

## 1

**Conheça a história de ...**

Com o trabalho de reportagem, vivi algumas das experiências profissionais mais intensas, angustiantes e divertidas. Também conheci pessoas cujas histórias me encantaram, seduziram e surpreenderam. Muitas histórias eu ignorei. Muitas foram parar nas reportagens que escrevi. Pessoas que transformei em personagens, histórias que viraram enredos.

Este trabalho nasce da minha vivência como repórter de uma pequena emissora durante seis anos e de questionamentos e observações sobre o veículo televisivo. Tão fascinante quanto a influência da TV sobre milhares de pessoas é o seu modo de produção dinâmico, complexo e contraditório, aspectos nem sempre percebidos por quem faz parte da engrenagem.

Como repórter, várias vezes, presenciei a interrupção de uma determinada matéria pela ausência de personagem. Noutras ocasiões, eu mesma reclamei a necessidade dele. Curiosamente, o personagem sequer é citado nos principais manuais de telejornalismo. Há referências sobre como conduzir entrevistas, como se portar diante dos entrevistados, como tirar deles a melhor informação e até sobre o uso de recursos próprios da arte cênica<sup>1</sup>. Entre esses recursos estariam o uso de maquiagem e roupas especiais, cursos para perder a timidez no vídeo, ensaios antes de entrar no ar, utilização de cenário no estúdio e marcações de entrada e saída de cena. A única citação explícita ao personagem foi encontrada no livro *Jornalismo de TV*, de Luciana Bistane e Luciane Bacellar. As autoras aconselham a evitar o uso indiscriminado do personagem e alertam que o recurso teria virado fórmula para construção de matérias (2005, p. 14). Esse é um dos aspectos que pretendo discutir no presente trabalho.

Em TV, chama-se personagem a pessoa comum, alguém cuja história será o fio-condutor ou o mote de uma reportagem. Para o jornalista, funciona como uma amostra, mas também como alternativa para facilitar a explicação de temas áridos, para facilitar a gravação de imagens e, a justificativa mais corrente, humanizar a matéria. O personagem diferencia-se do povo fala por ser este último

---

<sup>1</sup> No seu *Manual de Telejornalismo*, Heródoto Barbeiro e Paulo Rodolfo de Lima ressaltam, no entanto, que “há uma clara divisão entre quem lida com a ficção e quem lida com a realidade” (p. 82).

apenas um apanhado de opiniões, colhidas aleatoriamente na rua, sobre um assunto específico, com o objetivo de avalizar ou polemizar um tema.

Recordo-me de um episódio no qual eu e o cinegrafista recebemos a pauta de uma reportagem sobre o uso de esteróides anabolizantes entre freqüentadores de academias de ginástica. A produção havia marcado entrevista com um médico e um personagem - um lutador de vale-tudo que vencera a batalha contra a leucemia, doença desencadeada, possivelmente, pela ingestão excessiva das substâncias. Após gravar o material, o cinegrafista e eu chegamos à conclusão de que faltava mostrar outros usuários das drogas porque isso tornaria a reportagem mais consistente.

Por intermédio de um conhecido do cinegrafista, encontramos um rapaz disposto a dar entrevista e a fazer uma aplicação de anabolizante – uma sugestão do próprio jovem. Com o rosto protegido por um efeito de luz, ele contou de que maneira o produto era comercializado livremente e sem autorização dentro das academias, mostrou fotos do aniversário de uma conhecida fisiculturista – cuja morte estava sob suspeita de doping –, em que ela aparecia diante de um bolo onde ampolas de anabolizante ocupavam o lugar das velas, e deu um depoimento despreocupado sobre as conseqüências do uso da droga.

O exemplo suscita uma série de discussões, inclusive éticas, mas a que vou ressaltar aqui é o uso do personagem, sua adequação à pauta e o mecanismo pelo qual os profissionais atribuem a ele uma necessidade vital capaz de impedir, momentaneamente, a divulgação de um fato.

Sobre o uso do personagem na reportagem de TV podemos dizer que é freqüente e independe de editoria, embora seja mais comum nas matérias de economia e serviço associadas ao consumo; de cidade, principalmente quando o foco é a violência; saúde, esporte e qualquer editoria quando é preciso destacar a cidadania. No telejornalismo diário, chamado de *hard news*, o personagem é menos utilizado nas reportagens de política, internacional, ciência e tecnologia e cultura.

Quanto à adequação à pauta, o personagem deve ser a encarnação perfeita daquilo que se quer dizer. Sendo assim, a matéria citada anteriormente sobre o uso de drogas por freqüentadores de academias não poderia ter como exemplo o lutador de vale-tudo. Ele seria mais apropriado se a pauta fosse sobre a leucemia ou sobre a vitória de um atleta contra a doença. No caso do jovem que se dopou

diante da câmera, havia um forte componente de atualidade e de afirmação do fato porque ele fazia uso da droga e essa era a pauta. Portanto, era um personagem mais adequado que o lutador de vale-tudo.

Neste trabalho vamos refletir sobre o crescente uso do personagem como representação do homem comum nos telejornais. Tal utilização é vista como desdobramento do aperfeiçoamento técnico e da implantação de rotinas de produção frente às novas demandas do telejornalismo, que acompanham o crescimento das cidades e do próprio veículo televisivo. As notícias, então, deixam de ser produzidas artesanalmente, com participação quase exclusiva de repórter e cinegrafista na rua, para serem realizadas, em grande parte, dentro das redações. Coincide com esse processo a substituição do “pauteiro” pelo produtor – profissional que vai selecionar, organizar e viabilizar as pautas, escolhendo inclusive os entrevistados, entre eles, a pessoa cuja história será tratada como exemplo e sem a qual, muitas vezes, a matéria não poderá ser concluída.

Ao analisar o processo de construção da notícia na TV, percebemos que ela é o resultado do trabalho de uma complexa cadeia de produção, que envolve apuradores, produtores, repórteres, repórteres cinematográficos, editores, chefes, outros profissionais da área técnica, e o próprio telespectador. Há ainda forças de interesse político e mercadológico da própria emissora ou externas atuando em todo o processo.

Para a parcela que trabalha nas redações e na rua, quase sempre faltam investimentos em pessoal e financeiro, o que pode obrigar uma equipe de reportagem, por exemplo, a produzir três matérias numa jornada de sete horas – quase como na linha de montagem de uma fábrica.

Se a feitura da notícia envolve forças com diferentes motivações e cuja atuação torna-se difusa no decorrer do processo, podemos entender o personagem como parte de um agenciamento coletivo de enunciação, que age diretamente em um agenciamento maquínico articulado pela televisão, um organismo atravessado por multiplicidades que se conectam a outras engrenagens. A idéia do múltiplo não está associada a um sujeito ou a um objeto e sim a determinações, grandezas e dimensões. Como afirmam Deleuze e Guattari: “um agenciamento é precisamente este crescimento das dimensões numa multiplicidade que muda necessariamente de natureza à medida que ela aumenta suas conexões” (2002, v. 1, p. 17).

Assim, a televisão não tem objeto nem sujeito, é uma “máquina abstrata” por onde circula uma multiplicidade de forças visíveis e invisíveis. É essa máquina que opera a conexão da língua com o conteúdo dos enunciados e com agenciamentos coletivos de enunciação. Personagem e telejornal são, portanto, organismos de conexão da TV.

Para empreender essa pesquisa, selecionamos três telejornais para uma análise de conteúdo comparativo – *RJ TV 1ª edição*, *SBT Rio* e *RJ Record*; o primeiro, o mais antigo dos três, estreou em 1983 e é veiculado ao meio-dia pela TV Globo; o segundo, exibido pelo SBT, entra no ar às 12h45min, e o terceiro, da TV Record, às 19h30min<sup>2</sup>. A escolha foi motivada pela representatividade das emissoras segundo critérios mercadológicos. No caso da Record, o jornal noturno foi escolhido por apresentar uma estrutura mais próxima dos demais já que o telejornal da tarde da Record, além de ser apresentado por um parlamentar, tem inserções comerciais sob a forma de *merchandising* durante o programa, procedimentos incomuns para um noticiário.

A fim de montar o *corpus* deste trabalho, foram selecionados os telejornais exibidos no período de 30 de abril a 01 de junho de 2007, excetuando-se os sábados porque, nestes dias, não há exibição do *SBT Rio*. Todos os três programas são considerados jornais locais por exibirem reportagens relacionadas ao estado do Rio de Janeiro. Mais especificamente, veiculam, sobretudo, material referente à região metropolitana, com algumas inserções de outros pontos do estado.

*RJ TV* e *SBT Rio* são estruturados em quatro blocos, embora o primeiro tenha quase o dobro de tempo do segundo, e apresentam mais pautas coincidentes, fato que está ligado ao horário de exibição próximo e a critérios jornalísticos norteadores da seleção de notícias. O *RJ Record* estrutura-se em três ou dois blocos<sup>3</sup> e, ao contrário dos outros, não tem escalada (seqüência inicial do telejornal onde são apresentadas as manchetes do noticiário); utiliza bastante o recurso de repetição de imagens dos VTs quando a transmissão volta para o estúdio e o apresentador lê uma nota pé (texto que atualiza ou complementa a

---

<sup>2</sup> Horário em que o programa era exibido quando foram feitas as gravações. Desde então, já foi exibido às 18h30 e, atualmente, vai ao ar às 19h45min.

<sup>3</sup> Nos dias 01, 03, 08, 10, 17, 24 e 29, o telejornal foi exibido com apenas dois blocos, embora o tempo de produção continuasse o mesmo. No dia 30 de maio, o *RJ TV* teve apenas três blocos. Em todos os casos, não houve elemento externo que pudesse ser indicativo das razões da mudança.

matéria) ou chama o repórter para uma entrada ao vivo. O telejornal usa, com frequência, um recurso que chamo de falso vivo – o apresentador chama um repórter, cuja única referência que temos é a voz, pois ele não aparece no vídeo, para dar uma notícia em tom de narração ao vivo. Eles chegam a travar um pequeno diálogo sobre as imagens editadas e narradas como se o fato estivesse ocorrendo naquele momento.

**Locutor:** E veja só essa: a Polícia Federal investiga mais uma quadrilha suspeita de golpes com cartões telefônicos. Marcelo Vieira, boa noite, as informações. Como é que funcionava esse golpe do DDI?

**Repórter:** Pois é, Fábio, a gente vê aí imagens do prédio ... (*RJ Record*, 03 de maio)

Dos três noticiários, o *RJ Record* é o que mais trabalha a questão do tempo real. O apresentador narra a notícia como se ela estivesse acontecendo ao vivo, ignorando os cortes e as imagens diurnas exibidas em um programa noturno.

**Locutor:** “(...) Veja a dificuldade até dos policiais de tirarem... Esse é um dos bandidos já deitado sobre um colchão e agora os policiais tirando o capuz da vítima. (...) Esse é o pai, observe o reencontro” (idem)

Ao contrário dos outros dois noticiários, o *RJ Record* não costuma encerrar suas edições com reportagens tranquilizadoras e positivas. A música vibrante e a fala contundente do apresentador imprimem um constante estado de alerta para o telespectador: “E é com essa informação, de que mais um paciente desaparece de um hospital público, que o *RJ Record* vai terminando” (22 de maio).

A inexistência de uma escalada, as imagens repetidas e os falsos vivos compõem um fluxo constante de notícia marcado pela idéia de simultaneidade, como se os fatos estivessem acontecendo naquele momento, e aproximam o *RJ Record* de antigos jornais, com caráter popularesco como o *Aqui Agora* e o *Cidade Alerta*<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> O *Aqui Agora* foi exibido pelo SBT entre 1991 e 1997 (primeira versão) e entre 26 de fevereiro e 11 de abril de 2008 (segunda versão), inspirado em um programa homônimo veiculado pela TV Tupi em 1979, cujo *slogan* era “um jornal vibrante, que vem com tudo e mostra na TV a vida como ela é” e outro argentino chamado *As duas caras da verdade*. A TV brasileira exibiu ainda

A marca do tempo real é salientada também quando, no início do noticiário, o apresentador diz: “Olá, boa noite. São sete horas e trinta minutos. O *RJ Record* começa agora com as principais notícias desta segunda-feira”. No *RJ TV*, o mesmo recurso é utilizado durante a escalada (“esse é um dos destaques do *RJ 1ª edição* desta segunda-feira, 30 de abril”) e depois da escalada e da vinheta de abertura do telejornal (“Meio-dia em ponto, no Rio. Boa tarde”).

A comparação das pautas dos três telejornais mostra a intenção de transformar o espaço televisivo em lugar de reivindicações e de prestação de serviços à comunidade. A partir da criação de espaços específicos, os programas ampliam a idéia de jornalismo comunitário ou de serviço. E a comunidade aparece sempre representada através de seus personagens, em colunas, como “Emprego”, “Bem Estar”, “Direito do Cidadão” e “RJ na Baixada”, “*RJ nas Escolas*”, “Disque-Reportagem”, todas do *RJ TV*; “Emprego”, “Defesa do Consumidor”, “Promessa é Dívida”, “O SBT vai até a sua comunidade” e “Sugestão do telespectador”, do *SBT Rio*; e “Assim não dá”, do *RJ Record*. Este último, apesar de manter apenas uma coluna, dos três é o que mais exhibe matérias com denúncias contra instituições públicas, que vão desde falta de segurança, caos em escolas e hospitais públicos até a desordem urbana. Os demais apresentam conteúdo um pouco mais diversificado.

Não há aqui uma avaliação qualitativa, mas é possível afirmar que o programa da Record investe em depoimentos mais dramáticos e espetaculares e que SBT e Record presumem uma audiência nas classes C, D e E, enquanto a Globo trabalha com uma parcela média. Isso pôde ser observado, por exemplo, nas informações sobre trânsito em que foram mostradas imagens de câmeras da Companhia de Engenharia de Tráfego da cidade. Enquanto a Globo utilizou mais imagens de ruas da Zona Sul e Centro, SBT e Record exibiram ruas da Zona Norte e Centro, mas não exclusivamente. Outro exemplo foi a coluna “Emprego”. No dia 07 de maio, o *RJ TV* fez uma reportagem sobre um curso para comissárias de bordo enquanto o *SBT Rio* divulgou vagas de trabalho para carpinteiros, auxiliar de serviços gerais, etc.

---

outros programas na mesma linha policial e com forte apelo popular como *O Povo na TV* e *O homem do sapato branco*. Com perfil semelhante, o *Cidade Alerta* foi exibido pela TV Record, entre 1995 e 2005.

O *RJ TV* é o telejornal que utiliza mais estratégias para trazer o homem comum ao espaço do telejornal, seja através do uso de povo fala, personagens, entradas ao vivo, estímulo à participação do telespectador por e-mail e telefone a fim de sugerir pautas ou em colunas como a “Amigos do *RJ*”. Dos três, também é o único que utiliza o recurso do *chat* para manter a audiência cativa mesmo após o término do programa. O *SBT Rio* e o *RJ Record* fazem a aproximação basicamente com povo fala, personagens, entradas ao vivo e colunas que podem contar com a sugestão do público por correio eletrônico e telefone.

Característica aparente também entre os noticiários é o fato de o jornal do SBT contar com menos estrutura e, possivelmente, menos investimentos que os demais. No *SBT Rio*, há menos entradas ao vivo e, freqüentemente, um repórter aparece em mais de uma reportagem durante a mesma edição do noticiário.

Para falar sobre a crescente utilização do personagem nos telejornais, optamos por uma metodologia que pensa a teoria a partir da prática jornalística. Assim, o material veiculado ao longo de 25 dias e 75 edições dos noticiários *RJ TV*, *SBT Rio* e *RJ Record* foi posto em diálogo com alguns textos e com entrevistas de profissionais da área (os jornalistas Fernando Barbosa Lima, Sandra Passarinho, Alice-Maria em colaboração com Armando Nogueira), além de minha experiência pessoal em redação de tevê.

No segundo capítulo, apresentamos o personagem como estratégia enunciativa eficiente para restabelecer o vínculo entre emissor e receptor no processo comunicativo mediado pela televisão. Com base nos critérios norteadores de seleção e construção da notícia, estabelecemos as funções desempenhadas pelo personagem na estrutura da reportagem. Além disso, retornamos ao contexto histórico – com a chegada do pensamento racional-humanista – que permitiu o aparecimento do homem comum através das narrativas do cotidiano. Definimos ainda as marcas identificadoras desse homem comum em um dos espaços contemporâneos da discursificação do cotidiano – o telejornal.

O capítulo 3 refaz o caminho da implantação da TV no Brasil para mapear as condições técnicas que permitiram a utilização do personagem como elemento narrativo. Nesse sentido, tiveram influência determinante a utilização de câmeras portáteis mais leves – na década de 50, os primeiros equipamentos de cinema pesavam cerca de dezesseis quilos -, a invenção do videoteipe e das fitas cassete

profissionais U-Matic, que permitiram editar o material. Nosso fio condutor é a tentativa de construir uma linguagem televisiva a partir da inexperiência dos profissionais, da precariedade técnica e do predomínio do rádio.

A história do telejornalismo no Brasil mostra que apesar de tentar copiar modelos estrangeiros – um desejo natural já que os outros países conheciam melhor o novo veículo –, houve experiências bastante ricas do ponto de vista estético como o *Jornal de Vanguarda*, o *Hora da Notícia*, o *Jornal da Cidade* e o programa *Abertura*. Nessa trajetória de quase 60 anos fica clara ainda a relação da TV e seus produtos com uma estrutura de poder vigente.

Depois de reconstruir passo-a-passo a representação do homem comum no telejornalismo brasileiro, no capítulo 4, fazemos um retorno às narrativas mitológicas, berço da ação teatral e da criação do personagem. A partir do conceito de narrativa dramática e de verossimilhança, presentes em Aristóteles, promovemos uma aproximação entre o personagem do telejornal e o da literatura e do cinema documental. Partindo da existência dos livros de exemplos, entre os séculos XVI e XIX, como modelos de conduta moral e religiosa, estabelecemos categoria e tipos de personagens presentes nos telejornais da atualidade.

No capítulo 5, associamos o crescente uso do personagem como representação do homem comum à consolidação da figura do produtor e ao crescimento das empresas de assessoria de imprensa. Tal processo é visto em decorrência de transformações econômico-sociais que geraram mais demandas para o telejornalismo. Apontamos ainda para o risco de um processo de caricaturização do personagem a partir da excessiva padronização do processo produtivo nas redações.

Com este trabalho esperamos contribuir para o conhecimento do complexo processo de produção do telejornalismo, visto por alguém que participou dele, e despertar uma reflexão teórica crítica, mas sem preconceitos. A partir da aproximação com o cinema documental, quisemos resgatar semelhanças entre os meios, afirmar diferenças e estimular a possibilidade de experimentações da tevê como universo criativo, assim como o documentário e o cinema. Por fim, desejamos que futuros e atuais jornalistas possam acreditar na capacidade de transformar a prática jornalística.