



Informação e opinião via palavra televisada

REZENDE, Guilherme Jorge de. *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial*. São Paulo: Summus, 2000. 289 p.

Resultado, também, de pesquisas realizadas no doutorado da Universidade Metodista, o livro *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial*, de Guilherme Jorge de Rezende, foi publicado no início do segundo semestre. Em 289 páginas, o autor “traça um perfil claro e preciso do telejornalismo no Brasil”, segundo salienta o texto impresso na capa do exemplar.

Com cinquenta anos de história nas telas brasileiras, já que seu início ocorre um dia após a implantação oficial da televisão em 18 de setembro de 1950, o telejornalismo atualmente está presente no horário-nobre de todas as emissoras, em apenas um dos indicativos de sua importância. Afinal como “recomendou” a canção de Chico Buarque, “creia na televisão e em sua luzinha vermelha”, as informações veiculadas no noticiário televisivo são hoje importante referência para a grande maioria da população. Inúmeras pesquisas indicam que um significativo número de brasileiros se informa, quase que exclusivamente, através das mensagens difundidas via telinha.

Essas considerações seriam já suficientes para estimular a realização de estudos e reflexões sobre o jornalismo atualmente praticado em nossas emissoras de televisão. A bibliografia nessa área, contudo, registra lacunas significativas.

Após os trabalhos de Carlos Eduardo Lins da Silva, que faz uma análise do *Jornal Nacional* que é referência obrigatória para quem se interessa por telejornalismo, e de Sebastião Squirra, em pelo duas obras fundamentais para entender a linguagem do jornalismo em televisão, a literatura brasileira se ressentida da falta de trabalhos que oferecem uma reflexão mais aprofundada sobre a oferta de informação jornalística na televisão. Há livros disponíveis que orientam sobre como fazer uma reportagem em televisão, quais cuidados tomar para

transmitir uma informação no veículo, que assumem enfim um caráter de manual. Mas qual seria a importância do telejornalismo hoje, em um cenário marcado pela concorrência entre as emissoras de televisão aberta, pela busca de um estilo característico em cada canal?

Quem responde a essa questão é o próprio Rezende: “O telejornalismo cumpre uma função social e política tão relevante porque atinge um público, em grande parte iletrado ou pouco habituado à leitura, desinteressado pela notícia, mas que tem de vê-la enquanto espera a novela” (p. 23). A relação dos programas jornalísticos com as novelas, principal produto de consumo e exportação da televisão brasileira, pode ser, aliás, um dos motivos pelos quais o jornalismo em televisão tem assumido até aqui um caráter espetacularizado.

Essa dimensão de espetáculo que atinge o jornalismo de televisão, alicerçada pela habilidade do veículo em despertar emoções no público receptor, teria reflexos sobretudo na maneira de se estruturar informações em telejornalismo. Aliando palavra+som+imagem, como toda mensagem veiculada na televisão, o discurso jornalístico tem características próprias que o diferenciam, hoje, dos padrões e modelos adotados por jornal impresso e rádio.

A ressalva ao fato de essa “autonomia de estilo” no jornalismo de televisão ser uma realidade, nos dias atuais, se justifica pelo fato de que, como demonstra o autor em um histórico do telejornalismo que faz parte do livro, nos primeiros vinte anos de sua implantação eram significativas as interferências da estruturação das notícias em outros veículos, especialmente do rádio. Hoje “o discurso da TV”, nome de um dos capítulos da obra, já está consolidado e chega até mesmo a ser fonte de inspiração para outros veículos, como na opção pelo imagem na primeira página de alguns jornais impressos.

Como parte do processo de análise desse discurso, uma questão proposta pelo autor diz respeito ao espaço do texto, que na tevê tem a marca da oralidade. Qual seria o papel da palavra na mensagem do veículo televisão? Capaz de tornar algumas imagens universais e, assim, de concretizar a aldeia global preconizada por McLuhan, a televisão teria como grande diferencial a possibilidade de oferecer a seu público imagens em movimento, que seriam capazes de viabilizar o sonho da onipresença, o acesso – ainda que apenas visual – a cenas às quais o telespectador não está fisicamente presente.

Algumas vezes considerada o principal componente da mensagem em televisão, a imagem seria capaz de provocar uma recepção mais sensorial e menos amparada na razão. Esse seria um dos possíveis motivos para o sucesso da tevê como veículo? No livro, Rezende define a televisão como, em princípio, o “império das imagens” e

busca em Barthes suporte para afirmar que, embora ainda apenas como abstração, a televisão seria capaz de resolver os “problemas básicos da comunicação”: tempo, espaço e símbolo.

Mas a palavra, o verbal, na televisão também tem, como demonstra o autor, um papel fundamental, além de atributos próprios. O principal deles seria a marca da oralidade, em um misto de estratégia – para atingir um público heterogêneo como o que está exposto às suas mensagens – e de característica intrínseca ao veículo (para retornarmos mais uma vez a McLuhan) – o texto em televisão é escrito, e estruturado, para ser falado. Além disso, o discurso da tevê também teria como peculiaridade a repetição e a utilização de um número reduzido de palavras, o que motivaria críticas ao “empobrecimento” do vocabulário do brasileiro.

Na verdade, conforme o autor demonstra através da análise sistemática de três telejornais de âmbito nacional veiculados no período da pesquisa (segundo semestre de 1997), esse espaço da palavra na televisão não é sequer subordinado à questão da imagem. Para explicitar a relação entre os componentes da mensagem em televisão, ele recorre à figura do casamento – “o que se nota é uma relação própria de um casamento estável, onde cada parceiro mantém sua independência e, em determinadas situações, um dos dois toma a frente com base em sua competência específica” (p. 272).

Embora as análises de televisão devam considerar o “todo” da programação, conforme salienta Rezende – em um claro paralelo com a proposta de uma teoria crítica da televisão em Dominique Wolton –, e a relação palavra-imagem possa ser aplicada ao discurso independente da categoria de programas, é em no telejornalismo que merece a atenção do autor. Responsável por um estilo que não pode nunca ser “dissertativo”, como alerta Evandro Carlos de Andrade, um dos entrevistados para a obra, o jornalismo de televisão lançaria mão de recursos como exemplos, comparação e a utilização da metáfora para tornar possível a compreensão de uma notícia em que não se tem acesso ao “replay”.

Em busca de um perfil editorial para o telejornalismo praticado hoje no Brasil, Rezende recorre à distinção das mensagens jornalísticas em televisão segundo gêneros e formatos, partindo da classificação que Marques de Melo concebeu para a mídia impressa. A proposta do autor é utilizar esses parâmetros como suporte de base em sua análise: “O arcabouço teórico dos gêneros jornalísticos nos meios impressos serve como ponto de partida para a definição dos gêneros jornalísticos na TV ou, mais especificamente, nos telejornais”.

A classificação proposta por Marques de Melo, baseada em dois critérios – “a intencionalidade da mensagem jornalística” e a “natureza estrutural dos relatos observáveis nos processos jornalísticos” –, teve sua validade verificada, no que diz respeito à sua utilização para categorizar mensagens em televisão, a partir da análise de três telejornais: *Jornal Nacional* (TV Globo); *Telejornal Brasil* (SBT) e *Jornal da Cultura* (TV Cultura de São Paulo).

Aliando a análise dos textos exibidos, ou melhor, veiculados nos telejornais durante uma semana, a uma série de entrevistas, Rezende consegue definir as características distintas no conteúdo oferecido pelos três programas/produtos, no perfil editorial dos programas.

O estudo, realizado no segundo semestre de 1997, levou em conta ainda os formatos utilizados no tratamento da notícia em cada telejornal. Assim Rezende oferece, sobretudo aos estudantes de jornalismo e a outras pessoas que se interessem pelo telejornalismo, uma tipificação dos formatos utilizados para transmitir uma notícia em um telejornal, trazendo ainda esclarecimentos sobre a estrutura desse tipo de programa, a utilização de manchetes de abertura/escalada e a divisão em blocos.

Embora deixe claro que não é seu objetivo realizar um estudo sobre os gêneros na televisão, Rezende acaba por concluir que, no tocante ao telejornalismo, percebemos as presenças dos gêneros informativo e opinativo, segundo a classificação de Marques de Melo. A utilização dos dois gêneros em proporções, “receitas” diferenciadas torna possível ao autor o estabelecimento do perfil editorial dos três telejornais.

Além disso, ele comprova sua hipótese sobre o papel da palavra nos telejornais: “O que se detectou foi a função insubstituível da palavra, comentando, explicando, esclarecendo a informação visual ou até comandando o processo de composição jornalística na TV” (p. 272). Preponderante no gênero opinativo, segundo o autor, a presença significativa das palavras da estruturação da mensagem no telejornalismo acaba com as suspeitas de existência de uma hierarquia comandada pela imagem na composição desse tipo de relato.

Para compreender melhor a forma de organização do chamado discurso do jornalismo televisivo e de que forma essa estrutura deixa marcas editoriais no produto apresentado, cabe uma sugestão: ir ao livro. A recomendação é válida para jornalistas, pesquisadores da comunicação, estudantes e, em geral, para todos os que acompanhamos o noticiário via telinha.

Iluska Coutinho

Jornalista, doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Umesp