

*“De todas las formas, televisar la pena de muerte
no la hace peor ni la banaliza.
Simplemente hace esta realidad ineludible
y nos sitúa, querámoslo o no,
en el papel de cómplices”.*

(Luis Rojas)

CAPÍTULO 6

6. ANÁLISIS DEL CONTEXTO SOCIOMEDIÁTICO DONDE SE PRODUCEN Y CIRCULAN LOS DISCURSOS DE VIOLENCIA EN LA TELEVISIÓN

La relación violencia y televisión se constituye una temática que está al orden del día en varias sociedades, presentándose por lo tanto como significado cultural. En este capítulo, procuramos narrar los procesos de mediación establecidos entre el contexto de la violencia en Brasil y su representación en los discursos informativos de la televisión, identificando los elementos involucrados para efectuar las operaciones de sentido establecidas entre la realidad de la violencia y su representación, la verdad de la violencia y su simulación en los noticiarios de televisión.

6.1. VIOLENCIA EN BRASIL HOY: NUEVOS CONTEXTOS, SUJETOS Y LENGUAJES

La comprensión del fenómeno de la violencia en el contexto de la sociedad brasileña coloca algunas exigencias capaces de permitir el reconocimiento de la clara articulación establecida entre violencia y cultura. Es decir, es de vital importancia una comprensión acerca del papel del sentido y del impacto que tiene la violencia en sus distintas manifestaciones en los medios de comunicación, desde el punto de vista del conjunto de la dinámica cultural de la sociedad brasileña contemporánea.

Si por un lado, las acciones y discursos de varios sujetos sociales, en el contexto brasileño, indican la construcción de un pluralismo y multiculturalismo, por desarrollar nuevas formas de convivencia democrática y de afirmación de la ciudadanía conquistada por segmentos sociales en la Constitución Brasileña de 1988; por otro lado, emergen comportamientos marcadamente violentos, que contradicen el proyecto político y cultural, al afirmar modos de vida capaces, en su límite, de ser negadores de la alteridad, impidiendo la existencia de una convivencia entre formas sociales plurales.

La inserción de Brasil en el nuevo orden económico y cultural global, convoca al país a debatir la cuestión de la violencia y los desafíos que ésta presenta a la ciudadanía, de modo que el país pueda dar una respuesta a sus pares, en los acuerdos económicos, políticos y culturales. En el contexto de la globalización, la cuestión de la violencia (anteriormente practicada, pero frecuentemente omitida y transvertida) gana importancia, específicamente en el momento en que se gestionan estrategias de integración sociocultural, tanto en el plano interno como externo.

Tanto por la naturaleza, cuanto, especialmente, por su papel en la dinámica cultural contemporánea, la violencia constituye un tipo de fenómeno

que no solamente expresa conflictos, mas, a su vez, puede también viabilizar emergencia de alteridades. Conforme afirma Santos (1999:12)¹⁰¹. "Esta emergencia posibilita la existencia de formas culturales diferenciadas, que encuentran modos de expresión pasivos de exhibición en los medios de comunicación, instituyendo sentidos y ganando adeptos." Se trata por lo tanto, de una violencia (re)simbolizada, la cual se afirma como elemento de estilo, haciendo con que nuevos sujetos logren visibilidad en el espacio público, sobretudo en el mercado de producción y consumo cultural, siempre dispuesto a lanzar novedades con resonancia social". La importancia que el fenómeno de la violencia tiene en la dinámica cultural contemporánea brasileña se refleja en los productos de consumo cultural ofrecidos al público, en el cine, en la televisión, en los videos juegos, en las letras de las músicas - una oferta homogénea de productos de consumo mediáticos que circulan en heterogéneos contextos de recepción.

Así que en el espacio de investigación de las Ciencias de la Comunicación Audiovisual, debemos incorporar otra perspectiva en el estudio de la violencia, la de la "violencia representada". Pereira y otros (1999:20)¹⁰² la destacan en los medios de comunicación:

"La violencia representada apunta hacia la fascinación, ambigua pero efectiva, despertada por la presencia de la violencia en los medios de comunicación, bien como en el arte. Al enfatizar esta perspectiva estamos, simultáneamente, aceptando a la violencia representada como "agente directo o indirecto" de la dinámica social y cultural".

La violencia se conjuga con la efectiva creación de expresiones estéticas que se constituyen en productos culturales de circulación y consumo en el sistema mediático. La violencia es un producto que se apoya en el poder de la fascinación y construye su impacto por la posibilidad de su visibilidad.

¹⁰¹ Santos, J.V.T.(1999). Por uma sociologia da conflitualidade no tempo da globalização, en *Violência em tempo de Globalização*. Ed. Hucitec, São Paulo, pp.12.

¹⁰² Pereira, C.A.M; Rondelli, E; Scholhammer, Herschmann, E. (2000). *Linguagens da Violência*. Ed. Rocco, Rio de Janeiro, pp. 20.

6.2. VIOLENCIA, REALIDAD Y REPRESENTACIÓN: LA ESCENA MEDIÁTICA

En los últimos años, la sociedad brasileña vivenció impactantes escenas de violencia, repetidas exhaustivamente en la pantalla de la televisión, en todas las cadenas y telediaros:

Noviembre, 1999 – Un estudiante de medicina de 24 años efectúa disparos con una metralleta en un cine dentro del *Morumbi Shopping*, un centro comercial de la ciudad de *São Paulo*, matando a tres personas



e hiriendo a otras cinco, después de haber visto la última presentación de la película “ El Clube de la Lucha”, del director estadounidense *David Fincher*, protagonizada por el actor *Brad Pitt*. La película retrata la vida de algunos hombres inadaptados, que montan una organización clandestina, en la cual parecen reencontrar su propia virilidad pegándose puñetazos y puntapiés.

Un nuevo tipo de crimen, común en los Estados Unidos, surge en Brasil: El asesinato en masa. El “homicida por serie”, como es conocido en la jerga popular, es el protagonista de este tipo de violencia que intenta lograr el mayor número de víctimas.

En las noticias, la reconstrucción del crimen, conducida por imágenes producidas a través de simulaciones, con el uso de actores, escenarios reales o *infografías* animadas, invade las pantallas de los telediaros de la televisión.

Una vez más, la tenue línea que separa la violencia real, de la violencia representada, se vuelve invisible.

(Cabe recordar aquí, el caso del asesinato de la actriz Daniela Pérez, hija de la novelista de la Red Globo Glória Pérez, en el año de 1992, otro crimen que ya habitó el universo de límites difusos entre realidad y ficción).

En el *Jornal da Record* de la noche del día 9/11/99, el estudiante de Derecho, Miguel Beltrán Neto, de 20 años, que estaba en la sala de cine y se salvó por haberse agachado entre dos sillas, pondera:

“Cuando oí a los tiros por arriba, en aquel momento, creí que era una broma, como las que hacen en el programa del Silvio Santos(SBT), o en el programa del *Faustão* (Red Globo). Luego, cuando él disparó hacia la platea, al público, me di cuenta de que la violencia era real, no era cosa de película y, mucho menos, de programas de televisión.”

Diciembre, 1999 – Es secuestrado Wellington de Camargo, hermano de los cantantes populares Zezé Di Camargo y Luciano. Frente a la negativa de la familia de pagar el rescate sin una prueba concreta de que la víctima estaría con vida, los secuestradores decidieron cortarle la oreja derecha y enviársela a la emisora de televisión *Serra Dourada*, de *Goiás*, retransmisora



Zezé di Camargo e Luciano têm fé de que o irmão sobreviverá ao seqüestro

del SBT, acompañada de un mensaje al presentador Carlos Massa (muy conocido en Brasil como *Ratinho*), exigiéndole que promoviese una campaña de recaudación de fondos para pagar el rescate y aumentando el valor del mismo de 300 mil dólares a 3 millones de dólares.

El presentador empieza así, una campaña destinada a reunir el dinero para el pago. Imágenes de la oreja de la víctima (que remiten a los modos de ejecución de los mafiosos sicilianos) son retransmitidas a la hora de la cena de la familia brasileña por casi todos los informativos, así como la nota escrita por la víctima al presentador, pidiéndole ayuda para no morir en las manos de los secuestradores. Una línea de servicio telefónico de pago (0 - 900) es puesta a disposición del público.

A partir de ahí, surge una polémica sobre ética, alrededor de la relación entre violencia y televisión, en el seno de la sociedad brasileña. Para algunos juristas, hubo apología del crimen, una interferencia en el trabajo de investigación de la policía y una invasión en la vida privada de la familia y de la víctima.

La revista *Contigo* de 23/3/99 ¹⁰³ afirma: “El mensaje nefasto de los secuestradores acabó por convertirse en un triunfo en la disputa de la audiencia. Domingo, *Gugu Liberato* (SBT) presentó, en primerísimo plano, el trozo de la oreja, resultado: 27 puntos en contra de 21 del programa de la Red Globo *Domingão do Faustão*, que adoptó un tono más cauteloso. El programa del *Ratinho*, de la Red Record, también se benefició de las imágenes para disparar la audiencia. El programa, que tenía una media de 18 puntos la semana anterior a la emisión, logró 22 puntos de audiencia el lunes día 15 y llegó a 29 puntos en el final de semana”. El secuestro ocupa los telediarios durante los meses de diciembre/99 a marzo/2000 y las imágenes de la oreja de la víctima, hermano de los famosos, fomenta la audiencia de los informativos de televisión.

¹⁰³ *Revista Contigo*, ed. Abril, 23 de marzo, 1999, Rio de Janeiro.

Febrero, 2000 - mientras las autoridades gubernamentales se apresuraban en presentar un Plan de Seguridad para los ciudadanos brasileños frente al crecimiento de la violencia en el país, un niño de 9 años, en la violenta ciudad de Santa Maria, en la periferia de Brasilia, agredió con 20 cuchilladas en las espaldas, a su vecina y amiga de 7 años, cuando jugaban imitando a la película *Juegos Asesinos 2*, que ellos habían visto juntos, por la televisión, dos días antes en la Red de Televisión - *SBT*. Antes de acuchillar a la niña-vecina, el niño le dijo¹⁰⁴: “Tu vas a morir como el muñeco asesino”. En la película el muñeco muere y resucita varias veces. Cuando la niña cayó al suelo, sangrando, él se asustó, empezó a llorar y a llamar a los familiares, que lo encontraron intentando despertar a la víctima. La familia del niño (agresor) afirma que él había estado muy agitado y con pesadillas después de haber visto la película.

Junio, 2000 - El día 12 de junio entra para la historia de la televisión brasileña como el día en que los telespectadores ven por primera vez, una ejecución en directo. El país se sorprende con imágenes de violencia transmitidas directamente desde el escenario del crimen: un autobús, en una calle de Rio de Janeiro. La mediación del acontecimiento parece desmontar casi todos los límites que separan



¹⁰⁴ Secco, A. (2000). Socorro: Um Assassinato a cada 13 minutos, en *Revista Veja*, ano 33, nº23, ed. 1652, junio, São Paulo.

realidad y ficción. Las escenas, marcadas por imágenes de extrema crueldad, fueron captadas accidentalmente por un circuito interno de la compañía de tráfico del Ayuntamiento de la ciudad (los diálogos mantenidos por los personajes no eran audibles) y transmitidas por la TV a cable *Globo News* y por la Red Record de Televisión. Dos estudiantes de la Universidad Pontificia de Rio de Janeiro registraron también las imágenes del autobús, mientras grababan un programa para la Televisión Universitaria.

En la transmisión en directo (con más de 4 horas de duración, con derecho incluso a publicidad) y, más tarde, proliferando en todos los telediarios, las escenas de crueldad, transmitidas en tiempo real, orientan la construcción discursiva del acontecimiento, largamente anclado en las imágenes, por las cuales millones de brasileños acompañaron el asalto que monopolizó también, la cobertura de emisoras de radio. A través de *sites de internet*, algunos gestionados por las propias emisoras de televisión, las imágenes del asalto pudieron ser visionadas, *on line*, en cualquier parte del mundo.

El epicentro del asalto, Sandro, 20 años, ex niño de la calle, de piel negra y superviviente de la matanza de la Candelaria (en la cual diez niños de la calle fueron asesinados por la policía, en pleno centro de Rio de Janeiro), asalta a un autobús urbano en la zona más noble de la ciudad, tomando como rehén a una profesora. Después de largas horas de negociación con la policía, el agresor bajó del autobús, utilizando a la profesora como escudo humano. Cuando el asalto parece encaminarse hacia una solución negociada, un policía, aparentemente descontrolado y sin preparación, protagoniza el infeliz final.

Con una metralleta potente y moderna, el policía avanza contra el agresor y le lanza tres tiros que alcanzan directamente a la profesora, rehén y víctima, que muere instantáneamente. Sandro es inmovilizado por el mismo agente que mató a la profesora-rehén y llevado a un coche patrulla; diez minutos más tarde estaba muerto, asfixiado por un capitán de la policía militar,

de acuerdo con las noticias publicadas¹⁰⁵.

Pasajeros, familiares, asaltantes, policías y telespectadores parecen protagonizar un film de largometraje, con más de cuatro horas de duración. Entretanto, diferencias substantivas distinguen las escenas de violencia urbana transmitidas en directo y las escenas de violencia en las películas de cine: la ausencia de un guión previamente definido y la poca o ninguna, posibilidad de un final feliz.

En el trágico asalto, los guiones son indefinidos. No se sabe seguro cual será el final de los personajes involucrados en la trama. Tampoco los actores principales parecen conocer su protagonismo. Actores sin estrellato protagonizan las tramas violentas que el cotidiano real y el cotidiano mediático amplifican.

Una de las pasajeras-rehenes del asalto en el autobús, una estudiante de 20 años, declara que procuró mantener la calma durante el secuestro del autobús. “Percibí que se podía hablar, tener un dialogo con el agresor. Él temblaba. Le pregunté si sabía quien era la mayor víctima de aquella situación. Me respondió que no. Yo le dije: eres tú.”¹⁰⁶

El director de periodismo de la Red Globo de Televisión, Evandro Carlos de Andrade, elogió la cobertura de la emisora y afirmó a la Revista *Época* de 19/6/2000 de la editora Globo: “ Si el público no hubiese sido testigo a través de la televisión, aceptaría las versiones oficiales del asalto”. El director de la TV Record, el periodista Gonzaga Mineiro, en reportaje a la Revista *Isto É*, de 22/6/2000, llegó a admitir los excesos en la cobertura de la televisión como por ejemplo, “ la música de suspense que acompañaba la transmisión.”

El ex niño de la calle, el asaltante ahora es una de las víctimas de la violencia policial que ejecutó, en 1994, a sus compañeros en la puerta de una de las más tradicionales iglesias del centro histórico de *Rio de Janeiro*, la Candelaria. En una redacción hecha a los trece años de edad, el entonces niño de la calle revela la dura realidad de un país marcado por desigualdades

¹⁰⁵ *Revista Veja*, ed. Abril, 13 de junio, 2000.

¹⁰⁶ *Revista Isto É*, ed. Três, 14 de junio, 2000.

económicas y sociales profundas:

“Ellos (en referencia a los otros niños de la calle) no son animales. Son niños indefensos sin ninguna riqueza”.¹⁰⁷

La identidad es así construida por el proceso de negación, de no pertenecer, de exclusión, confiriendo al discurso actitudes de defensa frente a la hostilidad del ambiente circundante.

Es en este contexto socio mediático, en el cual la violencia de la televisión gotea en el imaginario de los telespectadores, que nos aproximamos con el estudio de las noticias de violencia en los telediarios de cobertura nacional. En este estudio, analizaremos algunos datos comparativos de los contenidos de violencia en las noticias transmitidas por los dos informativos; indicando el tratamiento periodístico ofrecido y extrayendo las formas de representación social de la violencia en las imágenes de la realidad ofertada al público.

¹⁰⁷ *Revista Imprensa*, ed. Três, 18 de junio, 2000.

6.3. LA VIOLENCIA REAL Y LA VIOLENCIA REPRESENTADA

En un escenario de crisis económica, la pobreza, la exclusión social y la falta de perspectiva personal y profesional, son los vectores apuntados como los mayores responsables de la escalada de la violencia en la sociedad brasileña. Los estudiosos de la temática están todos de acuerdo en afirmar que la sensación de impunidad es el mayor responsable de las olas de violencia y criminalidad creciente, sobre todo en las grandes ciudades brasileñas. (Lins:1996¹⁰⁸; Pinheiro:1999¹⁰⁹, Soares:1996¹¹⁰).

Según Nancy Córdia (1999:15)¹¹¹ del Núcleo de Estudios de la Violencia de la Universidad de São Paulo, en el Estado de *São Paulo*, donde la policía y el juzgado son más ágiles, estimamos que cerca del 40% de los homicidios son descubiertos. Lo que no significa que el tipo de datos policiales sea de calidad, como para juzgarse o certificar la condena de las personas identificadas como responsables de los hechos. Por otro lado, los números indican que solamente el 12% de las investigaciones llegan a juicio y un 8% de éstas, pueden ser sentenciadas. Evidentemente hay un alto grado de impunidad, lo que representa otro hecho que alimenta la violencia, porque si los agentes de la policía no han resuelto la cuestión, se abre un espacio para que la justicia se haga por cuenta propia”. Para la investigadora, la impunidad creció y está contribuyendo a incrementar los hechos violentos.

En los datos de la Comisión de Derechos Humanos (CNDH)¹¹² del Ministerio de Justicia de Brasil, el número de homicidios crece en el país. En 1997, fueron 33.644 homicidios; en 1998 las cifras saltaron a los 34.250 y en

¹⁰⁸ Lins, P. (1996). *Cidade de Deus*. Ed. Companhia das Letras, 2ª ed., Rio de Janeiro.

¹⁰⁹ Vilas Boas, S. (1999). Radiografia da Violência: Entrevista con Paulo Sergio Pinheiro, *Gazeta Mercantil*, mayo, São Paulo.

¹¹⁰ Soares, L.E. (1996). *Violência e Política no Rio de Janeiro*. Ed. Relume Dumará, Rio de Janeiro.

¹¹¹ Córdia, N. (1999). Raízes da Violência, en *Revista de Problemas Brasileiros*, nº333. Conselho de Economia, Sociologia e Política da Federação do Comércio de São Paulo, pp.15.

¹¹² (1999). Informe Anual del Comité de Derechos Humanos del Ministerio de la Justicia de Brasil. www.cndh.gov.br

1999, el número pasó a los 37 mil homicidios por año. La población brasileña en los últimos tres años creció tan sólo un 1,3%. Son números tan elocuentes que permiten comparar la vida urbana en Brasil a un estado permanente de guerra, equiparable, por ejemplo, a los números de los 16 meses de combates, en la guerra de *Kosovo*, que dejó a 10 mil personas muertas.

Como en las guerras, la violencia urbana en Brasil tiene especial predilección por los jóvenes pobres y solteros. Según transmisión de la Red Brasil de la *Radiobrás* en 1/8/2000¹¹³: “Las principales víctimas de la violencia en Brasil son hombres jóvenes y pobres. Es lo que revela la investigación dirigida por el sociólogo Glaucio Soares. El investigador constató que la mayor incidencia de asesinatos ocurre entre la edad de 20 a 29 años. Los homicidios acontecen ocho veces más en las regiones pobres, que en barrios de la clase media o alta. El número de hombres asesinados es diez veces mayor que de mujeres. La posibilidad de morir de un soltero es ocho veces superior que la de un hombre casado, asegura el investigador.”

En un *ranking* de 37 países, elaborado por la UNESCO,¹¹⁴ Brasil aparece en tercer lugar, con el mayor número de homicidios en edad de 15 a 24 años. Este número solamente es más alto en Colombia, país notorio por la violencia asociada al narcotráfico, y en Venezuela, donde actúan grupos de guerrilla. El mismo estudio señala también, que casi la mitad de los jóvenes de las regiones metropolitanas de Brasil mueren asesinados.

Estos datos muestran una radiografía de la violencia brasileña, pues son relativos a las grandes ciudades, a la violencia en las regiones metropolitanas, a la violencia urbana y cotidiana de los grandes centros con altas concentraciones demográficas. Sin embargo, en otras regiones, el país presenta una razonable seguridad. Excluyendo a las ocho principales capitales brasileñas (*São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Salvador, Fortaleza, Porto Alegre, Recife y Vitoria*), el país aun es seguro, presentando una media de 25 homicidios por grupo de 100 mil habitantes. Esta cifra se aproxima a la

¹¹³ Resumen electrónico de la Radiobras (Empresa Brasileña de Radiodifusión) - Gobierno Brasileño, 1 de agosto, 2000. www.radiobras.gov.br.

¹¹⁴ Waiselfisz, J. (1998). *Mapa da Violência: Os jovens do Brasil*. UNESCO, ed Garamond Ltda, Rio de Janeiro, pp. 97.

de Irlanda del Norte y es tres veces menor que de la vecina Colombia.

Se comprueba así, que el epicentro de la violencia brasileña está en las grandes ciudades. En el año de 1999, en la ciudad de São Paulo, las matanzas de finales de semana presentaron 59 homicidios por grupo de 100 mil habitantes; en la capital del Estado del Espirito Santo, Vitoria, el número de homicidios alcanza 64, por grupo de 100 mil habitantes; en Rio de Janeiro las cifras son de 58 homicidios por grupo de 100 mil habitantes.¹¹⁵

En una magna investigación dirigida por el Núcleo de Estudios de la Violencia de la Universidad de São Paulo (USP)¹¹⁶, realizada en las diez mayores ciudades de Brasil entre marzo y abril de 1999, revela que el brasileño dejó de salir de casa por la noche debido al temor a la violencia. Por lo menos una vez al año, la mitad de las 1600 personas sondeadas por la encuesta no arriesgaron salir a las calles, por miedo a la violencia. Según la investigación de la USP, "93% de los entrevistados constatan, con preocupación, que la violencia está aumentando en la grandes ciudades; 35% fueron testigos de una agresión física y 13% de un asesinato".

Informaciones de diferentes fuentes de investigación¹¹⁷ retratan a un país más violento. En febrero de 1999, solamente en *São Paulo*, 204 personas fueron asesinadas, en su mayoría con el uso de armas de fuego. En todo el país, la policía había aumentado, en el mismo periodo, su efectivo en 24.000 nuevos agentes.

Datos de la Fundación de Planificación del Estado de Sao Paulo apuntan al asesinato, como la principal causa de muerte entre los ciudadanos del Estado en la edad de 15 a 44 años. Esta causa de muerte está por encima de las muertes por enfermedades del corazón, el cáncer o el SIDA.

Estos datos y el acelerado crecimiento de la situación de violencia en el país, llevan al presidente Fernando Henrique Cardoso, en abril de 1999, a enviar al Parlamento Brasileño un proyecto de ley que prohíbe la venta de

¹¹⁵ Datos del Instituto de Investigación y Opinión Pública Vox Populi, Belo Horizonte, Minas Gerais, *Revista Imprensa*, 18 de septiembre, 1999, São Paulo.

¹¹⁶ Informe Anual del Núcleo de Estudios de la Violencia de la Universidad de São Paulo (1999), *Revista Sem Terra*, año III, Sao Paulo, pp.12 a 18.

¹¹⁷ Weis, B. (2000). Um cotidiano de Guerra, *Revista Isto É*, ed. Três, nº 1585, febrero, São Paulo.

armas de fuego en todo el país. Según la propuesta, tan sólo la policía, los militares y las empresas de seguridad podrán tener acceso a las armas.

Es importante destacar que el proyecto, todavía, no ha podido ser votado en el Parlamento.

En febrero del año 2000 frente al continuo crecimiento de la violencia urbana, el gobierno presenta el Plan Nacional de Seguridad Pública. Seis meses después, el especialista en violencia y seguridad pública Soares(2000:15)¹¹⁸ afirma: “El resultado del Plan es extremadamente inocuo e insatisfactorio. No existe aún una política de Seguridad Pública para el país. El gobierno simplemente relacionó un vasto menú con más de cien medidas y esto no soluciona el problema, porque en el Plan hay acciones con más y menos importancia, viejas y nuevas, lo que es un error”. Para el científico es posible establecer un termino medio entre la eficacia en el combate al crimen y el respecto a los derechos humanos. “Convocar a la sociedad y a las autoridades para discutir la violencia, forma parte de las obligaciones de cualquier gobierno democrático.”

En el análisis de las noticias en los telediarios, en el periodo tomado para la muestra, algunos elementos son recurrentes en los discursos sobre violencia. Salta a la vista la frecuencia de noticias relatando la participación policial en crímenes y corrupción; la falta de una acción planeada de la policía para combatir la criminalidad; la lentitud de la justicia; la impunidad, sobre todo, de miembros del gobierno y de grupos de elite de la policía; baja utilización de penas alternativas dentro del sistema penitenciario; las constantes rebeliones en centros de recogida de niños y adolescentes, y motines en las cárceles brasileñas.

Batista(2000:18)¹¹⁹, hace una importante conexión histórica al analizar el modelo bélico implantado en la gestión de la violencia urbana, especialmente para el tratamiento de la cuestión de las drogas en América Latina, subrayando:

¹¹⁸ Cavalcanti, L. (2000). Menos palavras, mais ação, *Correio Braziliense*, 14 de diciembre, 2000, pp. 5.

¹¹⁹ Batista, V. M. (2000). Memória e Medo: Autoritarismo e Controle Social no Brasil, *Revista Sem Terra*, Nº2, ano III, Cuaderno de Cultura, São Paulo, pp.18.

“El proceso de satanización del tráfico de drogas fortaleció los sistemas de control social profundizando su carácter genocida. El número de muertes en la “guerrilla del tráfico” está en todos los kioscos de venta de periódicos. La violencia policial es inmediatamente legitimada si la víctima es un supuesto traficante. El mercado de drogas ilícitas proporcionó una concentración de las inversiones en el sistema de represión, una concentración de grupos armados y de los lucros que provienen del tráfico y, principalmente, propició argumentos para una política permanente de genocidio y violación de los derechos humanos en contra de las clases sociales vulnerables, sean jóvenes negros o jóvenes pobres de las chabolas, sean campesinos, indígenas o inmigrantes indeseables en el hemisferio norte”.

La “cultura de la brutalidad” instalada en los mecanismos de investigación de la policía brasileña ha sido denunciada en el informe preparado para la Comisión de Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas- ONU. Presentado en Ginebra, en mayo de 2001, el extenso y detallado informe firmado por el consultor Nigel Rodley,¹²⁰ indica un cotidiano de barbarie en el sistema carcelario brasileño:

“La cultura de la barbaridad y, frecuentemente, de la corrupción está aumentando. Agresiones y torturas son prácticas diseminadas en las cárceles.” El consultor realizó largas visitas a presidios y entrevistó diferentes miembros del sistema penitenciario, distintas jerarquías de la policía, presos y sus familiares.

Con relación a los medios de comunicación el informe concluye: “ Los medios de comunicación son también responsables por el sentimiento de inseguridad presente en la población. Los agresores mostrados en la televisión son aquellos que deberían velar por la integridad física de todos los ciudadanos, o sea, los policías y los agentes de seguridad”. La conclusión del informe reclama “a las autoridades y a todos los segmentos de la sociedad brasileña, a adoptar actitudes más firmes contra las prácticas ilegales de tortura, malos tratos y agresiones contra detenidos y sospechosos, llamando la

¹²⁰ Rodley, N. (2001). Informe de la ONU sobre la tortura en Brasil, *Jornal do Brasil*, edición *on line*, 5 de mayo, 2001, pp. 31.

atención a los vectores de sentidos diseminados por la televisión en la naturalización de las prácticas de la tortura contra los presos”.

La tortura es considerada una práctica criminal en la legislación brasileña desde 1997. El informe exige que “las autoridades brasileñas juzguen a los crímenes policiales en un tribunal civil.”

En el debate contemporáneo de la violencia en el contexto sociocultural brasileño, la antropóloga Alba Zaluar, que investiga la violencia en su manifestación, agrega a la reflexión (1999:55)¹²¹, “la cuestión de la violencia brasileña no puede ser pensada solamente en función de la pobreza, desigualdad social, hambre o impunidad. En el siglo XIX, cuando la miseria y el hambre eran las protagonistas en las calles londinenses y parisienses, tan sólo ocurrían dos asesinatos por cada cien mil habitantes.”

La autora argumenta: “Creo que es correcto afirmar la necesidad de comprender esta ola de violencia no solamente como efecto geológico de las capas culturales de la violencia habitual en Brasil, sino dentro del panorama del crimen organizado internacional, del crimen también globalizado, con características económicas, políticas y culturales *sui generis*, conservando también algo del viejo capitalismo, la búsqueda desenfrenada del lucro a cualquier precio.”

En su artículo “La globalización del crimen y los límites locales”, la autora resalta el valor del consumo de imágenes de violencia como uno de los vectores a ser insertado en el debate contemporáneo sobre la violencia y televisión.

“La imagen de un niño de la calle con un fusil AR-15 o una ametralladora UZI en la mano, considerándolos como símbolos de virilidad y de poder local, con su sombrero inspirado en el movimiento *black* de América del Norte, oyendo música *funk* e inhalando cocaína producida en Colombia, ansiando poseer el último modelo de zapatillas *Nike* y un coche moderno, del año, no puede reducirse, al pretender explicar la violencia solamente por

cuestiones de desigualdad social en Brasil.”

Por lo tanto, la autora nos invita a pensar qué instrumentos y medios contribuyen habitualmente a la reproducción y propagación de estos valores de vida y consumo, poniendo de relieve situaciones que asocian placer con violencia y poder.

En el campo de la violencia en la televisión, se nota un incremento tanto de noticias de violencia, como de programas que explotan el mundo del crimen, sea en las telenovelas o en los programas informativos. Esta tendencia también se verifica mundialmente.

Datos de la UNESCO sobre Brasil revelan “que hay un crecimiento significativo de la violencia en la televisión y en el cine, mientras la situación cotidiana de los jóvenes tiende a tornarse dramática.”¹²²

El exceso de contenidos e imágenes de violencia en los nuevos y tradicionales medios de comunicación, implantados en los últimos años con el desarrollo tecnológico, ha movilizó a diferentes segmentos sociales como profesores, juristas, padres de familia, científicos, religiosos y a los propios medios de comunicación, presionando al gobierno brasileño, a discutir y reflexionar sobre los límites éticos de la televisión.

El secretario de Derechos Humanos del Ministerio de Justicia considera que “las emisoras tendrán que comprometerse a mantener una larga franja horaria sin cualquier tipo de violencia, y que la población debe exigir mejor calidad de la programación”.

La movilización terminó por provocar la reacción de los propietarios de las emisoras, que se reunirán para actualizar el código de ética de la ABERT¹²³, estipular multas y promover la creación de un comité para penar los abusos y excesos de violencia en las cadenas de televisión.

¹²¹ Zaluar, A. (1996). A globalização do crime e os limites da explicação local, en G. Velho y M. Alvito (org.) *Cidadania e Violência*, ed. Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) y Fundação Getulio Vargas (FGV), Rio de Janeiro, pp.48 a 69.

¹²² Waiselfisz, J.(1998). Op, cit.

6.4. LA VIOLENCIA EN LOS NOTICIARIOS DE LA TELEVISIÓN

El aumento de episodios de violencia, especialmente con relación al crecimiento de homicidios en las grandes ciudades brasileñas en las últimas dos décadas, fomentó un destaque, de manera generalizada, de la violencia en el noticiero de la televisión brasileña.

En Brasil, a pesar de la importancia de la televisión en la experiencia sociocultural de la población, los estudios sobre violencia y medios de comunicación y, fundamentalmente, sobre violencia y televisión son aún incipientes. Sin embargo, en los últimos años, el tema está en el centro del debate nacional, debido a impactantes escenas de violencia transmitidas por los telediarios, violencia que emerge de forma difusa y desordenada, crónica en su realidad de manifestación y persuasiva en su modelo de comunicación.

Las noticias de violencia en los telediarios analizados emergen de un contexto socio-económico marcado por un contingente de diez millones de desempleados, trece millones de trabajadores en el mercado informal (negro) y treinta y dos millones de trabajadores con uno de los peores sueldos del mundo: 65 dólares, aproximadamente unas 14 mil pesetas mensuales.

En un contexto de pobreza y creciente desigualdad social, el discurso de la violencia en los informativos vino mezclado por el profundo abismo económico que separa, cada vez más, los más ricos de los más pobres.

En el mes de marzo de 1999, durante la primera recogida de los programas informativos analizados, los mercados de todo el mundo se mueven en el primer día del mes, con el anuncio de la devaluación de la moneda brasileña - el Real - en un 100% con relación al dólar estadounidense, propulsando una profunda crisis en la historia económica del país.

¹²³ Asociación Brasileña de Radio y Televisión. La institución reúne a todas las emisoras de radio y televisión de Brasil.

La crisis económica acompaña a la crisis política, con la necesidad del Gobierno solicitar un préstamo suplementario al Fondo Monetario Internacional (FMI) y con las consecuentes reducciones de presupuesto para programas sociales.

Se instala en Brasil un cuadro de total inestabilidad: inflación creciente, descontrol de cuentas públicas y una acelerada privatización de las empresas nacionales. Un largo y duro año comienza para el ciudadano brasileño, que debe enfrentarse al aumento de todos los impuestos y tarifas públicas, la amenaza del desempleo y las continuas olas de violencia que toman las calles y la programación de televisión.

En la edición de la noche del día 4/3/99, el telediario *Jornal Nacional*, de la Red Globo de Televisión, comunica los efectos de la crisis económica para el país:

- *A crise econômica brasileira impossibilitará o crescimento na próxima década e gerará inflação e desemprego. Entretanto, para os bancos internacionais, a crise foi lucrativa, uma vez que na primeira semana de março os bancos aumentaram seus lucros em dobro do seu capital.*

(La crisis económica brasileña imposibilitará el crecimiento en la próxima década y generará inflación y desempleo. Entretanto, para los bancos internacionales, la crisis fue lucrativa ya que, en la primera semana de marzo, doblaron sus beneficios) (JN - 4/3/99).

La concentración de renta en los últimos años en el país, es comentada por el economista y periodista Ruben Azevedo Lima(1999:02)¹²⁴: "si se analizan los datos de la desigualdad social y económica en la sociedad brasileña, el cuadro puede resumirse así: 20% de los brasileños más ricos tiene 64,2% de la renta nacional, lo que nos confiere el segundo lugar mundial en concentración de renta por detrás de países de África". Mientras que a los

índices de pobreza, el autor concluye: "Como un 20% de la población más pobre tiene tan sólo un 2,5% de la renta nacional, Brasil supera solamente a países como Guatemala, Guinea Bissau, Paraguay y Sierra Leona".

En el mes de marzo de 2000, durante la segunda recogida de la muestra de programas informativos analizados, el país concentraba su atención en el proceso de privatización de las compañías telefónicas, la discusión sobre la apertura de las emisoras de televisión a empresas y capitales internacionales, los despidos de personal en las emisoras de televisión, la crisis energética brasileña con gran impacto en los procesos de producción y consumo de los medios de comunicación en el país, y las celebraciones de los 500 años del descubrimiento de Brasil. Precisamente en el día 21 de abril, los brasileños, en lugar de la fiesta, vieron a una de las más contundentes escenas de violencia policial contra indígenas, campesinos y movimientos sociales que fueron impedidos de participar de las celebraciones.

¹²⁴ Lima, R. A. (1999). O país na Berlinda, *Revista Verbo*, nº 2, mayo, Sindicato dos Professores do Distrito Federal, pp. 2.

*“ Los medios han abandonado la función de informar.
Aceptamos con demasiada resignación
que los medios no sean ni humildes, ni humanos, ni honestos.
La hipocresía se instaló en los diarios y en la televisión.”*

(José Saramago)

CAPÍTULO 7

CONTEXTUALIZACIÓN DE LOS TELEDIARIOS

EN LA TELEVISIÓN BRASILEÑA

El objetivo de este capítulo es contextualizar los informativos seleccionados de la muestra estudiada, partiendo de una síntesis histórica de las cadenas de televisión y de cada uno de los informativos analizados.

7.1. BREVE HISTORIA DE LAS NOTICIAS EN LA TELEVISIÓN BRASILEÑA **A: 51 AÑOS DE TELEINFORMACIÓN**

La televisión fue inaugurada en Brasil en 18 de septiembre de 1950. La ciudad de São Paulo transmitió las primeras imágenes de la TV TUPI, equipada por el periodista Assis Chateaubriand, dueño de los *Diarios Asociados* (empresa de prensa) que importó de los estadounidenses, los equipamientos necesarios para el funcionamiento de una televisión comercial.

Al final de los años 50, funcionaban cuatro emisoras de televisión en el País, estas empresas empezaban a montar sus esquemas publicitarios. Algunos autores sitúan al telediario *Imagens do Dia* (1953), de la TV Tupi de São Paulo, como el primer telediario de la televisión brasileña. Mas fue, sin duda, el *Reporter Esso*, de la misma emisora, que permaneció 17 años en el horario nocturno y se consagró en el imaginario brasileño, el programa obligatorio de la familia que se reunía para realizar el “nuevo” ritual cotidiano de informarse en la hora de la cena, con las imágenes y sonidos transmitidos por aquel nuevo sueño de consumo: La Televisión. El programa heredaba el estilo del periodismo radiofónico y llevaba el nombre del patrocinador, la *Esso Brasileña de Petróleo* (un "brazo" de la empresa estadounidense), una práctica normal en aquellos tiempos. Dos años después, en la TV Río, surge el también conocido, Telediario de la *Pirelli* (Empresa Multinacional de Neumáticos).

El telediario *Reporter Esso* fue transmitido en Cadena (Río de Janeiro y São Paulo) mucho antes de la creación de la *Embratel*¹²⁵ y del uso de satélites. Data de 1969 la última emisión del telediario, coincidiendo con la censura máxima impuesta por la dictadura militar a los medios de comunicación de todo el país.

¹²⁵ EMBRATTEL - EMPRESA BRASILEÑA DE TELECOMUNICACIONES, creada en 1972.

Un nuevo estilo de hacer teleperiodismo que ganó color y tranquilidad, se imponía al público y al país que vivía un acelerado y desordenado proceso de crecimiento económico. El comentario del presidente de la República, en aquella época el general del Ejército Emilio Garrastazu Médici (1998:48)¹²⁶, describe con exactitud el momento y el contexto del periodismo de televisión en aquella coyuntura:

Sinto-me feliz todas as noites, quando ligo a televisão para assistir o jornal. Enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha para paz, rumo ao desenvolvimento. É como se tomasse um tranqüilizante após um dia de trabalho.

(“Me siento feliz todas las noches, cuando enciendo la tele para ver el telediario. Mientras las noticias dan cuenta de huelgas, agitaciones, atentados y conflictos en varias partes del mundo, el Brasil marcha hacia la paz, rumbo al desarrollo. Es como se tomase un tranquilizante después de un día de trabajo”).

En los años 80, con el país caminando hacia la democracia, las noticias en la televisión fueron ganando nuevos espacios y, así como los movimientos sociales, exigían el final de la censura oficial impuesta a los medios de comunicación y especialmente a los telediarios. A finales de esta década, la libertad de prensa es retomada.

Ya en los años 90, con la introducción de las nuevas tecnologías y el surgimiento de nuevas asociaciones en el mercado de las telecomunicaciones, cambiaron radicalmente las rutinas de producción de noticias. En 1993 la televisión por pago pasó a ofrecer programación por cable en Brasil, aumentando la oferta noticiosa. En 1998, ocurre la primera experiencia de

¹²⁶ Citado por Landim, E. (1998). A Revolução da Telinha, *A Imprensa do Brasil: 190 Anos de História*. Federação Nacional dos Jornalistas - FENAJ, Revista Comemorativa ao XXIII Congresso Mundial dos Jornalistas, Brasília, DF, pp. 48.

Televisión de alta definición y docenas de canales temáticos y comunitarios regionales se inscriben en el contexto mediático.

Las noticias en los telediarios de las televisiones "abiertas" todavía continúan fomentando las audiencias en *prime time* y convocando, cada vez más, amplios segmentos sociales que conforman la diversidad de la sociedad brasileña contemporánea. La importancia de las noticias en la televisión en el escenario de una sociedad con poco hábito de lectura, restringido acceso a los bienes económicos y culturales, con baja escolaridad y desigualdades sociales estructurales, es subrayada por Rossi¹²⁷:

“As notícias na televisão roubaram a política da praça pública e confinaram nos espaços da tela. Hoje, para ganhar uma eleição no Brasil, a “performance” do candidato nos informativos é mais importante que suas propostas e sua biografia.”

(Las noticias en la televisión robaron a la política de la plaza pública y la confinó a los espacios de la tele. Hoy, para ganarse una elección en Brasil, la *performance* del candidato en los informativos es más importante que sus propuestas y su biografía.)

Actualmente, todas las seis cadenas de televisión "abierta" de Brasil (*GLOBO, REDETV, RECORD, BANDEIRANTES, CNT/GAZETA, SISTEMA BRASILEIRO DE TELEVISÃO - SBT*) mantienen un telediario de cobertura nacional. Las noticias en los telediarios continúan liderando las audiencias, haciendo historia y, en el decir del periodista y diputado Artur da Távola¹²⁸, “construyendo por la tele, la identidad de Brasil y el auto retrato de los brasileños”.

La televisión conquistó en las últimas décadas a 41,1 millones de hogares brasileños, donde el número medio de televisores por hogar es de 1,25 televisores. La cifra de 150 millones estimados de telespectadores potenciales, conforma la compleja realidad del periodismo electrónico en Brasil.

¹²⁷ Rossi, C.(2000). Sem a TV, a política some, Cuaderno TV Brasileña 50 Años, *Folha de São Paulo*, 16 de septiembre, 2000, pp.18.

¹²⁸ Távola, A.(1999). Entrevista. *TV Senado*, 11 de julio, 1999.

Los telediarios presentan 42% de índice de preferencia del público.¹²⁹

Las principales agencias de noticias que abastecen los telediarios brasileños y de otros países de América Latina son, según Arant(1991:78)¹³⁰, las redes WTN (de la emisora estadounidense ABC), *Visnews* (con contenidos de la BBC inglesa, CBC canadiense y de la NBC estadounidense), CBS y la CNN, ésta última está siendo cada vez más utilizada por todas las emisoras de televisión.

¹²⁹ Landim, E. (1998). O Jornalismo resiste, *A imprensa do Brasil: 190 anos de História*. Federação Nacional dos Jornalistas - FENAJ, Revista Comemorativa ao XXII Congresso Mundial dos Jornalistas, Brasília, pp. 51.

¹³⁰ Arnt, R. (1991), en Novaes, A. *Rede Imaginária*. São Paulo, Companhia das Letras, pp. 78.

7.2. EL TELEDIARIO JORNAL NACIONAL DE LA RED GLOBO DE TELEVISIÓN

La mayor red de televisión brasileña, la Red Globo de Televisión, fue fundada en 1965, por el grupo propietario del periódico *O Globo* (Rio de Janeiro), comandado por el periodista Roberto Marinho. En aquel año, ya se consolidaba las negociaciones entre el grupo brasileño y el grupo estadounidense de comunicación, *Time Life* (actualmente *Time Warner*), que financió cinco millones de dólares para construir los estudios de la emisora en la ciudad de Rio de Janeiro. El grupo estadounidense tenía, en aquella época, cerca de 49% de participación del capital de la empresa.

En la inauguración de la primera emisora del sistema *Globo* de Televisión, el periodista y propietario Roberto Marinho afirmaba¹³¹:

A nova emissora será uma emissora do jornal O Globo. Isto significa dizer que ela herdará as tradições do jornal, seu amor a causas públicas, sua permanente defesa da iniciativa privada, das liberdades públicas e da defesa da democracia.

(“La nueva emisora será una emisora del periódico *O Globo*. Esto quiere decir que ella heredará las tradiciones del periódico, su amor a las causas públicas, su permanente lucha por la defensa de la iniciativa privada, de las liberdades públicas y de la democracia”.)

¹³¹Issler, B. (1999). Mitologia Eletrônica: Ensaio sobre o Sagrado e o Profano na Televisão, *LIBERO*, Revista Académica del Pos Grado de la Facultad de Comunicación Social, Casper Libero, ano II, Nº 3-4, São Paulo, pp. 6.

El siguiente año, otra emisora de la red se instalaba en São Paulo. En función de la legislación vigente que limita en cinco el número de estaciones de televisión por cada propietario, la Red Globo de Televisión, logró expandir su sistema de emisión a través de la inclusión de varias subestaciones afiliadas. Hoy, según levantamiento del Instituto Data Folha¹³², seguido de consulta al Ministerio de Comunicación de Brasil, responsable por las concesiones y registros de empresas de televisión, “el grupo propietario del conglomerado de la Red Globo de Televisión es dueño también de once emisoras en el Estado de São Paulo, ocho en el Estado de Paraná, siete en Minas Gerais, cuatro en Rio de Janeiro, una en Brasilia y otra en Pernambuco.”

En 1969, la Red Globo de Televisión adquiere del grupo estadounidense *Time Life* sus cotas en la empresa. A partir de esta fecha el grupo brasileño, aun liderado por el periodista Roberto Marinho, detenta la exclusiva propiedad sobre la Red Globo de Televisión. En el mismo año, se estrenó en la pequeña pantalla del gigantesco país, la primera edición del telediario que marcó la consolidación de la nueva imagen del grupo empresarial y de la emisora frente al público y desde entonces, el noticiario de mayor audiencia de la televisión brasileña en las últimas tres décadas - el *Jornal Nacional*.

La locución elocuente de la consagrada voz radiofónica, asociada a una imagen impecable del narrador con *links* en directo y un montaje dinámico, con uso creciente de recursos de computación gráfica, dotaron al *Jornal Nacional* de la Red Globo, un estilo propio de hacer periodismo marcado por una estructura narrativa cuidadosa y flexible. Cuadro general de los distintos reportajes, el escenario espectacular, los movimientos de cámara y efectos especiales, tiene gran importancia para la construcción del ambiente de modernidad del informativo. Los presentadores introducen formal y tradicionalmente los temas al público, recurriendo a la figura del locutor/transmisor de la información, aparentemente imparcial, distante y objetivo en la interpelación del telespectador.

¹³² Lobato, E. (2000). *Concessões crescem em família*, Cuaderno TV Brasileña 50 Años, *Folha de São Paulo*, 16 de septiembre, pp. 3.

La creación del *Jornal Nacional*, en septiembre de 1969, con 20 minutos de duración, en *prime time* en la televisión brasileña (19:00- 22:00), le costó mensualmente a la emisora, lo mismo que ella gastaría para producir tres telenovelas de duración media de ocho meses cada una. Este dato indica como el telediario tuvo importancia significativa para consolidar la imagen y la credibilidad de la emisora.

La importancia de este telediario para la Red Globo de Televisión puede ser medido por la constatación hecha por Conti (1999:271)¹³³ "La Red Globo compró, durante los gobiernos militares, estaciones retransmisoras en casi todo el país, con las cuales dio amplitud nacional en su operación televisiva. El principal propietario de las organizaciones Globo contribuyó a hacer que todo se desarrollase según directrices profesionales, sin interferir en las decisiones de los sus ejecutivos. No interfería en la programación, en las telenovelas, en los *shows* y tampoco en los programas humorísticos. Solo hace valer sus órdenes en un área - la del periodismo televisivo - y especialmente, en el *Jornal Nacional*".

En 1980 el *Jornal Nacional*, como espacio del teleperiodismo, ocupaba el primer lugar en audiencia de público estimada en 40 millones de telespectadores. En 1988, la Red Globo de Televisión construye el mayor y más moderno centro latino-americano de producción de televisión: el *Projac*, que opera con docenas de estudios, escuela de formación de actores, fábricas de figurantes y verdaderas ciudades escenográficas. En 1991 el telediario *Jornal Nacional* continuaba líder absoluto del *prime time* de la transmisión de la emisora y contabilizaba una audiencia media de 55% en todo el país. En marzo de 1999 y de 2000, periodos tomados para la muestra de esta investigación, el telediario *Jornal Nacional* contabilizó respectivamente, cerca de un 46 % y de un 44% de la audiencia media nacional.¹³⁴

Frente a los últimos cambios tecnológicos y con la nueva redistribución del mercado, la emisora lanzó en finales de los años 90, el sistema de distribución directa de señal por satélite, inaugurando el *Globosat*.

¹³³ Conti, M. S. (1999). *Notícias do Planalto: A Imprensa e Fernando Collor*. Companhia das Letras, São Paulo, pp. 271.

¹³⁴ Datos del IBOPE INTERACT- MIDIA (www.ibope.interact.midia).

El principal éxito de la emisora, frente a la competencia con otras redes de televisión, fue adoptar un elevado patrón de calidad técnica (el llamado patrón Globo de calidad), ofrecer una programación en red nacional transmitida para todo el territorio brasileño y promocionar un sistema de comercialización de sus productos con objetivos de expansión para el mercado internacional, especialmente con la venta de las telenovelas y seriados. Actualmente, la emisora comercializa sus productos para más de 42 países. Cid Moreira, que hasta 1994 fue presentador del *Jornal Nacional*, entró en el libro *Guinness* por haber presentado el mismo telediario 7500 veces.

El teleperiodismo ocupa tres horas diarias de la programación de la Red Globo de Televisión.

7.3. EL TELEDIARIO JORNAL DA RECORD, DE LA RED RECORD DE TELEVISIÓN

En septiembre de 1953 es inaugurada en São Paulo, la Red Record de Televisión, una de las primeras emisoras de televisión de Brasil. Comandada por la familia Machado de Carvalho, propietaria también de otros medios de comunicación.

La Record fue la tercera emisora de televisión "abierta" que comenzó a operar en Brasil. Su programación estaba dirigida hacia programas musicales que destacaran la música popular brasileña. El teatro y el humor marcaron también grandes momentos del inicio de la emisora.

En mayo de 1960, un incendio destruye casi todos los equipamientos y a partir de allí, la empresa pasa por dificultades financieras.

Cinco años más tarde, la emisora transmite el programa presentado por el famoso cantante Roberto Carlos y recupera parte de la audiencia.

En 1972, se estrena el primer telediario de la emisora "Tempo de Noticias" que mezcla información y debates de temas de la actualidad, con la participación de especialistas. En los años 80 la emisora pasa nuevamente por graves problemas económicos y administrativos, restringiendo su programación a programas de auditorio

En 1991, la emisora es comprada por la Iglesia Universal del Reino de Dios (religión evangélica con creciente adeptos en Brasil), propietaria de varias estaciones de radios y de salas de cine en el país, y que lidera sus negocios el polémico "obispo" Edir Macedo. En cinco años, los obispos evangélicos consiguieron producir un verdadero milagro.

El telediario de la Red Record, pasa a ser uno de los principales

programas de la emisora, ganando espacio, nuevos equipamientos y diversos profesionales contratados.

En 1997, continuando con la política de invertir en periodismo, la emisora contrata al periodista y presentador Boris Casoy (recién salido de la cadena SBT) para comandar el informativo nocturno de la emisora, el telediario - *Jornal da Record*. El estreno de Boris Casoy fue motivo de comentarios en toda la prensa.

“La Red Record, ganando ámbitos nacionales, apuesta por un periodismo de credibilidad para atenuar la imagen de emisora vinculada a la Iglesia Universal del Reino de Dios, del obispo Edir Macedo. La emisora empezó contratando a uno de los periodistas con más credibilidad entre el público brasileño - Boris Casoy - que en el 14 de julio de 98, presenta el *Jornal da Record* con el eslogan: ‘La verdad en el espacio cierto’”¹³⁵.

Para el vicepresidente de la Red Record, la contratación de Casoy para comandar el principal telediario de la emisora “ forma parte de una estrategia formulada por la organización de intentar ser más respetada como empresa de Televisión”. La Iglesia Universal actualmente, además de la TV Record, cuenta con seis emisoras de televisión en las principales capitales brasileñas, 26 emisoras de radio, dos revistas semanales, tres periódicos nacionales, un estudio de grabación y montaje, 50 estaciones de televisión asociadas y seis agencias de turismo.

Además de un público cautivo, la Red Record viene atrayendo audiencias con programas populares y sensacionalistas, en que demonios son exorcizados, milagros realizados en directo y en color, y casas y terrenos son ofrecidos en sorteos a los telespectadores.

En marzo de 1998, los propietarios de la Red Record conquistaron del actual gobierno del presidente Cardoso, una concesión de TV por pago vía satélite (DTH). En las palabras del obispo Macedo, “Esta es una TV cerrada que albergará la programación religiosa de la red. Así, la TV “abierta” de la Red

¹³⁵ OUTSUKA, L. (1997). Fé em Boris Casoy e olho no IBOPE, *Revista Imprensa*, ano X, nº119, agosto, ed. Três, São Paulo, pp. 17.

Record estará liberada para invertir en programas más comerciales y menos religiosos".¹³⁶

Durante los periodos analizados, el telediario Jornal da Record alcanza el segundo puesto de la audiencia media nacional, entre los telediaros nocturnos.

¹³⁶ Valladares, R. (1999). E tudo por Jesus, *Revista Veja*, ed. Abril, 20 de janeiro, 1999, pp. 112.

*“À flor da pele e ao fundo da alma
- assim é a violência no cotidiano,
uma violência que corre e ricocheteia
sobre todas as superfícies de nossa existência
e que uma palavra, um gesto, uma imagem,
um grito, uma sombra que,
no entanto, desta espuma dos dias,
abre à alma vertiginosos abismos
em mergulhos de angústia que nos fazem dizer:
Sou eu mesmo toda essa violência ?”*

(Roger Dadoun)

CAPÍTULO 8

8. ANÁLISIS DEL TELEDIARIO JORNAL NACIONAL

DE LA RED GLOBO DE TELEVISIÓN:

LA PUESTA EN ESCENA

8.1. ESTRUCTURA INFORMATIVA DEL TELEDIARIO JORNAL NACIONAL

El telediario *Jornal Nacional* estrenado en 1969, es uno de los programas más antiguos de la emisora y de la televisión brasileña, y concentra en el intervalo de 38 a 40 minutos, que suele ser el tiempo de su duración, el 85% de la renta de comercialización de publicidad de la emisora.

Es visto por una media aproximada de 40 millones¹³⁷ de personas y moviliza los esfuerzos de más de 150 profesionales en Brasil y en el exterior.

El telediario abrió un nuevo camino para el periodismo de televisión en Brasil. Primero por inaugurar la era de la transmisión informativa en red nacional, hasta aquel momento, inédita entre los brasileños. Segundo, por

¹³⁷ Datos del IBOPE INTERACT/MÍDIA, ed. Abril, 1999.

consolidar un modelo de *timing* de la información, donde la fragmentación de los hechos en cortos espacios de tiempo y la obsesión por lo que sucede ahora, prácticamente elimina las informaciones pasadas. El telespectador es obligado a recibir el telediario en capítulos, como una especie de telenovela.

En su presentación nocturna, el telediario es transmitido siempre entre dos telenovelas de bastante audiencia. La primera, conocida por el público como la “telenovela de las siete”, que presenta siempre una trama leve y alegre. La otra, presentada después del telediario, es destinada a un público más adulto y presenta dramas violentos (historias siempre involucrando asesinatos, esquemas de corrupción, muertes violentas, secuestros urbanos, etc).

Porto (1999:02)¹³⁸ analizando los contenidos del telediario *Jornal Nacional*, enfatiza que la salida de Cid Moreira causó impacto en la forma como la Red Globo representa el mundo de la política. Condujo a la emisora a tener un papel más activo e interpretativo de los presentadores en el telediario. Para el autor, “la competencia es un elemento importante para explicar los cambios que tuvieron en el *Jornal Nacional* en los últimos dos años en función de un pequeño declive en su audiencia”.

El telediario *Jornal Nacional* promocionó un estilo de periodismo de televisión, basado en principios de inmediatez y agilidad, los reportajes internacionales son transmitidos en directo por sus corresponsales, el texto redactado en frases cortas y simples, leído de forma intercalada por los presentadores, expresan bastante dinamismo.

Squirra (1993: 22)¹³⁹ analizando los informativos de televisión en Brasil, afirma que “ el manual de teleperiodismo de la Red Globo representó la fuente elaborada de lectura y estudio para todos aquellos estudiantes o profesionales de comunicación que quieran conocer el proceso de producción periodística en la televisión. Las normas de redacción, de producción de imágenes, de edición, de procedimientos con relación a las propiedades de información de la imagen en la televisión, sirven hasta hoy como base para las escuelas de periodismo”.

¹³⁸ Porto, M.P. (1999). *Novas Estratégias Políticas na Globo? O Jornal Nacional Antes e Depois da saída de Cid*

8.2. **ESTRUCTURA NARRATIVA DEL TELEDIARIO JORNAL NACIONAL**

El telediario “Jornal Nacional” es transmitido de lunes a sábado, siempre a las 20 horas.

Las noticias con reportajes en directo, el uso de recursos de computación y el mayor ritmo, dotan el telediario de una estructura narrativa dinámica, variada y flexible. El informativo está dividido en cuatro o cinco bloques de noticias que según el día, dura de 6’ a 7’ cada uno.

En general, las noticias nacionales están en el primer bloque, las internacionales, junto con las deportivas y los datos de la meteorología en el último bloque del informativo.

Las noticias sobre el cotidiano y la sociedad se ubican en los demás bloques. Éstos se separan por intervalos publicitarios que no sobrepasan los 4 minutos. En función de las noticias y de los reportajes, el horario total de la emisión sufre variaciones, aunque hay un *deadline* para su finalización: no supera 45 minutos de emisión. Esta elasticidad permite la inserción de noticias de última hora.

En términos visuales, el telediario innovó un estilo de presentación refinado y frío, que aparenta ser fruto de la objetividad, donde el presentador se muestra formal y distante, y los efectos especiales toman gran importancia

en la construcción narrativa. Esta atmósfera fría se encuentra directamente asociada a la extensión de los asuntos involucrados, con la instalación de oficinas de la emisora en el extranjero, corresponsales en diversos países y en prácticamente todo Brasil.

Actualmente, los mismos principios que marcan el teleperiodismo estadounidense, o sea, continuas apariciones en directo de reporteros relatando las condiciones del tráfico en las grandes ciudades y la introducción de una presentadora para relatar las condiciones climáticas, ofrecen un tono de modernidad a la narrativa del informativo.

¹³⁹ Squirra, S. (1993). *O Âncora no Telejornalismo Brasileiro*. Ed. Vozes, Petrópolis.

8.3. **ESTRUCTURA DISCURSIVA DEL TELEDIARIO JORNAL NACIONAL**

La estructura discursiva del *Jornal Nacional* se fundamenta en dos elementos: la consistencia de raciocinio y la evidencia de pruebas. El informativo utiliza hechos concretos, ilustraciones, ejemplos, datos estadísticos y testigos.

El manual de la Red Globo(1985:18y19)¹⁴⁰ considera que dos elementos son fundamentales para llamar la atención del telespectador en el telediario. En primero, es “el interés dado por la propia naturaleza de la noticia” y el otro, es la “imagen que es transmitida y que auxilia en la visualización del acontecimiento y en la comprensión de los hechos”.

Con referencia a la relación texto, sonido e imagen, el manual¹⁴¹ reafirma la necesidad de que estén asociados, porque son unidades inseparables, como “ los ojos y los oídos de una persona”. La imagen debe comandar el texto y no al revés, una vez que la imagen dota de fuerza visual el acontecimiento.

Para el registro de las situaciones de violencia, el manual de la cadena orienta los profesionales:

¹⁴⁰ Manual de telejornalismo (1985). *Central Globo de Jornalismo* (fotocopia), pp. 18 y 19.

¹⁴¹ Manual de telejornalismo (1985). Op. cit, pp. 20.

“Nas situações de violência e pânico, o câmara deve registrar a cena com imagens y som, avaliando a intensidade do risco. O som ambiente é fundamental para caracterizar a situação”.

(“En las situaciones de violencia y pánico, el "cámara" debe registrar la escena con imágenes y sonido evaluando la intensidad del riesgo. El sonido ambiente es fundamental para caracterizar la situación”.)

El manual de la Red Globo afirma que, por motivos éticos, la cadena no transmite:

- Nombres e imágenes de personas con menos de 18 años involucrados en hechos criminales o víctimas de crimen;
- La mayoría de casos de suicidio o tentativa;
- Informaciones que ayudan a crear imagen simpática o romántica de los criminales o sus crímenes;

- Cualquier información que permita que una persona inocente sea tomada como criminal;
- Direcciones y otras indicaciones que ayuden a localizar testigos de crímenes;
- Detalles de crímenes que posan constreñir o perjudicar moralmente a las víctimas;
- Informaciones que las autoridades consideren perjudiciales a la investigación policial;
- Imágenes de difuntos, cuerpos mutilados tomados de muy cerca, eventos trágicos;
- Escenas de extrema violencia de fusilamiento, de ahorcados o de condenados a la silla eléctrica;
- Imágenes de ratones, cucarachas, insectos y cosas que puedan causar repugnancia.

El manual llama la atención para el hecho de que los dos telediarios de la emisora son transmitidos en el horario de la cena y que hay niños viendo a la televisión.

Durante el periodo analizado, las noticias de violencia estaban presentes en todos los bloques del informativo. También verificamos la presencia de contenido noticioso de violencia en todas las emisiones analizadas.

8.4. **LA PUBLICIDAD EN LA ESTRUCTURA DEL TELEDIARIO JORNAL NACIONAL**

Para esta investigación, las inserciones de publicidad en la estructura del informativo fueron agrupadas en un apartado con la finalidad de verificar la presencia de inserciones de publicidad gubernamental, de organizaciones sociales o de empresas que se encuentran realizando campañas contra violencia, a favor del desarmamiento de la población, publicidad de reducción de accidentes en las carreteras, etc.

Para proceder el análisis, contabilizamos en cada programa informativo los bloques de los discursos periodísticos y de los discursos de la publicidad inseridos en el programa informativo.

En el período analizado, el telediario *Jornal Nacional* presentó una variación en el tiempo de la publicidad transmitida, cubriendo un intervalo de 7'23" a 10'05". Hubo emisiones, como por ejemplo la del sábado 6/03/99, que la publicidad ocupó 9'20" del total general de 34'28" de la emisión y en la del lunes 8/03/99, que el espacio de publicidad fue reducido a 7'39" del total general de 40'50". El tiempo total del telediario JN con las inserciones de publicidad osciló entre el mínimo de 30'44" y un máximo de 42'54".

La tendencia percibida en la estructura del informativo es de

incremento de las inserciones de publicidad en los días de finales de semana, (jueves, viernes y sábado) y una reducción en los días de inicio de semana, tendencia confirmada en la muestra de marzo de 2000.

Verificamos a lo largo de la investigación, que el espacio publicitario de los informativos es utilizado para la venta de productos de la propia industria televisiva: CD's con músicas de las telenovelas, revistas con portadas de artistas de la emisora, concursos, premios de la cadena, etc.

Durante el periodo de marzo de 1999 no hubo registro de inserciones de publicidades gubernamentales (institucionales) en contra de la violencia. Registramos, en cambio, a anuncios de programas de televisión dedicados a la temática de la violencia, en el caso de la Red Globo, una convocatoria de público para ver al programa *Globo Repórter* (un informativo - periodístico que se dedica a hacer reportajes sobre asuntos del cotidiano de las grandes ciudades - ver desglose del día JN 06/3/99) sobre el tema “¿Porque Brasil no consigue librarse de la violencia?”. También pudimos registrar noticias de movilizaciones sociales a favor de la paz apuntadas por los informativos.

Durante el periodo de la muestra que concierne a marzo de 2000, el telediario *Jornal Nacional* realizó una explícita campaña en contra de la violencia en el tráfico en las carreteras y calles, con inserciones directas de *spots* con contenidos de publicidad social. La campaña fue transmitida durante todo el periodo de carnaval, cuando hay un aumento de desplazamientos de coches y autobuses en las carreteras, y un aumento en el número de accidentes de tráfico, resultantes de la ingestión de alcohol y drogas por los conductores.

*“A imagem mediática está presente desde o berço até o túmulo,
ditando as intenções de produtores anônimos ou ocultos:
no despertar pedagógico da criança,
nas escolhas tipológicas (a aparência) de cada pessoa,
até nos usos e costumes públicos ou privados,
às vezes como informação,
as vezes velando a ideologia de uma propaganda
e noutras escondendo-se atrás de uma publicidade sedutora...
A manipulação icônica não inquieta.
Todavia é dela que dependem todas as outras valorizações
– das manipulações genéticas inclusive.”*

(Gilbert Durand)

CAPÍTULO 9

9. ANÁLISIS DEL TELEDIARIO *JORNAL DA RECORD* **DE LA RED RECORD DE TELEVISIÓN:** **LA PUESTA EN ESCENA**

Para contextualizar el telediario *Jornal da Record* es necesario explicar como el periodista Boris Casoy inauguró un nuevo estilo de presentar informativos en la televisión brasileña, emitiendo su opinión sobre los acontecimientos y alejándose, intencionalmente, de la forma fría y objetiva de los presentadores del telediario *Jornal Nacional* de la *Red Globo*, su principal concurrente.

Boris Casoy construyó su imagen de imparcialidad identificando que una de las principales debilidades de su concurrente era la imagen de red de televisión con el rostro oficialista, que a su juicio, tiene el telediario *Jornal Nacional*. La unión de imparcialidad con credibilidad fueron las claves estratégicas adoptadas por el presentador.

9.1. **LA ESTRUCTURA INFORMATIVA DEL TELEDIARIO JORNAL DA RECORD**

Provocando un cambio en el periodismo de televisión vigente hasta entonces, marcado por la objetividad periodística y la completa neutralidad de los presentadores, el estilo inaugurado, inicialmente, en el telediario del SBT, y posteriormente, llevado para la Red Record de Televisión, es dominante y típico del periodismo electrónico estadounidense. Este estilo es esencialmente regido por la personificación del acto informativo, donde al locutor se le atribuye explícitamente los poderes de interpretación, indagación o dramatización explícita de los hechos.

El propio Boris Casoy (1993:167)¹⁴² confiesa que el estilo de presentación inaugurado en el telediario, fue básicamente copiado del periodismo estadounidense de televisión, con adaptaciones para el público brasileño que según él, aprecia el comentario y la opinión del presentador. Con “medidores de audiencia al lado pude notar que el público brasileño es ávido por comentarios y opiniones. Pienso que la audiencia aquí es mucho más carente de este tipo de información, del comentario, de la entrevista, del cuestionamiento, que la audiencia estadounidense.”

Cautivando la audiencia, adquiriendo credibilidad, promocionando la interpretación personal de la noticia con persuasión, repite enfáticamente todas las noches de lunes a viernes el eslogan “¡Esto Es Una Vergüenza!” Los sábados el telediario es presentado por la periodista Salete Lemos, que acompaña a Boris Casoy desde la emisora anterior y es la responsable por la edición de Economía del informativo.

¹⁴² Squirra, S. (1993). *Boris Casoy: O Âncora no telejornalismo brasileiro*. Ed. Vozes, Petrópolis, pp.167.

Boris Casoy (1997:19)¹⁴³ comenta que el *Jornal da Record* permitió una “apertura del mercado con nuevas contrataciones y una valorización del periodismo serio porque a su juicio, en el telediario se impulsa la actuación de la ciudadanía en el sentido de hacer con que las personas voten, contesten y participen. Para el periodista y presentador, el periodismo “tiene gran importancia en la construcción de la ciudadanía y cuanto más avanza él, más condiciones de ciudadanía cría”.

Presentado en el horario de las 19:15, en directo, antes del *Jornal Nacional*, su principal concurrente, desde los platós de la emisora en São Paulo, el *Jornal da Record* en el periodo de la muestra, es el segundo programa informativo con mayor audiencia. En la muestra de marzo de 1999, el *Programa do Ratinho*, presentado después del telediario y, considerado por distintos comentaristas, como uno de los programas con más contenidos de violencia en la televisión brasileña, ostentaba el primer puesto de audiencia de la emisora.

¹⁴³Revista *Imprensa*, ed. Três, agosto, 1997.

9.2. ESTRUCTURA NARRATIVA DEL TELEDIARIO JORNAL DA RECORD

El telediario *Jornal da Record* comienza con la presentación de Boris Casoy:

- *Boa noite , o telejornal da noite da Rede Record de Televisão, apresenta as notícias mais importantes do dia.*

(Buenas noches, el telediario de la Red Record de Televisión, presenta las noticias más importantes del día).

En el período analizado, el telediario contaba con una media de 25 millones de telespectadores en todo Brasil¹⁴⁴, en su mayoría del poblado Estado de São Paulo, donde se encuentra el centro de transmisión del telediario y todo su entorno discursivo: (entrevistas con autoridades del Estado, informaciones sobre el tráfico en las carreteras de São Paulo, previsión del tiempo, clubes de fútbol, etc.).

El presentador reitera esta presencia de *São Paulo* afirmando para todo Brasil:

- *Na capital são 19 horas e quinze minutos, e dos estúdios da Rede Record em São Paulo, apresentamos mais uma edição do Jornal da Record.*

(En la capital son las 19 horas y quince minutos, y desde los estudios de la Red Record en *São Paulo*, presentamos una edición más del *Jornal da Record*).

¹⁴⁴ Datos de la *Revista Imprensa*, ed. Três , op. cit., abril, 1999.

Percibimos que la estructuración discursiva de la presentación del telediario se conduce a través de un juego interactivo que acciona el imaginario colectivo brasileño, y se basa en la reputación de São Paulo como centro económico y productivo del país, reafirmando la imagen de los "paulistas" como los brasileños más puntuales y trabajadores (representados, en este caso, por el "paulista" Boris Casoy).¹⁴⁵

En el primer período seleccionado para la recogida de los programas y su análisis, el telediario *Jornal da Record*, era transmitido entre dos programas diarios de éxito de audiencia, conocidos del público por la polémica de sus contenidos violentos: *Cidade Alerta* y *Ratinho Livre*.

El programa *Cidade Alerta* presenta crónicas sobre asesinatos, secuestros, personas desaparecidas, detención de traficantes, en fin, del submundo del crimen. El género encuentra otro similar en la Televisión Azteca de México con el nombre de "Ciudad Desnuda", que en 1997 fue retirado de la programación, tras haber llegado a captar un 30% de la audiencia mexicana.

El segundo programa, presentado tras el telediario de la red Record – *Ratinho Livre* (hoy en el SBT) – es conducido en directo por el presentador Carlos Masa, que ha llegado a convertirse en uno de los recientes fenómenos de audiencia en Brasil. Durante el período analizado, este programa es transmitido de lunes a viernes, en la franja horaria de 20 a 22 horas. La temática del programa se basa en la exposición de casos de violencia y crímenes, a partir de los cuales, a través de un discurso justiciero se defiende ampliamente la implantación de la pena de muerte en la legislación brasileña.

El programa inaugura un estilo de hacer televisión basado en el submundo del crimen, especialmente mezclando una combinación de populismo, sensacionalismo, exhibición de aberraciones, lenguaje grosero y una buena dosis de carisma personal.

¹⁴⁵ En la creencia popular, los paulistas (personas nacidas en São Paulo) son conocidos como los brasileños más puntuales, trabajadores y serios.

El programa *Ratinho Livre* en su transmisión del 5/3/98 por la Red Record, alcanzó el índice más alto de audiencia superando a la del *Jornal Nacional*, que durante 30 años lideró a audiencia, superando siempre la audiencia de la telenovela de las ocho de la Red Globo.¹⁴⁶ Sin dudar, la alta audiencia del programa *Ratinho Livre* interacciona con la audiencia del telediario *Jornal da Record* e, indirectamente, con el *Jornal Nacional* de la Red Globo de Televisión.

¹⁴⁶ O Ratinho que Ruge: Quem é o novo fenómeno da TV Brasileira e como ele assusta os concorrentes?, *Revista Veja*, ano 31, nº11, ed. Abril, mayo, 1998.

9.3. LA ESTRUCTURA DISCURSIVA DEL TELEDIARIO JORNAL DA RECORD

El *Jornal da Record* presenta una estructura discursiva marcada por el comentario de opinión. Después de cada información, el presentador comenta y opina sobre el contenido de las noticias, el discurso del presentador ante las noticias de violencia clama por actos del Gobierno, que se traducen en acciones eficientes de la policía.

El presentador "Boris Casoy, a lo largo del informativo, privilegia una interpretación de los hechos, subrayando una jerarquía que establece una representación de la realidad y que intenta presentarse como más próxima de la verdad en función de la credibilidad del periodista y presentador.

En el material analizado, los comentarios del periodista insertan sentidos y opiniones que orientan un encuadre para los hechos de violencia narrados como consecuencias de la inercia del gobierno y de la ineficacia del aparato policial:

- *A sociedade espera que seus governantes compreendam que lugar de bandido é na prisão e da polícia nas ruas.*

(La sociedad espera que sus gobernantes comprendan que lugar de ladrón es en la cárcel y lo de la policía en la calle) - (JR - 2/3/99).

- *O que se espera é punição dura e exemplar para este mal feitor.*

(Lo que se espera es pena dura y ejemplar para este malhechor) - (JR - 3/3/99).

- *Aqueles que defendem direitos humanos para bandidos e assassinos deveriam defender o direito a vida para todo cidadão.*

(Aquellos que defienden a los derechos humanos para bandidos y asesinos, deberían defender el derecho a la vida para todo ciudadano) - (JR - 3/3/99).

- *Traficantes em guerra põem fogo em favelas de São Paulo e ameaçam a vida da população.*

(Traficantes en guerra prenden fuego a chabolas en Sao Paulo y amenazan a la vida de la población local) -(JR - 7/3/2000).

Boris Casoy, editor y presentador, comenta sobre la estructura discursiva de su telediario:

” El noticiario de la televisión debe ser breve, sintético, concreto y ofrecer una visión de los hechos del día, recayendo sobre mi persona la decisión de lo que sale al aire y de qué forma”.¹⁴⁷

El discurso de violencia está presente en casi todos los bloques del informativo y marca también el entorno enunciativo del noticiario.

¹⁴⁷ *Revista Imprensa*, ed. Três, abril,1999.

9.4. LA PUBLICIDAD EN LA ESTRUCTURA DEL TELEDIARIO JORNAL DA RECORD

El tiempo total de los programas analizados varió entre 42':09" y 58'24" de emisión. El viernes 5/3/99 se contempló el período más largo de transmisión. Durante el período analizado las inserciones de publicidad oscilaron entre 08'04" a 12'53".

Percibimos que las inserciones de publicidad en el telediario de la Red Record no acompañan la tendencia identificada en el *Jornal Nacional* de poseer más publicidad en el final de la semana. Sin embargo, el martes 9/3/99, el telediario, difundió un total de 12'03" de publicidad de un total general de 43'24" de emisión del informativo. En cambio el jueves 5/3/99, el espacio de publicidad contó con 8'04" de un total de 58'24" de emisión. En la muestra de marzo de 2000 los intervalos de publicidad fueron más constantes variando entre 6 y 7 minutos del total de cada programa informativo.

La programación de la emisora también es recurrentemente anunciada en los intervalos de publicidad, especialmente para subrayar la programación de la cadena de televisión posterior al informativo.

Durante el período de marzo de 1999 no hubo publicidad contra la violencia. En el periodo tomado para la muestra de marzo de 2000, antes del telediario era transmitida una pieza de publicidad de la campaña "contra la violencia en el tráfico" del Departamento de Tráfico del Gobierno do Distrito Federal.