

# Más notícias tomam conta de telejornais

Pesquisa revela que mais da metade das notícias veiculadas na TV podem ser consideradas ruins

LINA DE ALBUQUERQUE

A crise brasileira mostra sua cara na televisão. Uma pesquisa da OpinionMaker, o novo grupo de estudos da agência paulista Manager Comunicação, acaba de revelar que 66,10% das informações veiculadas pelos telejornais brasileiros são consideradas más e péssimas.

Durante 15 dias, um grupo de dez jornalistas contratados pela agência, coordenados por Márcio Castanho, fez plantão diante dos principais telejornais das redes Globo, Bandeirantes, SBT, Record, TV Gazeta e TV Cultura. Os informativos foram assistidos de forma alternada, e as notícias classificadas conforme o impacto emotivo, por meio de critérios que variavam de "ótima" a "péssima".

O resultado obtido (veja gráfico), extraído da análise de 1.212 avaliações, anunciou uma má

notícia para os mais otimistas: as desgraças são consideravelmente mais presentes na telinha do que os fatos cor-de-rosa. "Essa conclusão não me surpreende nem um pouco", opinou o locutor-emblema da Globo, Cid Moreira. "Antes mesmo de trabalhar em telejornal, sempre soube que as más notícias eram boas notícias", disse ele, parafraseando o tradicional slogan do jornalismo americano "good news is no news". O velho Moreira não se sente mal em despejar grande carga de desolação sobre os lares dos telespectadores: "Sou profissional, me porto como um médico diante de um cadáver".

## IMPACTO

O Jornal Nacional, segundo Castanho, é o noticiário mais preocupado em causar impacto com os extremos. Enquanto nos outros telejornais a média de notícias péssimas ficou em 38% e de ótimas em 2,7%, o Jornal Nacional apresentou 39,3% de informações péssimas e 4,4% de ótimas. "Em compensação", disse Castanho (que já foi assistente da chefia de reportagem da Globo por cinco anos), "esse con-



Rolando de Freitas/AE

Cid Moreira: como um médico

traste é menos evidente no TJ Brasil do SBT. Nele, 25,7% foram classificadas de péssimas e não houve nenhuma notícia ótima". Na opinião do âncora do TJ Brasil, o veterano Boris Casoy, os jornalistas não devem ter a preocupação de posar a notícia de acordo com o seu aspecto negativo ou positivo. "O limite do impacto é o sensacionalismo —

a informação para onde ele começa", afirmou ele, satisfeito com a constatação do OpinionMaker.

Para Carlos Nascimento, âncora do Jornal da Record, os telejornais precisam ser fiéis aos fatos. "Ultimamente as boas notícias, presentes nos esportes e nas seções de artes, não frequentam a economia nem a política", admitiu. O diretor de jornalismo da Rede Manchete, Zevi Ghivelder, lembra que cenas como a implosão de um prédio ou um acidente na Fórmula-1 merecem mais destaque na televisão do que num jornal ou revista devido à sensação provocada pela imagem. "Mas dentro da Manchete não existe qualquer orientação para que os repórteres tentem encontrar o lado bom ou ruim da notícia", frisou.

O crítico e poeta Décio Pignatari não acredita, no entanto, que o reino das más notícias esteja em ascensão nas telas. "Ao contrário da publicidade, o jornalismo sempre se interessou, pelas mazelas do mundo."

\* Colaborou Flávio Gut, do Rio

## A cara da notícia na TV

(Percentual em relação ao total de cada área)

|          | Péssima | Má    | Boa   | Ótima | Indiferente |
|----------|---------|-------|-------|-------|-------------|
| Economia | 61,19   | 37,31 | 1,49  | 0     | 0           |
| Política | 39,50   | 24,69 | 18,51 | 0     | 17,28       |
| Exterior | 43,28   | 34,32 | 10,44 | 0     | 11,94       |
| Esportes | 2,7     | 16,66 | 58,33 | 5,55  | 16,66       |
| Ecologia | 35,71   | 21,42 | 23,57 | 14,28 | 0           |
| Artes    | 2,32    | 13,95 | 51,16 | 11,62 | 20,93       |

Fonte: Opinion Maker



HUGO CARNEVALLI