

TELEJORNALISMO: A CONSTRUÇÃO DE UMA NOVA REALIDADE

Caroline de Aragão Bahia Martins*

Resumo: *Neste artigo, busca-se compreender o processo de formação e construção da realidade social intermediada pela transmissão telejornalística. A informação é encarada enquanto produto ajustado às mesmas condições de um bem tangível e como ferramenta de uma incipiente sociabilidade contemporânea. A análise é feita através da composição dos fatos noticiados e de sua respectiva constituição imagética, ressaltando os mecanismos de persuasão empregados pelo gênero, o telejornal, a fim de se manter a credibilidade e o próprio interesse por parte da audiência na divulgação da mensagem.*

Palavras-chave: Telejornal; Produto; Realidade Construída.

A sociedade atual, cujos parâmetros sociais, comerciais e tecnológicos são fortalecidos pela idéia de transformação de tudo o que é produzido em um bem com um preço e um lugar na prateleira, faz com que até mesmo no espaço da informação, das notícias, passem a existir traços similares aos de um produto comercializável e financeiramente lucrativo. Os detentores dos meios de comunicação, assim, têm em poder as condições em que a forma e o conteúdo da informação estarão dispostos à comunidade. A proposta deste trabalho busca então identificar a disposição e composição dos fatos/notícias para a Tv, tendo em vista essa intermediação viabilizada pelo telejornal, aqui compreendido como um processo construtor da realidade e não como mera cópia desta.

Imerso na era do conhecimento, o mundo contemporâneo encaixa a informação como falso sustentáculo da democratização da sociedade. A distribuição das notícias estabelece o senso comum para uma comunidade e torna uniforme o conteúdo de tudo o que acontece à volta do indivíduo e, tratando-se do caso brasileiro, com uma sociedade majoritariamente voltada para a comunicação oral (PRETI, 1999), o desempenho da televisão é potencialmente superior. Seguindo as mesmas mudanças ocorridas no cenário atual, a informação passa a ser necessariamente distribuída e comercialmente vantajosa, mesmo não se encaixando como um bem tangível. Esta nova modalidade de sustentação passa a ser patrocinada pelos próprios consumidores¹. O acesso à informação, hoje, trata-se de algo bem mais significativo que antes, não se assemelhando mais a um conhecimento objetivo, tão pragmático quanto saber se houve queda do dólar ou se haverá greve de ônibus. A sua relevância é atingida pela possibilidade de ter a construção do mundo que cerca esse indivíduo social, mesmo que encaixada num aparelho de televisão a uma transmissão com duração reduzida. Daí então, a prática e a forma pela qual esse gênero televisivo, o telejornal, intermedia esse papel, se torna o objeto de estudo deste

* Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica de Salvador. E-mail: lohbahia@yahoo.com.br

Este trabalho foi orientado pela prof. do curso de Comunicação Social da UCSAL, doutoranda em Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa, Regina Lúcia Gomes Souza e Silva. E-mail: reginagomesbr@yahoo.com.br. Agradeço à prof. Ana Cláudia Gomes de Souza, do curso de Comunicação Social da UCSAL, pelo auxílio na formatação do presente artigo.

¹ A criação intelectual sempre dependeu materialmente de algum tipo de sustentação que lhe era provida ou por igrejas ou por estados ou por mecenas até que, após a Segunda Revolução Industrial, começou a ter condições de se amparar em seus próprios consumidores, o que lhe garantiria, com o correr do tempo e o crescimento e consolidação do público, autonomia relativa, profissionalização e legitimidade (apud LINS E SILVA, 1985, p. 20).

trabalho, já que, salvo algumas limitações específicas de cada programa, esse gênero segue uma mesma linha de construção e distribuição da informação à sociedade.

A notícia de fato passa a existir quando é encaixada nos moldes da “realidade virtual”, acrescida ou diminuída em seu conteúdo, e o que vai ser divulgado de alguma forma sofre manipulação de seus produtores. Mesmo que o noticiário não intente distorcer fatos, defender interesses e posicionamentos de um grupo, estarão inseridos nele todo o referencial particular do indivíduo produtor. A partir daí, os meios de comunicação de massa que se amparam na audiência coletiva - mas que de fato são avalizados pelos patrocinadores - se posicionam como “prostitutos do saber” (LINS E SILVA, 1985) ou defensores da função social e informativa dos veículos de comunicação.

Se contextualizada, pode-se indagar o porquê da TV ser tomada como principal, ou mesmo única fonte de informação do brasileiro. A abrangência e o número de fontes a que esse meio tem acesso, a “comodidade” da forma passiva de recepção da informação, a construção da linguagem e conteúdo nivelados cada vez mais à predominância oral da sociedade, o dinamismo das ilustrações que entretêm o público, se tornam algumas das contribuições para o fortalecimento da influência e importância da televisão na sociedade brasileira. O telejornalismo, então, dentre toda a programação, recebe a incumbência de cumprir a função informativa da televisão através do paradoxal formalismo e da rigidez destoantes do restante da programação. Além de constar como o único gênero informativo de grande parte, ou quase totalidade, da programação das emissoras, o telejornal assume o papel de mediador entre o indivíduo e tudo o que acontece à sua volta. Essa característica garante, ou ao menos cria a ilusão, de uma coesão social, de uma contribuição para a dissipação democrática da informação para a sociedade, pondo em questão os fatos do dia-a-dia e os dispondo de forma universal. A própria dinâmica dos meios de comunicação na distribuição em larga escala de seu conteúdo contribui para uma chamada democratização do saber, já que seu veículo de reprodução possui um público quantitativamente relevante. A fusão dos variados discursos, que resultam na produção da notícia, facilita o parecer uniforme do recebimento da informação e a simulação eletrônica constrói uma realidade em paralelo que chega a ser confundida com a própria realidade do indivíduo, deixando-se evidenciar uma pseudo-similaridade da tomada e da distribuição dos fatos. Muito mais que um conjunto de técnicas especiais, o jornalismo se torna o campo de produção e reprodução, de construção e desconstrução da realidade, de criação e manutenção de uma fragilizada “sociabilidade virtual” (VIZEU, 2002b).

O primeiro telejornal brasileiro foi desenvolvido em 1950 na Tv Tupi, chamando-se “Imagens do Dia”. Dez anos após sua chegada à cultura televisiva brasileira, entra no “ar” um novo modelo de telejornal que passa a ser tomado como referencial para os programas do mesmo gênero: o *Jornal Nacional*. Este dá início à importação da tecnologia e retórica condizentes com padrões norte-americanos de difusão. Os telejornais, a partir daí, tracejam uma evolução paralela à evolução tecnológica de transmissão eletrônica e à tomada de componentes persuasivos mais eficientes, transmissão via satélite em alta definição de imagens, apresentadores compatíveis com um estereótipo pré-concebido, um formato reduzido na respectiva veiculação, resultando na impressão e solidificação de características próprias do gênero com o passar do tempo. A similaridade com o rádio, por exemplo, foi uma constante nos primórdios da construção telejornalística. Um emissor oralizava fielmente o texto escrito, apoiado em um discurso rígido e formal, não diferente de sua respectiva fala impessoal. Hoje em dia, apesar da manutenção dessas características, o noticiador passou a ser mais “humano”, a responder diferentemente às situações impostas no seu cotidiano, o grupo dos indivíduos participantes da comunicação foi ampliado, passando a existir não somente um apresentador, mas também o repórter, o comentarista, sem contar com a diversificada divisão da equipe interna de trabalho. À luz dessa semelhança com o rádio, este fundamentou a utilização de diferentes entonações de voz na propagação do discurso para transmitir o teor de cada notícia. A opinião passou a ser camuflada pela forma como o discurso é proferido pelo noticiador e possibilitou a solicitação, mesmo que

primária, da interpretação pessoal do que é relatado por parte do telespectador, devido ao próprio apelo à imaginação do ouvinte (CABRAL, 2004). Já com o cinema, os traços de similitude com o telejornal se tornam mais evidentes. Principalmente entre os programas que se utilizam de cunho sensacionalista para angariar telespectadores, os apelos à dramaticidade e ao despertar dos sentimentos do espectador acabam por roubar a significância da notícia para uma possível identificação do público com o protagonista ou com uma causa. A encenação de um assalto, a reconstituição de um crime é governada pelo uso de um *background* que envolve o público instantaneamente: os fatos acabam sendo repassados em episódios, tornando-os essencialmente fragmentados, a encenação toma forma preponderante para a assimilação da mensagem, a sincronia de áudio e vídeo concretiza o que seria apenas o imaginário coletivo.

Ao mesmo tempo em que se dá essa aproximação com diferentes modalidades de comunicação, o telejornalismo se afasta de sua vertente impressa, ao se apoiar não só decisivamente na imagem, mas principalmente na abordagem incisiva das reações emocionais e imediatas do espectador. O jornal impresso, além de estética e estruturalmente ter desvinculação explícita com o jornal da Tv, assume um posicionamento frio e distante do que é noticiado. A abordagem é feita, aparentemente, por um único agente, o aspecto impessoal é sustentado no decorrer de toda a narrativa e o conteúdo é significativamente ampliado. Já o telejornal, confere a um mesmo assunto utilizado pelo jornal impresso a existência de diversos agentes produtores e construtores do fato. O apresentador pode se referir ao acontecimento, para depois o repórter ser incluído na transmissão e o comentarista tecer observações que inevitavelmente emitem um posicionamento diante do que é relatado.

Ao passo que a narração de um relato pessoal é carregada de posicionamentos e valores do próprio emissor, a narração de um relato, transformado em notícia por uma emissora, similarmente traduz, de forma muito mais consciente, as convicções desta. São impressas ideologias, interesses próprios, que conduzem a informação à falta de objetividade, já que ela se torna relativa do ponto de vista da emissora, do editor, do repórter, do público a que se destina. Não há atuação exclusiva de um agente, existe uma “polifonia de vozes” (MACHADO, 2000) operando conjuntamente para o evento vir a surgir para o público espectador. Está aí então uma nova realidade, em que a manipulação do fato ocorre na medida em que várias fontes encaixam suas interpretações pessoais para resultar num produto final pronto para ser consumido (ou digerido). Assim como numa indústria, em que diversos operários, graças à divisão social do trabalho, cuidam de um mesmo bem adicionando a ele algumas peças, inserem embalagem, cuidam esteticamente de sua apresentação, a mando de um patrão que previamente concebeu e adequou as características de seu produto a um mercado supostamente homogêneo, analogicamente os meios de comunicação de massa, e subdivisões, são também produtos dessa indústria e se tornam peças chave para a manutenção dessa configuração. A disposição da forma e conteúdo do telejornal traduz a própria essência antitética desse gênero, já que “o telejornalismo é real porque se refere a algo que realmente aconteceu ou está acontecendo; imaginário porque esse real é ‘romanceado’, ‘dramatizado’, colorido com suspense e, portanto, torna-se irreal” (TEMER, 2003, p. 39). Os fatos, quando veiculados, adquirem composição unificada, mesmo sendo controlados por interesses diversos internos, e a realidade, então, se transforma num conjunto seqüencial de montagem, síntese, manipulação, de forma praticamente imperceptível, ressaltando que, apesar da aparente homogeneidade, esse produto construído carrega uma essência verdadeiramente heterogênea, tanto do discurso, como da construção imagética, que, à primeira vista, não são tão visíveis a quem os assiste. A narrativa, mesmo que de forma fragmentada, é apresentada com uma pseudo-uniformidade, e o próprio espectador se sente inserido no acontecimento com o desenrolar da exibição. As imagens são montadas de forma harmônica a fim de não despertar qualquer dúvida pelo público de serem reproduções “fiéis” da realidade.

O telejornal, inserido no meio que melhor representa a Indústria Cultural (a televisão), através da curta duração de cada edição, tem a função de concentrar toda a informação

pulverizada de uma região, país, planeta, e torná-la comercialmente lucrativa para o programa e, no mínimo, atraente para o telespectador. Assim, dentre as notícias que se tornam merecedoras para veiculação, ainda sendo manipuladas na edição, sofrem uma sintetização que pode traduzir um caráter banal e corriqueiro aos acontecimentos de grande parte dos fatos do dia-a-dia. As informações não seguem um padrão rígido de organização, porém sua construção não deve dar margem a um questionamento por parte da audiência. A própria sincronia de áudio e vídeo, a edição, é composta de forma harmoniosa para não estimular essa incredibilidade, as ilustrações sofrem continuamente mudanças que chegam a ser imperceptíveis face ao que irá ser transmitido e ao que deixou de ser. Isso faz parte da adoção de métodos muito mais pragmáticos que de escolhas específicas de um grupo de indivíduos. Ainda que não existam regras, ou verdades absolutas sobre como angariar e manter telespectadores na audiência do telejornal, os mecanismos de persuasão são de fato utilizados pela grande maioria, se não totalidade, de programas noticiosos.

O telejornal é disposto estrategicamente entre horários de audiência relativamente alta, comparativamente ao restante dos programas. O lançar das notícias é feito antes da exibição do telejornal, com as “chamadas” informando os dados mais relevantes de cada edição, para assim atrair o interesse do público previamente. Os apresentadores são escolhidos de acordo com o *ethos* construído por ele mesmo durante sua carreira profissional e/ou pessoal, e assim, de acordo com Vizeu (2002a), a “marca do autor” se torna um atributo intrínseco no processo de produção e veiculação do discurso; o caráter verídico de uma notícia conta muito mais como e por quem ela é divulgada do que ao seu próprio conteúdo. O sujeito falante, dessa forma, deve ser especialmente ajustado à condição de poder falar por um grupo e atender aos anseios de um público. Os diferentes planos de filmagem (dentro ou fora do estúdio de gravação) exprimem o teor e a importância atribuída à respectiva informação. O plano americano (PA), posição dos quadris acima, possui uma maior distância entre apresentador e espectador, o ambiente ainda está carregado de “poluição”, todo o cenário é amplamente visualizado pelo telespectador, e a notícia correspondente também evidencia uma importância menos relevante que em planos subsequentes. O primeiro plano, posição busto acima, já requer uma maior atenção do público, a notícia tem uma aparente maior aproximação com os interesses da emissora e com os desejos do público e a visualização do cenário é reduzida. O primeiríssimo plano, em que se é enquadrado somente o rosto do apresentador/repórter, se faz perceptível a intenção de não haver possibilidade da perda da atenção do público pela notícia, aquilo que é divulgado requer a atenção exclusivamente voltada para o seu conteúdo.

As notícias vistas pela dimensão universal que chegam a atingir, são quantitativamente numerosas. Contudo, o que se vê divulgado nos programas é uma sucessão exaustiva de temas e acontecimentos similares no decorrer das edições. “[...] na ânsia de não errar, a mídia quase sempre apenas dá uma nova maquiagem ao que é constantemente repetido” (TEMER, 2003, p. 41). As notícias que chegam ao ar têm uma natureza diretamente relacionada às expectativas da audiência. Esse público anseia por situações atípicas em relação ao seu dia-a-dia, que imprimam um caráter de anormalidade em confronto à sua rotina. Daí então, a divulgação, redundante e excessiva, de certos fatos que imprimam rompimentos com as regras do interior de uma sociedade, a comportamentos fora da conduta social, transgressões relacionadas à sexualidade, corrupção política, se tornem mais atrativas a um público que liga televisão para se certificar das mudanças que ocorreram à sua volta, e não precisamente para constatar que a colheita de café terá início no próximo mês.

Ao se fixar dois pólos pertencentes a uma situação de comunicação, o emissor e o receptor, tem-se em vista a mensagem e a forma pela qual ela será divulgada (PRETI, 1999). O telejornal, qualquer que seja sua natureza, tem um público relativamente heterogêneo, e conseqüentemente lidar com uma linguagem comum a todos seria tomar uma posição similar à grande parte da programação televisiva brasileira, e inserir um aspecto demasiado coloquial em sua reprodução lingüística. Nesse caso, o formalismo e rigidez presentes na essência do

telejornal não o tornam um gênero menos compreensível, e, portanto, menos interessante aos olhos do receptor. Ao contrário, isso reforça a autoridade do gênero em passar a informação e esta adquirir um aspecto creditável frente o destinatário. O caráter “entendível”, ou não, da mensagem por parte do produtor deixa de representar uma importância significativa se houver uma aceitação pela audiência. Ao passo que o distanciamento do apresentador com o público divide-os, respectivamente, entre os que detêm a informação e os que podem ter acesso a ela, só existe um reforço do abismo entre eles. E isso, do ponto de vista da persuasão, só garante a validação da condição de um pólo ser produtor e reproduzidor da realidade e o outro ser mero espectador desse fenômeno construído do qual também faz parte.

O discurso do telejornal é carregado de um formalismo condizente com os primórdios do discurso televisivo. Aquilo que é falado/noticiado é o discurso escrito, e diferentemente do que é oralizado, tem a obrigatoriedade de ser impresso de correções gramaticais, de coesão estrutural, de concordância do corpo do texto como um todo. Ainda assim, mesmo impondo ao restante da programação uma lógica de abordagem e inserção diferentes, essencialmente esse gênero camufla a ausência harmônica de sua composição. O intermediador se articula formalmente frente ao espectador para transmitir propriedade ao que é relatado, dessa forma, o tom grave e a firmeza na fala, o caráter sóbrio e a rigidez lingüística, validam a condição do discurso ser emitido por aquele. Porém, a tomada de um discurso mais caloroso com o público, a utilização de expressões mais próximas da cultura popular, a fala menos rígida, se tornam também uma constante na utilização telejornalística a fim de se estabelecer uma espécie de conversa com a audiência, de uma familiarização do programa com o público. Essa vertente do telejornal se torna também mais utilizada quando o fato necessita de uma explanação mais humana, que passe um maior apelo emocional para o espectador, e que “toque” até o próprio apresentador que normalmente é caracterizado pela frieza. Inevitavelmente, qualquer informação noticiada em um telejornal é carregada de alguma forma de sentimento, mesmo que de forma bastante minuciosa ou demasiada explícita, tenta-se construir uma proximidade afetiva com a audiência. Em casos extremos, essa exaustiva apelação às emoções do telespectador resulta em uma “novelização” do espaço jornalístico (CABRAL, 2004) e atribui-se uma relevância de tal forma que diversos programas se sustentam utilizando-se somente desse gênero sensacionalista para garantir a audiência. As notícias são desprovidas de qualquer compromisso social e informativo para/com a sociedade e existe uma relativização sobre o que ainda é notícia e o que se tornou espetáculo. Daí suprime-se a necessidade da reflexão crítica sobre o fato, o que é relatado se perde na subjetividade narrada pelo noticiador, e o espectador já se encontra envolvido sentimentalmente pelo enredo e pelos participantes da construção. Ainda que não seja mérito desse ensaio analisar a interferência política no telejornal e do telejornal, vale ao menos ratificar o papel dominante que esse gênero exerce não só no espectador, mas principalmente no eleitor. Associando-se a Tv como fonte de informação e formadora de opinião do brasileiro, tem-se em mãos a ferramenta capaz de passar a confiança e credibilidade necessárias para angariar um voto: o telejornal. A informação pode tracejar por inúmeras vertentes, cabe avaliar por quais grupos político-partidários o noticiário dá apoio. De fato, o processo de escolha pela defesa, ou não, de um candidato ou partido, é em muito garantido pela atuação do telejornal, porém não se deve construir a imagem de uma audiência suprimida de qualquer reflexão crítica, pois mesmo que o telejornal tenha convicta adesão a um grupo, o conteúdo ainda assim não pode fugir de sua posição “neutra” de exibição.

A chegada ao final de cada edição é sustentada pela contribuição de repórteres, redatores, comentaristas, cinegrafistas, que fazem parte da composição interna de produção. Porém, outros grupos, mesmo sem apresentar constância na composição, são responsáveis por garantir um aspecto de credibilidade à própria notícia divulgada. Muito mais que uma inserção aparentemente casual, os entrevistados convidados, geralmente profissionais renomados, servem para confirmar anseios, expectativas da emissora, validam a propriedade em ilustrar determinado fato, e conseqüentemente repassam essa credibilidade ao próprio programa. Suas explicações

emitem conhecimento científico, posicionamento ideológico, sabedoria alheia à audiência. Tudo o que passa a ser defendido por estes profissionais é devidamente aplicado no desenrolar da edição, ressaltando assim que seu emprego evidentemente não é feito de forma aleatória. Os personagens do enredo, os indivíduos presentes no momento do episódio a ser divulgado, são os que sustentam a veracidade de um fato. Ainda que sejam apresentadas diferentes, ou mesmo divergentes versões, eles se tornam fundamentais para a reconstrução (verossímil) do acontecimento. Já a própria massa, o “povo”, em que é de fato casualmente abordado nas ruas para transmitir opinião sobre determinado fato/assunto, tem representatividade totalmente diferente que aqueles constituintes do *staff* da emissora. As pessoas abordadas ao acaso, diferente dos profissionais e dos participantes reais da notícia, servem para criar uma atmosfera lúdica na construção do discurso. De fato, essas pessoas não são vistas como potencialmente capazes de contribuir para o enriquecimento da explanação, a respectiva construção linguística com o uso de gírias, orações sem concordância, as demonstrações fisionômicas com aparente sentimentalismo, só ajudam a corroborar a desfavorável posição destes, e conseqüentemente da própria audiência, como meros coadjuvantes de um espetáculo, do qual até fazem parte, mas que em pouco ou quase nada se tornam decisivos para mudar o rumo da construção.

A tomada de um acontecimento/fato a fim de torná-lo manifesto, como já mencionado anteriormente, segue uma via parecida com o “real”, nunca idêntica ao que de fato aconteceu. Entretanto, é importante observar que essa natureza não está restrita ao cenário telejornalístico. A própria chegada da informação à audiência sofre diferenças constitutivas a partir da experiência pessoal do indivíduo, de seus valores, da comunidade ao qual pertence, de suas expectativas, de sua constituição cognitiva, que interferem decisoriamente na forma de recepção e assimilação da mensagem (MACHADO, 2000), fazendo de um mesmo texto a possível tradução de diversificadas interpretações. Desse modo, crucificar esse gênero televisivo pela forma de abordagem e distribuição da informação se torna uma tarefa inválida, ou até injusta, pois foi a própria sociedade que adequou, voluntária ou involuntariamente, a relação de fragmentação e efemeridade existentes entre o indivíduo social e o universo circundante. Assim como um objeto pode perder instantaneamente seu valor após uso, as notícias podem ser descartadas após sua exibição, daí seu caráter incompleto poder suprir essa necessidade social. Os fatos sofrem encurtamento, não só por que pertencem a uma dimensão espacial e temporal alheia ao ocorrido, mas por similarmente seguirem os passos de uma comunidade carente de novas informações a todo momento, porém, estas de forma instantânea e resumida. De tal modo, querer trucidar o cordeiro, inversamente a seu rebanho, é encarar o telejornal como responsável, e não sustentador, da configuração societária vigente.

REFERÊNCIAS

CABRAL, A. Muito além da objetividade. Comunicação, construindo o conhecimento, 2004. Disponível em: <http://www.comunicacao.pro.br/artcon/objetiv.htm>. Acesso em: 09 jun. 2006.

LINS E SILVA, C. E. **Muito além do Jardim Botânico**. São Paulo: Summus, 1985.

MACHADO, A. As vozes do telejornal. In: **A Tv levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000.

PRETI, D. A linguagem da Tv: o impasse entre o falado e o escrito. In: NOVAES, Adauto. **Rede imaginária: Televisão e Democracia**. São Paulo: 1999.

TEMER, A. C. R. P. O telejornalismo entre o fato e suas representações: ver o telejornal ou ver no telejornal?. **Communicare. Revista de pesquisa**, São Paulo, Faculdade Cásper Líbero. vol. 3. n. 2, p. 35-50, 2003.

VIZEU, A. Decidindo o que é notícia. Os bastidores do telejornalismo. Lisboa: Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, 2002a. Disponível em:
http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=718. Acesso em: 16 jun. 2006.

VIZEU, A. Telejornalismo, audiência e ética. Lisboa: Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, 2002b. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=718>. Acesso em: 16 jun. 2006.