o seguinte comentário, em tom irônico: “Continuar assim, eu vou lançar o nosso Popó deputado federal (entra efeito de risadas no fundo, bate na mesa). É o nosso campeão mundial de boxe para deputado”.

O “ao vivo” é outro recurso da linguagem televisiva bastante explorado pelo *Balanço Geral*. Todo o programa é veiculado “ao vivo”, o que empresta um sentido de verdade e credibilidade ao que é noticiado, já que pode ser atestado com imagens. Além disso, a sensação de ausência

25 *Balanço Geral*, programa exibido em 12 de setembro de 2005.

de mediação também ajuda a tornar o discurso mais credível. O apresentador reforça o clima do “ao vivo” ao pedir matérias, referir-se à sua produção no ar, desnudando a produção noticiosa para o telespectador: “Cadê o Duda? O Duda já chegou? Já tem o Duda? Já posso chamar o Duda Mendonça? Chamo logo essa?”²⁶. “Daqui a pouco eu quero falar com Edmundo Filho, quando ele tiver OK me avisa, hein! A gente tem que priorizar o povo, hein! A gente tem que priorizar o povo, hein! Já ‘tá’ OK Edmundo?”²⁷.

O “ao vivo” é tão importante no *Balanço Geral* que algumas matérias tentam criar esse efeito, ao acompanhar a ação do Grupo Especial de Repressão a Roubos em Coletivos da Polícia na edição de 12 de setembro de 2005 e da Operação Visão Noturna, grupo especial da Polícia Civil para combate a furtos e roubos de veículos, na edição de 22 de setembro. Nas duas matérias, a câmera acompanha o carro da polícia, da perspectiva do motorista, colocando o telespectador como mais um naquela expedição. Durante a matéria, podemos ouvir o som ambiente, o rádio de transmissão, com o som da polícia descrevendo os suspeitos, elementos que criam um sentido de falta de mediação, como se estivéssemos acompanhando todos os passos dos policiais.

(IN)CONCLUSÕES

Nesse momento parece oportuno retomar as discussões sobre televisão e qualidade levantadas no início desse artigo. Machado (2000) cita a questão do desconhecimento da televisão devido à falta de análises da sua produção televisiva e propõe um “repertório fundamental”, um conjunto de programas que serviriam de exemplo de qualidade televisiva. Uma importante questão para Machado é o combate à ideia de que o meio televisivo por sua natureza industrial e massificadora não comporta conteúdos de qualidade estética e artística. Para tanto, ele aponta seu “repertório fundamental”. O problema aqui está no fato de que os programas que constituem esse repertório são completamente deslocados

26 *Balanço Geral*, programa exibido em 14 de setembro de 2005.

27 *Balanço Geral*, programa exibido em 19 de setembro de 2005.

da realidade televisiva contemporânea. O resultado é que caímos mais uma vez numa perspectiva do tipo “o que a TV *poderia* ser em termos de estética...”, além de analisarmos a real produção televisiva (como havia sido a proposta do livro de Machado).

Para Freire Filho (2004) e Cunha (2005) o problema da discussão de qualidade na TV está na conformação de um conjunto de critérios internos de análise, ou seja, que estejam baseados na própria linguagem televisiva. A proposta aqui é abandonar as análises qualitativas baseadas em critérios externos (como moral, ética, política etc.), e buscar no próprio programa os referenciais para sua crítica. Além disso, a variabilidade de acepções a que se presta o conceito de qualidade (que é um valor determinado por referências sociais) implica em análises baseadas em critérios expressos e determinados.

A proposta de utilização do conceito de modos de endereçamento para análise da qualidade televisiva mostrou-se proveitosa exatamente para dar conta dessa necessidade de constituição de critérios de análise internos à lógica televisiva. A utilização do conceito de modos de endereçamento na perspectiva do “estilo” ajuda a pensar como os programas se conformam internamente, como “funcionam”.

Além disso, como a proposta metodológica utilizada por esse trabalho volta-se para os produtos televisivos (no caso específico, os programas jornalísticos), pensamos a televisão “[...] como o conjunto de trabalhos audiovisuais (variados, desiguais, contraditórios) que a constituem”. (MACHADO, 2000, p. 19)

Porém, apesar dos ganhos possibilitados pela análise da qualidade baseada no conceito de modos de endereçamento, essa escolha implica também limitações e problemas encontrados no percurso analítico.

A primeira e mais importante dessas limitações tem a ver com a questão: que tipo de qualidade é possível pensar a partir dos modos de endereçamento? Vamos retomar Geoff Mulgan (1990 apud MACHADO, 2000), para enumerar os sete diferentes sentidos para a palavra qualidade: 1) capacidade de usar os recursos expressivos do meio; 2) capacidade de satisfazer necessidades da audiência e da sociedade; 3) competência para usar os recursos de linguagem de uma forma inovadora; 4) promoção de

valores morais e modelos edificantes e construtivos de conduta; 5) capacidade de gerar mobilização e participação nacional em torno de grandes temas de interesse coletivo; 6) promoção de uma programação que valorize as diferenças, as minorias e as individualidades; 7) diversidade, capacidade de abrigar a maior quantidade de experiências diferenciadas.

Sob o ponto de vista da concepção 3, por exemplo, que diz da competência para usar os recursos de linguagem de uma forma inovadora, a análise do *Balanço Geral* aponta para uma classificação do telejornal como tradicional no uso dos recursos da linguagem televisiva (enquadramentos repetitivos e padronizados, por exemplo). Sob o ponto de vista dos valores éticos, existe uma forte tendência em classificá-lo também como ruim, pela adoção de um discurso simplista e conservador, atuando como mídia-tribunal, sentenciando fatos e pessoas que ainda não foram julgados pelos trâmites legais.

Portanto, é necessário deixar claras as limitações de uma análise de qualidade desse tipo, já que essa é uma palavra que se presta a acepções tão variadas e conceitos tão elásticos. Interessa-nos aqui uma qualidade específica, aquela que diz respeito à forma como um programa utiliza os elementos do gênero para conformar seu estilo e estabelecer relação com seu telespectador.

Ao adotar o ponto de vista dos modos de endereçamento para pensar a qualidade, corremos o risco de cair numa perspectiva de qualidade baseada em princípios como “tudo que nós (audiência) gostamos é válido” ou “tudo que nos é proposto vale”. Numa análise desse tipo, se o programa funciona, ou seja, se ele sabe para qual público se dirige e como utilizar as estratégias para capturar esse público, já pode ser considerado um programa de qualidade, ainda que seja completamente desprezível sob outros aspectos (moral, ético, político, ideológico etc.). Por isso a necessidade de ressaltar a importância de outras perspectivas para a análise da qualidade televisiva e ainda um possível cruzamento de análises que possibilite afirmações mais abrangentes sobre a qualidade de um programa.

Durante a análise dos programas, em especial dos mediadores, percebemos que um ponto chave estava na sua atuação dentro do programa, além das estratégias argumentativas: forma como encarna seu persona-

gem, quais são e como utiliza as estratégias para ser credível (para realmente parecer indignado, revoltado, triste, alegre, preocupado com o aumento da gasolina etc.). Estratégias que têm a ver com a entonação da voz, a utilização das expressões faciais e gestos para a construção desse personagem. Nesse momento, percebemos nossa limitação na análise de dados como esse. A proposta metodológica do Grupo de Pesquisa Análise de Telejornalismo ainda não nos habilita a analisar esses elementos do comportamento e atuação dos mediadores.

Outra limitação do trabalho é o seu sentido de **exercício**. Vale aqui muito mais a conformação e o amadurecimento de uma nova proposta metodológica e as pistas apontadas pelo percurso analítico do que respostas e conclusões que possam ser elencadas. Os resultados desta análise apontam para o funcionamento do conceito de modos de endereçamento para a análise da qualidade televisiva (no que se refere à utilização dos recursos do meio), e para a necessidade de análise de outros telejornais para a determinação de resultados precisos.

REFERÊNCIAS

- BALANÇO GERAL, [20--?]. Disponível em: <<http://www.itapoanonline.com/main/balancogeral/default.aspx>>. Acesso em: 15 maio 2009.
- CUNHA, Piedra Magnani da. *A questão do popular na TV: interlocuções entre programas populares e telespectadores*. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.
- FREIRE FILHO, João. Notas históricas sobre o conceito de qualidade na crítica televisual brasileira. *Galáxia*, São Paulo, v. n. 7, p. 85-110, abr. 2004.
- GOMES, Itania; GUTMANN, Juliana F.; SANTOS, Thiago E. F. Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás – jornalismo e entretenimento no custe o que custar. *E-compós*, Brasília, v. 11, n. 2, maio/ago. 2008.

_____ et al. Quem o jornal do SBT pensa que somos? Modos de endereçamento no telejornalismo show. *Revista da FAMECOS*, Porto Alegre, v. 26, p. 85-98, 2004.

_____. Modo de endereçamento no telejornalismo do horário nobre brasileiro: o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão. In: CONGRESSO INTERCOM, 5., 2005, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: UERJ, 2005. v. 1, p. 54-72.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Ed. Senac, 2000.

MELO, José Marques de. *Populismo e comunicação*. São Paulo: Cortez, 1981.

VERÓN, Eliseo. Esta ahí, lo veo, me habla. Tradução Maria Rosa Del Coto. *Enunciacion et cinema: Revista Comunicativa*, Paris, n. 38, 1983.

WILLIAMS, Raymond. *Television: technology and cultural form*. 2. ed. London: Routledge, 1997.