

### 3

## A TV reinventa as relações

Para pensar a televisão no Brasil é preciso não esquecer as condições em que ela foi implantada no país, com caráter comercial e, quase sempre, atrelada às estruturas de poder. A chegada da TV, em 18 de setembro de 1950, marcou o início de uma profunda transformação na sociedade brasileira e estabeleceu uma relação única entre um veículo de comunicação e seu público. A partir daí, o impacto visual e a velocidade passaram a ser determinantes, assim como o controle do tempo do espectador na frente da tela. A popularização dos aparelhos e a invenção do videoteipe, nos anos 60, foram fundamentais nesse processo porque ampliaram a audiência e permitiram novas formas de produção. Hoje, a TV está presente na quase totalidade dos lares brasileiros e, para muitos, é a única fonte de informação e entretenimento.

Entre 1969 e 1975, Luís Augusto Milanesi<sup>8</sup> estudou o impacto da chegada da televisão em Ibitinga, uma pequena cidade do interior de São Paulo cuja economia se desenvolveu a partir da agricultura cafeeira. Lá, o novo meio de comunicação somente chegou em 1963, treze anos após o começo das transmissões na capital paulista.

Para os habitantes, de forte tradição caipira, a televisão “propiciou um confronto de valores e alteração de costumes”. A novidade, além de conferir *status*, significou “distração barata, informações e até cultura”. No início, havia poucos receptores e a imagem era precária. A pesquisa mostrou ainda que a curiosidade pelo aparelho, muitas vezes, superava o interesse pelo conteúdo dos programas, por isso eram comuns as discussões sobre como melhorar a qualidade da imagem e a recepção (Milanesi, 1978, pp. 12-13).

Entre as alterações provocadas pela chegada da TV em Ibitinga, estavam a maior permanência dos moradores dentro de casa com redução do número de visitas a casa de vizinhos, a troca de passatempos, como o teatro, o circo e a retreta, pelo hábito de ficar diante da telinha. Milanesi chama de “violenta” a ação da TV sobre a cidade de Ibitinga “pois em pouco tempo forçou a alteração de

---

<sup>8</sup> O trabalho de Milanesi ilustra bem os impactos da entrada da TV no Brasil a partir de um estudo de caso, nos moldes das pesquisas sobre comunidades realizadas com influência da Escola de Chicago.

velhos caminhos e abriu caminho para novos valores”, “sem que houvesse tempo para reflexão”. As mudanças trazidas pelo novo veículo provocaram o abandono de antigas tradições, estimularam o consumo, inclusive de bens simbólicos, e levaram ao êxodo rural.

Assim como em Ibitinga, muitas cidades e vilarejos brasileiros entraram definitivamente na era do capitalismo através da televisão e passaram a ter suas relações sociais mediadas pela TV. A sala de estar transformou-se em espaço de conversas a partir do que se via no novo veículo; e as conversas de rua começaram a trazer a televisão como referência. No Brasil, a TV se constituiu em um complexo sistema através do qual as pessoas passaram a se reconhecer como brasileiras e pelo qual a realidade cotidiana somente existiria se fosse flagrada pelas lentes das câmeras.

A TV não demorou a se popularizar, mas, nos primeiros anos, os aparelhos eram caros, acessíveis apenas às elites da época. Isso se refletia na programação que valorizava a chamada cultura erudita e apontava para uma função educativa do novo veículo. A incipiência técnica obrigava os programas a serem produzidos, majoritariamente, em estúdio, inclusive os telejornais.

A população, o espectador comum, pouco aparecia no vídeo, a não ser quando era entrevistada na rua por um repórter cinegrafista. As matérias, portanto, eram criadas em estúdio. Além dos apresentadores, eram figuras constantes nos telejornais os políticos e especialistas - jornalistas, professores e intelectuais, sempre para comentar ou explicar uma situação. A função desses peritos se traduzia pela capacidade de converter a linguagem técnica em fala do homem comum (Certeau, 2005).

Nos programas de auditório, era a emoção e proximidade da platéia e não a autoridade dos peritos que restituíam os vínculos entre os agentes comunicacionais. A platéia selecionada pelos produtores dos programas representava a participação do receptor no monólogo televisivo e era constituída por telespectadores interessados em acompanhar as gravações, estudantes e caravanas de bairros. Não existia ainda o auditório profissional, pago para representar.

Ao incorporar setores diferentes da sociedade, a televisão reconstruiu, artificialmente, a estrutura do tecido social e transformou-se em praça pública eletrônica. Dessa forma, a televisão produziu uma “unidade imaginária” onde só

havia “disparidades materiais” e, sem essa unidade, o Brasil não se reconheceria como Brasil. Partindo da idéia de espaço público proposta por Habermas<sup>9</sup>, Bucci sugere uma reavaliação do conceito, em que o público se transforma em massa e a esfera pública se amplia.

Para a esfera pública “expandida” pelos meios de comunicação de massa, o fator aglutinador não é mais a emergência dos sujeitos autônomos que nela tomam parte, mas a ação dos próprios meios. A esfera pública deixa de ser refletida (crítica e dialeticamente) na imprensa: ela é posta, como audiência, pelos meios. Antes, a esfera pública era a força que gerava seus meios (a imprensa de opinião). Agora, os meios (de massa), expressão do capital na forma de força comunicacional, é que geram a esfera pública (2004, p. 233).

O deslocamento do espaço público criou um elo permanente entre o meio e os sujeitos autônomos, transformados em espectadores. Isso não quer dizer que os espaços públicos mediados pela televisão não sejam campos de negociação permanente de sentidos, que podem, de alguma forma, ser apropriados e reelaborados pelos telespectadores constantemente. A partir da ampliação dessa esfera pública, a TV, através de programas de caráter assistencialista e dos telejornais comunitários, passou a ocupar o lugar de fiscalizadora e negociadora de conflitos, sobretudo nas questões entre a sociedade e o poder público.

No entanto, a ação televisiva não implica necessariamente a resolução dos problemas, já que o espaço de reivindicações está no próprio meio. A popularização de tecnologias, como o celular e o computador, estimulou os telejornais a criarem seções de denúncias dos espectadores e quadros em que os programas se propõem a cobrar resultados em um determinado período de tempo. Cada vez mais nesses espaços, o personagem tem sido utilizado de forma padronizada.

Os VTs se iniciam com *off* do repórter apresentando um problema através do personagem, cujas imagens devem representar didaticamente o que o repórter conta. Assim, se um personagem reclama da cobrança indevida aparece com as faturas na mão e uma calculadora; se o *off* diz que ele recorreu à justiça, as imagens o mostram caminhando em direção ao fórum. O VT prossegue com um trecho de dois a cinco segundos da fala do personagem, no qual demonstra indignação, desalento ou pede providências. Em seguida, o repórter mostra que

---

<sup>9</sup> Habermas se refere à esfera pública como o “espaço social gerado pela comunicação”. Cf. Habermas, Jürgen. Mudança estrutural na esfera pública. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

aquele caso não é o único. Para comprovar, utiliza estatísticas, dados comparativos e encaminha a matéria para a resposta das autoridades. A eficiência dessa comunicação mediada, entretanto, não se dá necessariamente com a resolução do problema. Tanto a denúncia da população quanto a resposta da autoridade situam-se no campo simbólico da televisão, operam como “reivindicações e indenizações simbólicas”.

O público recorre à televisão para alcançar aquelas coisas que as instituições não garantem: justiça, indenizações, atenção. É difícil afirmar que a televisão seja mais eficaz do que as instituições para assegurar essas demandas, mas sem dúvida parece ser, uma vez que não precisa ater-se a adiamentos, prazos, procedimentos formais que retardem ou transfiram as soluções (Sarlo, 2004, p. 77).

Essa característica que Sarlo chama de “paternalismo televisivo” é utilizada como estratégia de reconhecimento entre os telejornais, principalmente os de alcance local, e seu público. Colunas como o “RJ na Baixada”, do *RJ TV*, “O SBT vai até a sua comunidade”, do *SBT Rio*, e o “Assim não dá”, do *RJ Record*, tornaram-se um canal de reivindicação, cujo objetivo também é o de valorizar a audiência. Observemos um exemplo do *RJ Record*, no dia 02 de maio:

**Locutor (ao vivo):** E hoje o *RJ Record* conseguiu uma resposta para o problema das casas de um condomínio em Maricá, que ameaçam desabar. Vocês se lembram (*entram imagens do VT exibido no dia anterior*) ontem que as paredes das casas têm rachaduras enormes. Outras têm o teto escorado por madeira para evitar o desabamento (...) Hoje a secretaria municipal de Urbanismo prometeu tomar providências assim que a reclamação sobre as casas for feita oficialmente. É que, de acordo com a secretaria, até agora nenhuma denúncia dos moradores foi feita sobre esse problema. Já o presidente da Companhia Fluminense de Habitação informou que (...). Nós tentamos contato com a construtora, mas não conseguimos até o momento. (*Volta para o estúdio com imagem do apresentador*) Viu como adianta reclamar, anote aí o nosso telefone (...)

No trecho anterior é possível observar como o telejornal cria a idéia de um mediador de conflitos. Há duas marcas enunciativas que demonstram isso: “o *RJ Record* conseguiu uma resposta” e “Viu como adianta reclamar”. Elas atestam o pressuposto de que naquele espaço as reclamações são ouvidas e alguém vai tomar providências. Todavia, a leitura mais atenta do que foi dito mostra que, apesar da mediação da TV, nada foi resolvido. Pelo contrário, somente uma

comunicação direta dos moradores poderia dar início a uma ação pública, no entanto, isso não é ressaltado pelo apresentador.

Essas colunas que supostamente dão voz ao telespectador equivalem aos espaços abertos na imprensa escrita com as seções de cartas dos leitores. São lugares onde o cidadão pode reclamar, ser ouvido e se reconhecer naquele espaço virtual. Com isso, garante para si alguns segundos de protagonismo e tenta escapar da invisibilidade diante das instituições públicas.

Embora as matérias transmitidas nesses espaços tenham como objetivo promover ações públicas que beneficiem a população, quase sempre são concluídas com a "resposta" do órgão responsável pelo problema enunciando a solução do mesmo num espaço de tempo geralmente maior que o dedicado à população. E, nesses VTs, observa-se, de modo geral, que a comunidade é representada, quase sempre, como vítimas da administração pública, e não como cidadãos merecedores da devida atenção do poder público (Becker, 2007).

O último aspecto observado por Becker pode ser entendido como uma estratégia da televisão para se firmar como lugar da esfera pública e mediadora da relação entre cidadãos e autoridades. Ela aponta para a construção de um imaginário em que o poder público é visto como inimigo e os problemas da cidade surgem por uma falta de vontade das autoridades. Se a comunidade não for apresentada como vítima, não há necessidade de interceder por ela. E se há vítima ela é o personagem da matéria. Nesse sentido, o surgimento do jornalismo de serviço marca um local de interferência do meio.

Ao se colocar como mediador de conflitos, o telejornal cria a dimensão simbólica para que se estabeleça o ato de fala (Austin, 1990; Searle, 1975), a unidade fundamental da comunicação. Assim, ao criar colunas de defesa do consumidor ou divulgar telefone e e-mail para o telespectador entrar em contato, o telejornal mostra ao receptor uma disposição em ouvi-lo; o uso do personagem constitui a estratégia enunciativa que comprova a intenção de ouvir os problemas da comunidade; e, por último, ao divulgar a resposta das autoridades, o telejornal promove o reconhecimento – “nós intercedemos por você”.

A idéia do telejornal prestador de serviço e mediador das relações entre a sociedade e o poder público começou a surgir na década de 70, a partir de mudanças implantadas no *Hora da Notícia*, programa produzido pela TV Cultura,

sob o comando de Fernando Pacheco Jordão e Vladimir Herzog<sup>10</sup>. O país atravessava um período de censura e alguns noticiários procuravam alternativas ao jornalismo conduzido pela TV Globo. Influenciado pela experiência de Herzog e Jordão na BBC de Londres, o telejornal da Cultura exibia reportagens de cunho social mais longas (entre três e sete minutos de duração), com uma preocupação de contextualizar cada acontecimento, valorizando os depoimentos pessoais e utilizando uma maneira peculiar de captar as imagens. O homem da rua era convidado a expor seus problemas diante das câmeras.

O material era filmado pelo cineasta João Batista de Andrade que queria “quebrar velhos hábitos”, buscando “uma visão independente e não oficial dos fatos, mudanças nos conceitos de autoridade na informação e uma nova eleição hierárquica da importância dos fatos e assuntos”<sup>11</sup>. A estratégia tornou o *Hora da Notícia* o programa de maior audiência da emissora, mas o noticiário teve vida curta por causa das pressões da censura.

O jornalismo de serviço ou comunitário que conhecemos hoje teve origem no projeto implantado pela TV Globo com o primeiro telejornal local, o *Bom dia São Paulo*, em 1977, no qual a audiência desempenhava também papel de protagonista das histórias cotidianas, mas em condições absolutamente controladas. O modelo foi reproduzido por outras emissoras e ainda sobrevive. A premissa básica é a de que o telespectador pode ajudar a construir o telejornal fazendo sua denúncia na rua, por telefone, e-mail ou mesmo enviando um vídeo, e parte da necessidade de interação entre a emissora e a audiência.

Na prática, a audiência não participa da construção da narrativa da notícia nem da elaboração das pautas – seu papel está restrito à sugestão de temas – ou da escolha dos entrevistados. Mesmo quando as perguntas da população são gravadas na rua para serem respondidas por especialistas em estúdio, a

---

<sup>10</sup> Após dois anos de experiência no *Hora da Notícia* e com o conhecimento acumulado em três anos de estágio em Londres, Herzog chegou a elaborar um projeto de renovação do telejornalismo da TV Cultura e, um mês antes de morrer, apresentou-o a José Mindlin, presidente da Fundação Padre Anchieta, que geria a emissora. Mas, vítima de uma campanha de delação, Herzog foi preso, interrogado, torturado e morto em outubro de 1975 no DOI-CODI paulista, antes de pôr em prática suas idéias.

Sobre o projeto cf. <http://www2.fpa.org.br/portal/modules/news/article.php?storyid=1235>

<sup>11</sup> Trecho de depoimento de João Batista de Andrade no artigo “O percurso da televisão e do telejornalismo nos anos 70”, de Antonio Reis Jr.

Disponível em <http://www.mnemocine.com.br/aruanda/tvtelejornalismo70s.htm>

participação é organizada por produtores. Algumas vezes, a aparição do telespectador em determinado noticiário está condicionada à interação entre a produção do telejornal e as assessorias de imprensa de governos, empresas e profissionais liberais.

Para a elaboração dos telejornais locais, os jornalistas partem do princípio de que aquele é o espaço onde a população pode informar-se, garantir direitos e conquistar cidadania. Ocorre que nem sempre as reivindicações são atendidas; há casos em que a dificuldade de resolver um problema determina sua exclusão como pauta. Ao analisar o quadro “RJ nos bairros”<sup>12</sup>, do *RJ TV*, Taiga Gomes descreve a reorganização do trabalho da equipe após a primeira experiência:

O caso de Niterói era um problema muito difícil de ser resolvido, por isso não foi possível que o “RJ nos bairros” voltasse lá para mostrar alguma solução. Daí, se deu uma espécie de auto-censura. A produção do telejornal passou a escolher pautas de solução mais fácil, para permitir que a característica básica do quadro fosse efetivada: a volta depois de um prazo estipulado para conferir a solução do problema (2007, p. 62).

Retoma-se aqui a idéia da TV como “espaço de reivindicações” e “indenizações simbólicas”. Importa menos a resolução do problema do que a relação que se estabelece entre o meio e o receptor. A participação do telespectador por meio de uma ação como a denúncia, o confronto com a autoridade e o compromisso de retorno do repórter atuam como estratégias de enunciação do discurso do telejornal; são um modo de dizer cujo objetivo principal é promover uma idéia de interação, e não uma ação mútua efetivamente. Isso porque as estratégias são definidas por atos de fala ou contratos de leitura que organizam e permitem o diálogo entre várias vozes.

A noção de contrato de leitura foi desenvolvida por Eliseo Verón (1985) e pode ser entendida como o dispositivo pelo qual um suporte – TV, rádio, jornal, internet – constrói vínculos com o receptor através de enunciados e enunciações. Pelo discurso torna-se visível a imagem da emissora, a imagem do receptor e a relação de ambos que vai além do conteúdo do enunciado.

<sup>12</sup> O quadro traz reportagens sugeridas por telespectadores e que seguem uma estrutura de *offs* cobertos com imagens, entrada de repórter e entrevistas editadas. Depois de apresentar o problema com depoimentos da população, o quadro promove uma acareação entre o denunciante e o poder público. Ao final, o repórter promete voltar em um prazo estipulado para conferir se houve resolução. O *SBT Rio* e o *RJ Record* mantêm quadros semelhantes: “O SBT Rio vai até a sua comunidade” e “Assim não dá”, respectivamente.

Ao analisar as mudanças na TV italiana, provocadas pela privatização, modernização e multiplicação dos canais, Umberto Eco (1983) estabelece o que seria esse contrato na nova televisão, chamada por ele de Neotevê:

A característica principal da Neotevê é que ela fala (conforme a Paleotevê fazia ou fingia fazer) sempre menos do mundo exterior. Ela fala de si mesma e do contrato que estabelece com o próprio público. Não interessa o que diga ou sobre o que ela fala (também porque o público, com o controle remoto, decide quando deixá-la falar e quando mudar de canal). Ela, para sobreviver a esse poder de comutação, procura entreter o espectador dizendo-lhe “eu estou aqui, eu sou eu e eu sou você” (pp. 182-183).

No telejornal, essa forma de entreter e de se vincular ao espectador é estabelecida ao longo do discurso, com expressões como “você também pode participar”, “faça a sua reclamação”, através do gestual e expressões faciais de repórteres e apresentadores e também pelos personagens que representam o espectador no espaço televisivo. São esses mecanismos que permitem encurtar distâncias e criar uma comunicação favorável entre emissor e receptor. A partir do contrato estabelecido com o telespectador, os telejornais, então, tornam-se mediadores da experiência pública e tomam para si o poder de organizar o cotidiano social. Essa relação imbricada e peculiar entre o meio televisivo e o seu público começou a se delinear no Brasil a partir da segunda metade do século XX e teve como inspiração o rádio.

### 3. 1.

#### **Ao vivo: o rádio com imagens**

Quando o jornalismo televisivo brasileiro surgiu, na década de 50, junto com a chegada da TV, era o rádio que mantinha uma aproximação estreita com o público. Não por acaso, os primeiros noticiários foram inspirados no modelo radiofônico: o pioneiro *Imagens do Dia*, transmitido pela TV Tupi de São Paulo, estreou em 19 de setembro de 1950 e ficou no ar durante um ano; não tinha compromisso com a pontualidade (entrava no ar entre nove e meia e dez da noite), utilizava imagens em preto e branco, sem áudio, narradas por um locutor.

Coube a Mauricio Loureiro Gama decorar o texto do primeiro programa, olhar para câmera e apresentar “as notícias como se estivesse conversando com o público” (Tostes, 2005, p. 40). Loureiro Gama contou em depoimento ao especial



da TV Globo sobre os 35 anos da televisão no Brasil que, após a exibição do noticiário no segundo dia, foi abordado por Assis Chateaubriand, dono dos Diários Associados: “Com quem o senhor aprendeu a fazer televisão?” “Por quê? Estava muito ruim?” “Não, pelo contrário, estava muito bom. O senhor foi a única pessoa que entendeu a televisão até hoje.” O locutor seguiu os conselhos de uma telespectadora que tinha visto a estréia da Tupi no dia anterior e dissera ao apresentador para não ler o texto de cabeça baixa porque isso indicaria um distanciamento e até mesmo antipatia. A mulher conhecera a televisão durante uma temporada nos Estados Unidos.

Falar diretamente, olhos nos olhos, é um dos aspectos fundamentais para estabelecer o diálogo e provocar a interação. Relembremos o exemplo de Ibitinga quando a chegada da televisão transformou as relações sociais da cidade. Sem a presença do meio, a comunicação se estabelecia de forma direta entre emissor e receptor. Com o novo meio, esse diálogo passou a ser mediado, tornou-se necessário recriar, artificialmente, os mecanismos que permitem a interação.

Na TV, um dos equipamentos que mais contribuíram para essa conversa direta com o telespectador foi o *teleprompter*<sup>13</sup>, pois é através dele que o apresentador disfarça a leitura e mantém-se sempre na linha do olhar do público.

Em número limitado, os primeiros telejornais da época ocupavam parte da programação junto com os debates, entrevistas, novelas e programas culturais. O início da TV no país foi marcado pela precariedade técnica e pela falta de uma estrutura publicitária; para manter a programação no ar, o patrocínio de grandes companhias tornou-se fundamental, inclusive para os noticiários, que traziam a marca no próprio nome, como o *Repórter Esso* e o *Telenotícias Panair*.

A TV brasileira se desenvolveu a partir de estratégias e interesses de agências estrangeiras de propaganda. Eram os patrocinadores que escolhiam e contratavam diretamente os profissionais, ficando sob a responsabilidade da emissora “ceder estúdio e equipamentos e pôr o programa no ar” (Priolli, 1985, p. 24). Como o público ainda era restrito, o novo veículo não entusiasmava os anunciantes brasileiros, mas atraía o interesse das agências estrangeiras que já conheciam o potencial da TV em seus países de origem.

---

<sup>13</sup> O equipamento que projeta o texto para o apresentador ler começou a ser utilizado pela TV Globo, em 1971.

Ao contrário da TV americana, que se formou sobre a base da indústria cinematográfica, no Brasil, a TV recorreu não apenas à estrutura do rádio, mas também aos “procedimentos técnicos, esquemas de programação, idéias e mão-de-obra” (Ibidem, p. 23). Os primeiros telejornais não apresentavam o que se poderia chamar de linguagem televisiva; inexperientes, os profissionais do veículo ainda não sabiam como fazer televisão. A falta de equipamentos adequados nas emissoras impedia as coberturas externas, tudo era feito ao vivo, de dentro do estúdio. No entanto, as deficiências técnicas e de pessoal tinham pouca repercussão na sociedade por conta do limitado número de telespectadores, consequência do alto custo dos aparelhos naquele momento: um televisor era um pouco mais barato que um carro e custava o triplo do preço de uma radiola.

O *Repórter Esso*, exibido pela TV Tupi, era o maior exemplo do tipo de jornalismo televisivo feito naquela época e surgiu após a experiência bem-sucedida do rádio. Estreou na televisão em 1º de abril de 1952, às 19h45m, onze anos depois do início no rádio. Como ainda não havia o conceito de rede e as emissoras faziam transmissões regionais, o *Repórter Esso* tinha edições diferentes em cinco cidades do país: Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre e Recife. Poucos elementos visuais compunham o cenário do telejornal: apenas uma mesa e uma cortina de fundo com o nome do patrocinador. O locutor, enquadrado em plano americano, lia, com voz impostada e vigorosa, os textos extremamente concisos redigidos por redatores que vinham do rádio. Este modelo de programa foi patrocinado pela empresa americana de petróleo em diversos países.

Este é também o momento de constituição de uma audiência televisiva, em que se começa a estabelecer o contrato de leitura entre o meio e o público. No princípio, o reduzido número de matérias ilustradas e a dificuldade de trazer o público para a estrutura do telejornal relegavam ao apresentador o papel de promover a identificação com o público. Os apresentadores eram os grandes personagens da notícia. À frente do *Repórter Esso*, Gontijo Teodoro conquistava popularidade e se tornava a voz da credibilidade do jornal.

Na época, ainda havia poucos noticiários na TV brasileira porque, em comparação com o rádio, a televisão perdia em termos de rapidez já que a revelação e a montagem dos filmes eram lentas. Entre um fato ocorrido e sua transmissão na TV podia haver um espaço de até doze horas. Foi o *Repórter Esso*

quem primeiro conseguiu uma alternativa a essa limitação técnica. Por ter um patrocinador de grande porte, fez acordo com a agência de notícias norte-americana United Press International (UPI) e passou a transmitir mais reportagens ilustradas, ao contrário dos outros telejornais, ainda dependentes da narração sem imagens. Os fatos noticiados eram, principalmente, sobre os Estados Unidos e tinham a preocupação de passar uma boa imagem daquele país. Todo o noticiário deveria passar pelo crivo da patrocinadora Esso.

Com slogans como “*Repórter Esso*, o primeiro a dar as últimas” e “*Repórter Esso*, a testemunha ocular da história”, o telejornal consolidou a carreira investindo na pontualidade e na credibilidade. O sucesso dele motivou outras emissoras a investirem em telejornais. A última edição do telejornal foi exibida pela Tupi do Rio de Janeiro, em 31 de dezembro de 1970.

### 3. 2.

#### **A vanguarda e o VT**

A partir dos anos 60, a televisão brasileira começou a entrar em uma nova fase com a utilização do videoteipe, que provocaria uma mudança em termos de corte e montagem, mas também “racionalizando a produção de TV” (Priolli, 1985, p. 25). Até a chegada do videoteipe, apenas São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte estavam ligadas por um sistema de telecomunicações muito precário que permitia a transmissão direta, ao vivo. O equipamento de VT, criado pela americana Ampex, fora encomendado para mostrar a todo o país a inauguração de Brasília. Ainda não havia o recurso de edição de cenas e o material tinha que ser gravado sem interrupções. A primeira demonstração do VT foi feita no Rio de Janeiro durante um programa da TV Continental, em 1959, mas a estréia oficial ocorreu no ano seguinte na nova capital federal, em 21 de abril de 1960. Apesar da precariedade, foram feitas inúmeras entrevistas com o povo e, sobretudo, com políticos.

Para cobrir o evento, a TV Rio mandou para a TV Alvorada um caminhão de externas e um aparelho de VT. Um *link* entre o Palácio do Planalto e o canal 8, que funcionava precariamente num apartamento, permitiu a gravação da cerimônia. De lá, as fitas seguiram para o Rio de Janeiro em etapas, nos três vôos para o aeroporto Santos Dumont. João Batista e Walter Clark transportaram as fitas para a emissora em Copacabana. Assim, no mesmo dia, algumas horas depois, os telespectadores cariocas e paulistas puderam assistir ao momento histórico através do VT da TV Rio, transmitido

simultaneamente para a TV Record de São Paulo. A TV Tupi havia prometido a cobertura ao vivo, através de uma operação complicada: os sinais de TV enviados de Brasília deveriam fazer escala em diversos pontos do percurso (...) A emissora obteve um resultado fraco, com imagens trêmulas, chuviscos, interrupções bruscas e som deficiente (Rixa, 2000, p. 124).

O surgimento do VT permitiu excluir os erros, melhorar a qualidade e centralizar o processo produtivo, eliminando os vários elencos para um mesmo programa<sup>14</sup> que, assim, poderia ser gravado e transportado em fita, de avião, para outras cidades. Era o embrião das redes nacionais. O surgimento do VT possibilitou ainda a exibição de capítulos diários (antes eram dois semanais) de novelas e a adoção de uma programação horizontal – divisão em faixas de horário repetidas ao longo da semana – fundamental para criar o hábito de ver TV. Na programação vertical, a cada dia havia programas diferentes.

Quando Assis Chateaubriand, dos Diários Associados, trouxe a TV para o Brasil, em 1950, uma de suas primeiras dificuldades foi conquistar telespectadores. Um mês antes da estréia não havia aparelhos no país e o empresário, que investira cinco milhões de dólares na empreitada, foi pedir ajuda ao presidente Eurico Gaspar Dutra. Chateaubriand explicou que somente um contrabandista conhecido poderia arranjar duzentos aparelhos de TV em tempo tão ágil. No prazo combinado, os aparelhos chegaram. Em pouco mais de uma década, precisamente em 1964, o Brasil já tinha um milhão e seiscentos mil aparelhos, 34 estações de TV e o veículo era responsável por 36% do faturamento publicitário.

Inaugurada pela família Simonsen em 1959, a Excelsior é considerada uma das emissoras mais inovadoras da televisão brasileira. Foi a primeira a: exibir novelas diárias, às 20h, (programação horizontal); a utilizar também a programação vertical (programa infantil, seguido de novela, depois o jornal e um filme); a exibir um filme publicitário; a exibir vinhetas de intervalo com bonequinhos animados para prender a atenção do telespectador – ao final dos programas não se dizia nem “Boa noite” a fim de não interromper a ligação com o público da emissora (Moya, 2004, p. 193); a Excelsior foi ainda criadora da fórmula *sanduíche*.

---

<sup>14</sup> No período anterior às redes e ao VT, um mesmo programa somente poderia ser exibido em cidades diferentes se tivesse um elenco específico para cada edição regional. O *Repórter Esso*, por exemplo, tinha apresentadores diferentes no Rio de Janeiro (Gontijo Teodoro), em São Paulo (Kalil Filho) e em Recife (Edson Almeida).

O *sanduíche* é uma invenção do jornalista Fernando Barbosa Lima para competir com o *Repórter Esso*, da TV Tupi. Barbosa Lima havia criado o *Jornal da Cidade*, exibido às 20h, um telejornal bastante criativo, cujo início mostrava um menino de 12 anos, negro, que, fardado, entrava pelo corredor da emissora gritando as manchetes do dia, como se estivesse vendendo jornais. Em seguida, o locutor Oduvaldo Cozzi falava as notícias. Havia ainda a participação de Newton Carlos, no noticiário internacional, Ibrahim Sued, com as notícias exclusivas, e Jorge Sampaio, com as notícias da cidade.

Nesse período, a Excelsior tinha duas novelas imbatíveis na audiência, às 18h e às 19h. Barbosa Lima propôs fazer um jornal mais curto entre as duas novelas e, em duas semanas, o *Jornal da Cidade* tornou-se líder de audiência.

No entanto, a experiência mais original em telejornalismo foi o *Jornal de Vanguarda*, que estreou em setembro de 1962, também na TV Excelsior (Canal 9, em São Paulo, e Canal 2, no Rio de Janeiro). Informativo de notícias, entrevistas e comentários, era diferente de tudo que se fazia na época: o jornal entrava no ar às dez e meia da noite, tinha vários apresentadores, um personagem misterioso – “Sombra” (interpretado por Célio Moreira, irmão de Cid Moreira, que também era locutor do telejornal), e o humor dos bonecos falantes, precursores das charges eletrônicas. Sua base era formada por jornalistas da imprensa escrita.

O *Jornal de Vanguarda* tinha desenhistas como Borjalo, Appe e Millôr Fernandes; humoristas como Sérgio Porto (Stanislaw Ponte Preta) e Don José Cavacas; grandes comentaristas políticos como Villas-Bôas Correa e Tarcísio Hollanda, e o comentarista internacional Newton Carlos, o melhor da história da televisão; Gilda Müller fazia a parte feminina, e havia cronistas como Ricardo Amaral, Maneco Müller, Ibrahim Sued, José Lewgoy e Reynaldo Jardim; além de incríveis locutores como Luiz Jatobá, Cid Moreira, Célio Moreira, Fernando Garcia, Jorge Sampaio e Moacyr Lopes (Lima, 2007, p. 59).

O telejornal se definia como um “show de notícias”<sup>15</sup>, “um jornal de quem sabe compreender o mundo de hoje e ver o mundo de amanhã” (ibidem, p. 59). Todas as matérias eram criadas dentro do estúdio. No início do programa, Cid Moreira apresentava um resumo das principais notícias do dia; Sérgio Porto, comentava uma delas; o “Sombra” dava notícias misteriosas e contundentes sobre os políticos; Appe fazia caricatura de alguém que fosse personagem da notícia

<sup>15</sup> Em São Paulo, o telejornal chamava-se *Show de notícias*, era comandado por Fernando Pacheco Jordão e tinha produção independente do Rio de Janeiro.

narrada por Luís Jatobá; Gilda Müller comandava um quadro voltado para as mulheres; Reynaldo Jardim dava uma notícia em forma de poesia.

O *Jornal de Vanguarda* tinha um tom mais informal, bastante editorializado e com muitos comentários. Também era mais ilustrado e menos calcado na figura de um apresentador como seus concorrentes. Regina Mota (2001) afirma que, no *Jornal de Vanguarda*, pela primeira vez no telejornalismo apareceu o trabalho do repórter, “modificando a relação do público com a notícia, que passa a ter um sujeito que dá opinião e angula os fatos” (pp. 78-79). Fernando Barbosa Lima esclarece, contudo, que, no Rio, o noticiário não tinha exatamente repórteres, todos eram informantes e comentaristas<sup>16</sup>. Já Alice-Maria, que começou a trabalhar na TV Globo em 1966, diz que figura do repórter somente começou a ganhar força no vídeo durante os anos 70<sup>17</sup>.

O jornalista Fernando Pacheco Jordão, que foi um dos apresentadores do *Show de Notícias*, em São Paulo, descreveu:

Nós tínhamos uma boa cobertura de rua, com um bom departamento de cinema (para filmar a notícia)... Trabalhávamos muito com fundo projetado... Uma tela atrás da gente projetava as notícias filmadas, com um projetor de 16 mm... O locutor dava a notícia, o filme referente era projetado no fundo e a câmera saía do locutor e ia aproximando no filme... Em entrevista usava-se o recurso de você dialogar com a tela... Você usava microfone só para o entrevistado na hora da entrevista, assim não entrava a voz do repórter de campo. Aí, no estúdio, você tinha que calcular o tempo da pergunta do repórter para calcular o seu tempo para fazer a mesma pergunta no estúdio e isso dava idéia de diálogo com o entrevistado” (Moya, 2004, p. 190).

Por ter uma estrutura tão diferente, o *Jornal de Vanguarda* foi utilizado como exemplo nas aulas de comunicação do teórico Marshall McLuhan e recebeu o prêmio Ondas de melhor telejornal do mundo, em 1963, na Espanha, após disputar a final com um programa da BBC de Londres (Lima, 2007, p. 62).

Na noite do golpe militar, o *Jornal de Vanguarda* exibiu uma cena impressionante: um jovem estudante gritava o nome de Jango em frente ao Clube Militar, no centro do Rio. Um homem alto e magro aponta uma arma e explode a cabeça do menino. Momentos após a transmissão, chega à emissora o militar que atirara, acompanhado de um general. Eles exigem a entrega dos negativos de filmagem. Aproximava-se uma nova fase para o telejornalismo brasileiro. (idem, p. 75)

<sup>16</sup> Entrevista concedida por e-mail para esta pesquisa em 11 de setembro de 2007.

<sup>17</sup> Entrevista concedida por e-mail para esta pesquisa em 25 de fevereiro de 2008.

Afinada com o governo de João Goulart, a Excelsior acabou passando para o controle do governo do Estado e o *Jornal de Vanguarda* migrou para a Tupi, depois para a Globo, Continental e TV Rio. Inovador até mesmo para os padrões atuais, o *Jornal de Vanguarda* não resistiu à censura. Quando entrou em vigor o Ato Institucional nº 5, em 1968, a equipe se reuniu e decidiu acabar com o jornal<sup>18</sup>.

O *Edição Extra*, da TV Tupi de São Paulo, não foi inovador como o *Jornal de Vanguarda*, mas tornou-se um marco. Foi o primeiro jornal vespertino da televisão brasileira (abria as transmissões da emissora ao meio-dia), tinha uma hora de duração e ficou no ar durante catorze anos, a partir de 1957. Apresentado por Mauricio Loureiro Gama, lançou um dos primeiros repórteres de vídeo, José Carlos de Moraes, o Tico-Tico. Trazia a notícia ao vivo, realizava entrevistas com personalidades políticas, culturais e religiosas e se transformou em “uma tribuna popular, onde o público comparecia, pessoalmente no estúdio, para fazer denúncias, pedidos ou reclamações”<sup>19</sup>.

Em 1953, as câmeras de TV começaram a sair do estúdio para fazer imagens externas em jogos de futebol. As reportagens, no entanto, eram raras, feitas em caráter especial e com câmeras 16mm (Aurikon e Bell Howell). Era comum as emissoras utilizarem filmes emprestados de consulados para ilustrar reportagens. “Essas imagens, quase sempre, tinham uma participação neutra aos fatos, como por exemplo, se a notícia fosse ocorrida no Cairo (Egito), o filme exibido dava uma visão geral da cidade egípcia sem qualquer ligação com o acontecimento noticiado”<sup>20</sup>.

Nas primeiras reportagens internacionais, os jornalistas utilizavam equipamentos das emissoras mas, muitas vezes, tinham que pagar a passagem do próprio bolso ou trocá-la por divulgação de patrocínio<sup>21</sup>. O trabalho dos repórteres foi destaque durante a inauguração de Brasília, ocasião em que entrevistaram, em condições precárias, personalidades brasileiras e estrangeiras, antecipando-se aos jornais.

---

<sup>18</sup> A equipe tinha certeza de que, com a censura, o jornal iria, aos poucos, perder o que tinha de mais precioso: a liberdade de criação. E selou o fim do *Jornal de Vanguarda* com uma frase: “cavalo de raça a gente mata com um tiro na cabeça” (Lima, op. cit., p. 10).

<sup>19</sup> Retirado de artigo de Edgard Ribeiro de Amorim, disponível no site do Centro Cultural São Paulo: <http://www.centrocultural.sp.gov.br/livros/pdfs/telejornalismo.pdf>

<sup>20</sup> Ibidem

<sup>21</sup> Ibidem

Destacaram-se nas reportagens Tico-Tico e Carlos Spera, na Tupi, e Murilo Antunes Alves, da Record. A televisão começava a gerar suas próprias notícias. Embora a TV Paulista e TV Record tivessem um excelente departamento jornalístico, a Tupi se destacava. A emissora de Chateaubriand equipou uma caminhonete com transmissores eletrônicos

para poder gerar a notícia instantaneamente e criou o informativo *Flash* que, quando o assunto requeria, interrompia a programação e transmitia a notícia apenas em áudio, inaugurando a informação urgente, transmitida em emissão extraordinária.<sup>22</sup>

Pioneiro em coberturas internacionais, Tico-Tico utilizou o videoteipe para enriquecer suas matérias. Ele mesmo comprou, em 1967, no Japão, um VT Sony amador e produziu muitas entrevistas, o que antes não era possível devido ao alto custo dos rolos de filme. Nessa época, a televisão brasileira já dispunha de videoteipe, mas ele era utilizado apenas nos programas de dramaturgia e entretenimento. Ainda não existia o videoteipe portátil, o que dificultava o registro do cotidiano das cidades, portanto, a própria representação de seus habitantes como personagens. Pessoas comuns, normalmente eram personagens quando estavam envolvidas em algum caso de repercussão.

No final da década de 60, Carlos Spera e Almir Guimarães fizeram uma entrevista exclusiva com Caryl Chessman, condenado à cadeira elétrica. Havia muitos pedidos de clemência no mundo inteiro de pessoas que acreditavam na recuperação do assassino após anos na prisão. O preso foi executado no dia seguinte à entrevista e a reportagem teve grande audiência.

A introdução do videoteipe na dinâmica de produção dos telejornais ajudou a TV a se libertar da herança radiofônica e a diminuir a dependência do veículo em relação ao que era publicado nos jornais. Também permitiu a idéia da programação em rede, já que um programa gravado podia seguir de avião para outra cidade, e tornou os noticiários mais informativos porque emissoras pertencentes a um mesmo grupo empresarial podiam fazer um intercâmbio de reportagens.

Com o VT, a televisão afastou-se do rádio, passou a ter novo ritmo e também iniciou um processo de massificação que enfraqueceu as produções

---

<sup>22</sup> Retirado de artigo de Edgard Ribeiro de Amorim, disponível no site do Centro Cultural São Paulo: <http://www.centrocultural.sp.gov.br/livros/pdfs/telejornalismo.pdf>



regionais. As mudanças técnicas, aliadas a interesses comerciais cada vez mais fortes, permitiam ampliar o público e para garantir a audiência era preciso trazer o espectador para dentro da esfera televisiva. O repórter passou a ser o interlocutor do público e também o filtro que constrói as representações desses personagens.

### 3. 3.

#### **Em cores: a era das redes**

Nos anos 60, houve um crescimento da produção nacional de receptores assim como de bens de consumo duráveis, dentro da política adotada por Juscelino Kubitschek. E foi a própria TV quem ajudou a disseminar a ideologia desenvolvimentista. A expansão do veículo pelo país acompanhou o progresso do capitalismo no Brasil a partir do eixo Rio-São Paulo. Essa tendência se consolidou no período pós-golpe militar com a “chamada internacionalização do mercado interno” (Caparelli, 1982, p. 24). A TV brasileira passou a preencher grande parte da programação com filmes e seriados norte-americanos.

A influência dos conglomerados estrangeiros também se fez presente nas finanças das emissoras. O ano de 1962 marcou a aprovação da lei que instituiu o Código Brasileiro de Telecomunicações e a assinatura de um acordo entre a emergente TV Globo e o grupo americano Time Life. Enquanto a Tupi havia sido montada com 300 mil dólares, a Globo consumiu quase 6 milhões de dólares. O contrato previa assistência técnica, administrativa, treinamento de pessoal e orientação quanto à aquisição de programas e venda de anúncios. Uma CPI foi instaurada para investigar o acordo e concluiu que ele feria o artigo 160 da Constituição porque uma empresa estrangeira não poderia orientar intelectual ou administrativamente uma concessionária de televisão nacional. Em vez de cassar a concessão, o presidente Marechal Castelo Branco deu um prazo de noventa dias para a emissora regularizar a situação.

A repercussão do caso Globo-Time/Life provocou o recuo de um grupo americano ligado aos mórmons, a World Wide Missionaire Educational Foundation de West Monroe, que pretendia adquirir por um milhão e meio de dólares a Rede Piratininga, no estado de São Paulo.

O surgimento e a ascensão da Globo coincidiram com o enfraquecimento das principais emissoras da época (Tupi, Excelsior e Record) e com a criação da Empresa Brasileira de Telecomunicações – Embratel, em 1965. Com a Embratel tomou forma o projeto dos militares de integração nacional, que começara com o Código Brasileiro de Telecomunicações.

O código previa a implantação de um Plano Nacional de Telecomunicações, com a finalidade de interligar o Brasil através de sistemas confiáveis de telefonia, telex e televisão. Associado aos projetos de eletrificação das cidades e do campo, era a base tecnológica que faltava para as grandes redes nacionais. (Priolli, 1985, p. 31)

A inauguração da rede de microondas<sup>23</sup>, em 1969, permitiu transmitir programas ao vivo, simultaneamente, para várias cidades, e abriu caminho para a TV Globo lançar o jornal que se tornaria referência até os dias de hoje. O *Jornal Nacional* estreou em 1º de setembro de 1969, às 19h45m, e o locutor Hilton Gomes iniciou a edição expressando a pretensão do programa: “O *Jornal Nacional* da Rede Globo, um serviço de notícias integrando o Brasil novo, inaugura-se neste momento: imagem e som de todo o Brasil”.<sup>24</sup> Cid Moreira encerrou a mesma edição com: “É o Brasil ao vivo aí da sua casa”, uma despedida que foi ouvida por milhões de brasileiros, inclusive os moradores de Ibitinga. O Brasil ao vivo na casa de cada telespectador era a síntese de uma unidade imaginária, todos conectados em rede.

Nessa época, a emissora já era líder de audiência, principalmente no Rio de Janeiro, onde exibia nove dos dez programas mais assistidos da televisão. Em São Paulo, eram três de cada dez. A maior parte da produção se concentrava nas duas cidades; o material produzido pelas praças de Brasília e Recife para o *Jornal Nacional* limitava-se a trechos de entrevistas, sem participação do repórter.

A Globo tinha um Departamento de Análise e Pesquisa para ajustar programas ao gosto popular e criou faixas específicas de público. Com investimentos técnicos e visando à ampliação do público potencial, a emissora iniciara a cobertura dos desfiles de escolas de samba em 1966 e, quatro anos depois, exibia reportagens sobre blocos tradicionais do Rio de Janeiro e o frevo, em Olinda. No carnaval de 1967, a Globo chegou a montar um esquema para

<sup>23</sup> Tipo de onda eletromagnética que se desloca à velocidade da luz e por onde são emitidos os sinais de rádio em super-alta e ultra-ultra frequências.

<sup>24</sup> Memória Globo, *Jornal Nacional, a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004, p. 24.

simular a transmissão simultânea de vários pontos da cidade. Utilizou apenas uma câmera para criar a ilusão de várias equipes participando da cobertura.

A emissora também mudou o conceito de produto, passando a vender o tempo comercial e não mais o programa. A audiência passou a ser determinante para o sucesso comercial de um programa e para a sua manutenção no ar.

Inicialmente, o noticiário do *JN* era transmitido simultaneamente para Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e Porto Alegre. Posteriormente, Belo Horizonte e Brasília juntaram-se à rede. O *Jornal Nacional* provocou uma mudança radical em tudo que estava sendo feito até aquele momento. Com ele, vieram o fim do improvisado, o visual impecável dos apresentadores, o apuro técnico aliado ao rigor no planejamento da produção.

Ao introduzir, anos depois, a figura do produtor na dinâmica de trabalho do telejornal, o *JN* estabeleceria um mecanismo de construção do personagem adotado até hoje. Se antes o homem comum era interpelado de forma aleatória na rua, a partir dali, ele passava a fazer parte das matérias a partir de um processo seletivo do produtor, que trabalha dentro da redação. Quanto mais ampla a rede de contatos do produtor, maior variedade de personagens ele consegue.

Apesar de ter se apresentado, desde o início, como o telejornal que mostrava o Brasil para os brasileiros, a primeira edição do *JN* falou mais de assuntos internacionais. Os únicos brasileiros citados no programa foram os jogadores Garrincha e Pelé, o presidente Costa e Silva e o ministro da Fazenda Delfim Netto.

Politicamente, o país vivia um momento difícil e, desde o primeiro momento, ficou clara a interferência da censura no telejornal. No programa de estréia, com quinze minutos de duração e assistido por seis milhões de brasileiros, o *JN* noticiou: a doença do presidente Costa e Silva e o governo interino entregue a uma Junta Militar; uma mensagem de otimismo do então ministro da Fazenda Delfim Netto após uma reunião da Junta Militar; as mortes do campeão mundial de pesos-pesados Rocky Marciano e do comentarista Drew Pearson; o golpe militar na Líbia que derrubou o príncipe Hassan Al Rida; a chegada ao Paquistão de uma caravana de chineses montados em camelos, comemorando a reabertura da Rota da Seda; a preparação das candidatas ao título de Miss Beleza Internacional no Japão; ameaça de greve entre os pilotos se a ONU não tomasse medidas em relação ao seqüestro de um avião americano; o aumento da gasolina

no Brasil; a previsão do tempo para Espírito Santo, Rio de Janeiro e Niterói; o depoimento de Garrincha no processo sobre o acidente que matou a sogra; as primeiras obras de alargamento da praia de Copacabana; o gol de número 979 de Pelé e a garantia da classificação da seleção brasileira para a Copa de 70<sup>25</sup>. Produzido por uma equipe de trinta pessoas, o *Jornal Nacional* buscava um tom mais coloquial, bem próximo do cotidiano da família brasileira, que se reunia todas as noites na sala para ouvir as notícias do Brasil e do mundo.

O *JN* era a encarnação perfeita do que pretendiam os militares com o projeto de integração e dos interesses econômicos do Grupo Globo.

Os militares queriam mostrar que o Brasil era um país de primeiro mundo e montaram a Embratel. Nós imaginamos que a primeira utilização óbvia dos enlaces de microondas seria o jornalismo, e começamos a pensar num programa nacional. A primeira pessoa que nos incentivou foi José Ulisses Alvarez Arce, diretor comercial. Ele disse que ‘seria um prato cheio para os clientes’. Havia um interesse comercial muito grande e, paralelamente, pensávamos que seria um primeiro serviço que a televisão prestaria, dando um passo além do simples entretenimento.<sup>26</sup>

Se a tecnologia permitiu romper as fronteiras geográficas do país, a adoção de uma estética unificada eliminou as barreiras regionais. A partir dos anos 80, repórteres e apresentadores amenizaram traços locais da fala em nome dessa unificação com a ajuda de uma fonoaudióloga. Era a busca por um padrão nacional, que definiu como pronúncia ideal do português o modo de falar do carioca, com algumas restrições<sup>27</sup>. O Brasil integrado pelas ondas eletromagnéticas era também um país uniformizado pela fala e pelo consumo.

Essas imagens únicas que percorrem simultaneamente um país tão dividido como o Brasil contribuem para transformá-lo em uma arremedo de nação, cuja população, não unificada enquanto “povo” mas enquanto público, articula uma mesma linguagem segundo uma mesma sintaxe. O conteúdo dessa linguagem importa menos do que seu papel unificador, uniformizador: a integração se dá ao nível do imaginário. Ligados, em cadeia nacional, na fala (...) da Rede Globo, estamos de alguma forma pertencendo a um todo unitário que nos contém e nos significa enquanto brasileiros de um outro Brasil (Costa; Simões; Kehl, 1986, p. 170).

A construção desse imaginário integrador e, ao mesmo tempo redutor de singularidades, estava presente também nas novelas exibidas antes e depois do *Jornal Nacional*. A fórmula sanduíche foi a estratégia que ajudou a consolidar o

<sup>25</sup> Memória Globo, *Jornal Nacional, a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004, p. 25.

<sup>26</sup> Depoimento de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho para Memória Globo, *Ibidem*, p. 28.

<sup>27</sup> As restrições se referiam aos “esses”, que não poderiam ser muito sibilantes, e aos “erres”, que não deveriam ser guturais. *Ibidem*, p. 123.

noticiário na liderança de audiência. Enquanto a censura calava os meios de comunicação, o *JN* mostrava o Brasil do “milagre econômico”, do desenvolvimento e do otimismo. Em 1973, o presidente Emílio Garrastazu Médici chegou a declarar: “Sinto-me feliz todas noites quando ligo a televisão para assistir ao *Jornal Nacional*”; “enquanto as notícias dão conta de greves, agitações, atentados e conflitos em várias partes do mundo, o Brasil marcha em paz, rumo ao desenvolvimento. É como se eu tomasse um tranqüilizante, após um dia de trabalho” (Priolli, 1985, p. 36).

Em pouco mais de um ano, o *JN* desbancou o *Repórter Esso* oferecendo qualidade técnica, alcance de transmissão, eficiência comercial e uma linguagem mais moderna, com textos coloquiais, depoimentos de entrevistados e som ambiente das imagens externas. As mudanças introduzidas pelo *Jornal Nacional* influenciaram outras emissoras e fazem parte do que se convencionou chamar de “padrão Globo de qualidade”.

Ainda no início da década de 70, a recém-inaugurada Bandeirantes trouxe a proposta de um novo telejornal, o *Titulares da Notícia*, com participação de Maurício Loureiro Gama, Salomão Éssper, José Paulo de Andrade e Vicente Leporace, e cujo principal destaque era a apresentação da dupla sertaneja Tônico e Tinoco. Voltado para a realidade brasileira, o programa procurava trazer notícias do interior do estado de São Paulo, com reportagens ilustradas, comentários, e “muita intenção de crítica ao sistema político-social vigente”<sup>28</sup>. Ficou no ar por pouco tempo. No mesmo ano, a TV Cultura de São Paulo também testava a censura com o *Hora da Notícia*, um jornal “sem preocupação com a forma”, mas “que dava prioridade ao depoimento popular a respeito dos problemas da comunidade”(Rezende, 2000, p. 112). Investia em reportagens especiais nas quais o cineasta João Batista de Andrade utilizava “câmera direta, gravando longas entrevistas e planos-sequência” (Tostes, 2005, p. 50).

O cineasta já realizara algumas experiências interessantes nos curtas-metragens “Liberdade de imprensa” e “Migrantes” com a utilização de personagens. No primeiro filme, sobre a Lei de Imprensa instituída pelo regime militar, o diretor utilizara três categorias de personagens: jornalistas, pessoas pobres com pontos de vista considerados reacionários e pessoas abordadas na rua.

---

<sup>28</sup> Retirado de artigo de Edgard Ribeiro de Amorim, disponível no site do Centro Cultural São Paulo: <http://www.centrocultural.sp.gov.br/livros/pdfs/telejornalismo.pdf>

Um dos aspectos mais relevantes do filme é que ele rompe o tabu de que o documentário apreende o real, já que o cineasta provoca situações que vão gerar intervenções, por exemplo, da polícia.

Em “Migrantes”, João Batista de Andrade aprofundaria a técnica. Feito originalmente para TV, foi exibido em 1972 e provocou polêmica por mostrar a miséria explicitamente. Nele, o personagem mais pobre ocupa uma “posição dominante” na filmagem, não é entrevistado, está em igualdade de condições com o interlocutor, contrapõe opiniões e argumentos (Bernadet, 2003, pp. 69-84).

Em 1970, a televisão dava mais um passo para se tornar o veículo com maior penetração entre o público brasileiro. O país já tinha quatro milhões de aparelhos e cerca de 25 milhões de telespectadores quando foi realizada a primeira transmissão, em caráter experimental, da TV em cores. Foi durante a Copa do Mundo de 1970, mas somente um pequeno e seletivo grupo pôde acompanhar. Os EUA faziam transmissões regulares em cores desde 1954 enquanto emissoras brasileiras, como a Tupi e a Excelsior, somente começaram a fazer testes na década seguinte. Em 1963, a Tupi de São Paulo fez algumas experiências com documentários, episódios da série americana "Bonanza" e até um discurso do presidente João Goulart<sup>29</sup>.

A estréia da TV em cores no Brasil aconteceu, oficialmente, em 1972, durante a Festa da Uva, na cidade gaúcha de Caxias do Sul. A Globo era a emissora mais avançada na implantação da nova tecnologia que ajudou a consolidar o “padrão Globo”. Durante a década, prefeitos de várias cidades mandaram instalar televisores em praças públicas para contemplar a população que ainda não tinha o aparelho em casa ansiava ver as imagens coloridas. Alguns anos depois, outra revolução: o ENG (*Electronic News Gathering*) ou captação eletrônica de notícias. O equipamento, em sistema U-Matic, lançado pela Sony em 1969, permitia editar o material gravado utilizando fitas cassete profissionais.

O governo já era o maior anunciante dos meios de comunicação e começava a deslocar grande parte de sua verba para a televisão. Enquanto a TV crescia, muitos jornais e revistas (*Correio da Manhã, Última Hora, Diário de Notícias, Jornal do Commercio*, de Recife, *Correio do Povo e Cruzeiro*) encerravam suas atividades.

---

<sup>29</sup> Informação retirada do site da TV Gazeta. Disponível em: <http://www.tvgazeta.com.br/>

No *Jornal Nacional*, o cenário cinza-azulado e o tom sóbrio dos apresentadores, todos do sexo masculino, ajudavam a construir uma imagem de objetividade e neutralidade da notícia, indispensável para conquistar a credibilidade e para falar para uma audiência cada vez mais ampla.

Apesar da consonância com os interesses de integração nacional dos militares, o *Jornal Nacional* registrou alguns momentos contra a política do regime como a morte e comoção popular no enterro do presidente Juscelino Kubitschek e a invasão da Polícia Militar ao campus da PUC-SP por ocasião do 3º Encontro da UNE. Como alternativa à censura, a emissora começou a investir em jornalismo internacional e pôde mostrar o fim das ditaduras em Portugal e na Espanha, a renúncia do presidente americano Richard Nixon e a abertura política na Argentina. Faziam parte do primeiro time de correspondentes: Cidinha Campos, Hélio Costa, Sandra Passarinho, Lucas Mendes e Sérgio Motta Melo. A repórter Sandra Passarinho conta que, quando trabalhava na correspondência internacional não tinha, necessariamente, preocupação em contar história de homens comuns porque eles “nem sempre são protagonistas da história” e, naquele momento, ela estava interessada em compreender as transformações do mundo às quais assistia na Europa<sup>30</sup>.

Após a reestruturação feita em 1996, o *JN* ganhou novos apresentadores, mudou de cenário, mas manteve o perfil de ser uma espécie de mosaico de informações, com pouquíssimo espaço para o comentário, e capaz de atender a uma faixa variada de audiência. Os apresentadores ainda cumprem papel fundamental de aproximar-se da família brasileira, conquistar sua confiança.

A interpelação direta efetuada pelo apresentador é o elemento fático mais visível da televisão. A familiaridade instaurada por seu rosto, em atitude de conversa íntima, de bate-papo, naturaliza a apresentação do mundo pelas imagens (vale frisar: apresentar, mostrar ou apontar o mundo é o específico da “arte” televisiva) e estabelece o *contato* com o telespectador. Este espera sempre que a tevê ultrapasse os efeitos de mero espetáculo ou de pura informação e se invista da atmosfera de simpatia e camaradagem, característica ideal de grupos primários, como a família (Sodré, 1978, p. 61).

Entre os telejornais, poucos tiveram a contundência da telegenia apontada por Muniz Sodré, como o *Jornal Nacional*. As duplas de apresentadores Cid Moreira e Sérgio Chapelin a William Bonner e Fátima Bernardes conseguiram, com sucesso, estabelecer uma relação de afetividade e de identificação com o

---

<sup>30</sup> Entrevista concedida por e-mail para esta pesquisa em 21 de fevereiro de 2007.

telespectador. No caso de Cid Moreira, a contratação dele foi uma estratégia para atrair o público feminino das novelas para os telejornais. Fora do *JN* isso só foi alcançado por Gontijo Teodoro, no *Repórter Esso*, Boris Casoy, no *TJ Brasil*, e Leila Cordeiro e Eliakim Araújo, no *Jornal da Globo*, *Jornal da Manchete* e *Jornal do SBT*.

### 3. 3. 1.

#### Telejornais em período de abertura

No início da década de 70, a televisão era obrigada a calar-se diante da censura. O silêncio forçado fez com que as emissoras voltassem esforços para o desenvolvimento técnico e da linha de entretenimento. Uma aproximação entre o cinema e a TV teve a ousadia de tentar aprofundar o conhecimento em assuntos polêmicos. O *Globo Repórter* começou a tomar forma a partir de um projeto patrocinado pela Shell, que previa a produção de 24 documentários para TV, dirigidos pelo cineasta Paulo Gil Soares. O patrocínio não durou muito tempo e o programa saiu do ar antes do tempo. Meses depois, Paulo Gil começou a produzir o programa a pedido de Boni para ser exibido às onze da noite de sexta-feira, com 43 minutos de produção e quatro intervalos comerciais. Utilizando material de arquivo e entrevistas, o programa de estréia intitulava-se “Vietnã, o preço da paz”.

Para enfrentar a censura, a equipe começou a trabalhar também temas de ecologia e policiais como os assassinatos de Claudia Lessin Rodrigues e de Ângela Diniz, por causa da repercussão nacional. O *Globo Repórter* era feito como um documentário, de cunho autoral, com linguagem e fotografia de cinema. O material era todo filmado em 16mm e a edição feita na moviola, somente o acabamento era feito em VT<sup>31</sup>. Além de Paulo Gil trabalharam no programa, entre outros, Luiz Carlos Maciel, Eduardo Coutinho, Walter Lima Jr., Maurice Capovilla, Sylvio Back, León Hirszman e Eduardo Scorel, todos egressos do cinema nacional.

Apesar de utilizar aspectos da narrativa de cinema, o *Globo Repórter* evitava planos gerais e o enquadramento era sempre feito com planos mais

---

<sup>31</sup> Depoimento do cineasta Luiz Carlos Maciel a Paula Muniz. Revista Aruanda, agosto de 2001. Disponível em: <http://www.mnemocine.com.br/aruanda/paulogil1.htm>



próximos<sup>32</sup>. No início, a experiência inovadora sequer era ligada ao departamento de jornalismo da emissora e, a despeito do nome, não tinha um repórter que aparecesse. Durante as viagens, as equipes eram formadas por um produtor, um repórter, um cinegrafista e um técnico de som. “O editor informava ao repórter o que queria e orientava a captação das imagens, entrevistas, analisava o material recolhido, organizava a edição, colocava o texto e fazia o corte final”<sup>33</sup>. Os programas, produzidos pela Blimp Filmes, destacavam-se pela “diversidade estética e narrativa”<sup>34</sup>.

A partir de 1983, já sob a direção de Roberto Feith, o *Globo Repórter* substituiu a película pelo vídeo e instituiu alterações a fim de baratear o custo e possibilitar maior controle da emissora sobre o conteúdo; a linguagem se afastou do cinema e passou a ser mais jornalística, com participação de repórteres.

O repórter sem dúvida delimita o que deve ser interpretado sobre o assunto, restringindo as múltiplas formas de olhar e ouvir que o cinema possibilita. Da película para o vídeo, houve uma mudança de enfoque. Hoje, então, nem se fala: tem jacaré, urubu, uirapuru, macaco na Índia. Virou uma coisa de audiência, mais do que de conteúdo. Temos grandes aventuras do homem brasileiro para serem colocadas na televisão, mas o desgaste com a Globo por causa de temática e de censura propiciou o afastamento da produção independente<sup>35</sup>.

Durante o regime militar, a televisão se desenvolveu tecnologicamente, contudo as restrições à liberdade de expressão trouxeram prejuízos. O “ao vivo”, aos poucos, foi substituído pelo pré-gravado por causa da censura. No final da década de 70, entretanto, as pressões por mudanças possibilitaram mais uma inovação de Fernando Barbosa Lima. O programa *Abertura*, exibido entre fevereiro de 1979 e julho de 1980, foi o primeiro de repercussão nacional da fase pós-censura prévia e restaurou o discurso político livre.

Em seu trabalho sobre o cinema e a TV, Regina Mota (2001) analisa o programa, os processos de produção da televisão e o papel do veículo para o desenvolvimento da democracia no Brasil. A autora ressalta o caráter de liberdade

<sup>32</sup> Depoimento do cineasta Paulo Gil Soares a Paula Muniz, Revista Aruanda, agosto de 2001. Disponível em: <http://www.mnemocine.com.br/aruanda/paulogil1.htm>

<sup>33</sup> Artigo de Paula Muniz. Ibidem

<sup>34</sup> Artigo apresentado por Igor Coutinho no 9º Fórum Nacional de Professores de Jornalismo. Disponível em: [http://intercom.locaweb.com.br/premios/igor\\_sacramento.pdf](http://intercom.locaweb.com.br/premios/igor_sacramento.pdf)

<sup>35</sup> Depoimento do diretor de TV e produtor artístico Guga Oliveira, citado por Oliveira, Carmo-Roldão e Bazi. Disponível em: [http://www.fnpij.org.br/downloads/ana-ivete-ogerio\(document\)%5B2006%5D.pdf](http://www.fnpij.org.br/downloads/ana-ivete-ogerio(document)%5B2006%5D.pdf)

e de experimentação do programa sem, no entanto, ser panfletário; “não há uma ordem, uma estrutura prevista” (p. 16).

O *Abertura* ia ao ar pela TV Tupi, aos domingos, entre dez e meia-noite, após os programas de Silvio Santos (à tarde) e Flávio Cavalcante (à noite). Tinha o formato de revista e dividia-se em quadros de cerca de cinco minutos, ligados por vinhetas. Tudo feito com uma única câmera e produção enxuta. O cinegrafista ia até a casa dos apresentadores e gravava partes do programa, “enquanto a diretora de produção anotava as seqüências em cada fita” (Ibidem, p. 86). Segundo Fernando Barbosa Lima, tudo era feito com liberdade.

Cada um dos apresentadores produzia e editava seu quadro, escolhendo o assunto e entrevistado. Jamais ocorreu nenhum tipo de censura, nem minha, nem do governo, nem da Tupi. E devo isso ao ministro Portela, uma verdadeira barreira entre nós e o SNI, entre nós e a direita radical, entre nós e os generais (Lima, 2007, p. 96).

No *Abertura*, a televisão voltou a falar de política em pleno processo de redemocratização e fazia isso de forma bastante criativa. O cartunista Ziraldo tinha um quadro intitulado “De Caratinga para o mundo”, gravado no estúdio de desenho dele, em que fazia críticas à ditadura. O *Abertura* também andava na “beira do abismo”, como afirma Barbosa Lima. Em uma entrevista, com o então ministro Jarbas Passarinho, dentro de um carro conversível em Brasília, Tarcísio Hollanda pergunta: “Ministro, um dia o senhor vai contar para seus filhos que foi a favor do Ato Institucional nº 5?” (Ibidem, p. 97).

Uma das experiências mais curiosas dentro do programa era o quadro apresentado pelo cineasta Glauber Rocha. Novamente os caminhos da televisão se entrelaçavam aos do cinema. Glauber, com roupa e cabelo em desalinho, barba por fazer e um jeito desleixado de segurar o microfone, era o oposto do que se via na televisão naquele momento, totalmente impregnada pelo jornalismo asséptico da TV Globo.

O cineasta sequer mantinha os olhos fixos na câmera para simular uma proximidade e intimidade com o telespectador, um dos princípios básicos do veículo. A câmera, na mão, movia-se bruscamente, utilizando *closes* e *big closes*, sem se preocupar com enquadramentos corretos. Num episódio em que Glauber divulgava textos de Oduvaldo Vianna Filho, o “Vianninha”, de José de Alencar, e um livro próprio, o cineasta encobre o próprio rosto, por alguns instantes, com uma reportagem de jornal e livros; ao fundo, uma mulher negra segura no colo um

bebê loiro. Com improviso intencional, verborragia e críticas ácidas, Glauber e o *Abertura* expunham um Brasil escondido durante os anos de censura.

Consciente ou não da dessa realidade da televisão, Barbosa Lima radicalizava o improviso e o acaso, pela possibilidade de descortinar ao público rostos, expressões e pensamentos que traduziam o fim da censura e o início de uma comunicação fora do controle do Estado, da autocensura, e que demonstrava um desalinhamento formal inédito: se a TV tem vocação nata para o mal acabado, então vamos fazer isso com virtuosismo, utilizando todos os talentos que estiveram ausentes das telas durante anos neste país (Mota, 2001, p. 87).

Não apenas os políticos malvistas pelos militares apareciam no programa.

A TV mostrava ao país

crianças brasileiras que nunca tinham estado no Brasil e que mencionavam a família, os amigos, gente que só conheciam de nome. Era tanta vontade de voltar que muitas dessas crianças chegavam a chorar diante da nossa câmera (Lima, 2007, p. 96).

Com o fim da TV Tupi, o programa foi extinto. Outras emissoras como a Bandeirantes começaram a investir em um jornalismo diferenciado da TV Globo. Desde os anos 70, a Bandeirantes tinha “a intenção de dar tudo o que a Globo não dava”, como a primeira posse de Lula no Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo, em 1975. Os comentários de Joelmir Beting diferenciavam ainda mais o *Jornal da Bandeirantes* do *Jornal Nacional* (Tostes, 2005, p. 55). Mas a Globo continuava sua investida no sentido de conquistar mais audiência que, em determinado momento, chegou a alcançar 80 pontos.

O ano de 1977 marcou o início da abertura política. O presidente Ernesto Geisel anunciou o fim das leis de exceção e designou o senador Petrônio Portela para negociar as mudanças. Foi neste ano também que entrou em funcionamento o Sistema Brasileiro de Telecomunicações por Satélite. Em 18 de abril de 1977, a TV Globo lançou o primeiro telejornal matutino e o primeiro a utilizar as unidades portáteis de jornalismo (UPJ), que permitiram várias entradas ao vivo de repórteres com notícias do tempo, trânsito, aeroportos, etc. No *Bom dia São Paulo*, o conceito de jornalismo de serviço foi efetivamente utilizado pela primeira vez. Três anos depois, a Globo lançou um produto voltado para o público feminino. Apresentado de segunda a sexta-feira, a partir das oito da manhã, o *TV Mulher* trazia temas que antes não eram debatidos abertamente na televisão como

sexo e saúde da mulher e alcançou bons índices de audiência, ficando seis anos no ar.

A TV Globo já ocupava uma posição hegemônica quando surgiram duas novas protagonistas. Após concorrência pública para disputar os canais que ficaram livres com a extinção da Tupi<sup>36</sup>, formaram-se duas redes: SBT e Manchete. Os militares já tinham idéia de dividir o sistema de redes porque a Globo exercia um poder político muito grande.

O SBT surgiu com o nome TVS em agosto de 1981 e com uma programação bastante popular, com *shows* de auditório, novelas mexicanas e filmes. Em um mês, atingiu o segundo lugar da audiência atrás apenas da Rede Globo<sup>37</sup>. Os programas *O homem do sapato branco*, com Jacinto Figueira Jr., e *O Povo na TV*, com Wilton Franco, Wagner Montes, Sérgio Mallandro e Roberto Jefferson, apresentavam reportagens sobre crimes e entrevistas explorando os dramas humanos de maneira bastante apelativa. Foram precursores do telejornal que surgiria em maio de 91, o *Aqui Agora*, para conquistar a audiência das classes C, D e E. No programa de Jacinto Figueira, homens comuns protagonizavam discussões diante das câmeras, chegando a quebrar elementos do cenário, como ainda hoje ocorre nos tele-barracos; *O povo na TV* investia no retorno da estética do grotesco – com pessoas pedindo ajuda jurídica e cura para doenças.

Em 5 de junho de 1983, entrava no ar a Rede Manchete através de cinco emissoras espalhadas por Rio de Janeiro, Belo Horizonte, São Paulo, Recife, Fortaleza e uma afiliada em Porto Alegre. Com uma proposta ousada, no dia seguinte à estréia, lançou o *Jornal da Manchete*, que teve uma hora e meia de duração, em horário nobre. O objetivo era atingir as classes A e B e, para isso, lançaram mão de comentários e análises. A estratégia teve êxito e o telejornal alcançou 8 pontos de audiência, uma proeza, impedindo que a novela *Roque Santeiro*, da TV Globo atingisse a marca de 100% de audiência<sup>38</sup>.

O *TJ Brasil (Telejornal Brasil)*, apresentado por Bóris Casoy, no SBT, estreou em 4 de setembro de 1988, um mês antes da promulgação da nova Constituição brasileira. Na época, o país enfrentava uma grave crise econômica,

<sup>36</sup> A Tupi teve a concessão cassada em 18 de julho de 1980 por causa de dívidas com a previdência e corrupção. Cf. Tostes, op. cit., p. 56.

<sup>37</sup> Idem.

<sup>38</sup> Furtado apud Rezende, 2000, p. 122. Rezende ressalta que “descontados eventuais exageros”, esse foi o parâmetro para a dimensão da conquista da Manchete.

inflação de quase 1000% ao ano e as conseqüências de três planos econômicos fracassados. O noticiário foi o primeiro da emissora a ganhar destaque no período. Apresentava um novo formato, até então só conhecido no jornalismo americano, explorando a figura do âncora, profissional experiente que tem controle editorial e coordena a equipe do programa. Boris ajudou o SBT a conquistar credibilidade no jornalismo e imprimiu uma marca própria. Ao fazer o comentário de uma notícia, virava-se para uma câmera, que o enquadrava mais de perto, e dizia, contundente: “Isso é uma vergonha”.

O uso do bordão repercutiu porque simbolizava a indignação dos telespectadores, ele dizia o que o público queria dizer. De lá para cá, muitos telejornais estream e saíram do ar sem, no entanto, trazer qualquer mudança estética na forma de retratar o homem comum.

### 3. 4.

#### **A influência da MTV**

Ao lado da CNN, a MTV foi uma das grandes influências para o jornalismo mundial contemporâneo. A MTV foi o primeiro canal com programação voltada exclusivamente para o público jovem, na faixa dos 12 aos 34 anos. Até então, nenhum canal tinha dedicado tanta atenção a esse nicho específico e conseguido conquistá-lo de maneira eficiente. Hoje a MTV está presente em 164 países e conta com quase cem milhões de assinantes só nos EUA; faz parte de um dos maiores conglomerados de informação e entretenimento do mundo, a Viacom<sup>39</sup>.

Inaugurada em 01 de agosto de 1981, a MTV introduziu a figura dos apresentadores VJs, ou video-jóqueis, numa alusão aos disc-jóqueis responsáveis pela seleção de músicas em festas e boates, que surgiram nos anos 70, e criou um formato amparado basicamente na exibição de clipes.

O surgimento da emissora de música provocou mudanças estéticas na televisão americana e também brasileira com a adoção de edição não-linear, ritmo entrecortado e valorização da trilha sonora. Em dissertação sobre a linguagem visual das vinhetas da MTV, Carla Cristina da Costa Teixeira afirma que as

---

<sup>39</sup> A Viacom é proprietária, além dos canais MTV, do VH1, Nicklodeon, CBS e UPN.

transformações aconteceram desde a previsão meteorológica, até em seriados de TV como *Os Simpsons* e *Miami Vice*.

Aliás, com o surgimento da linguagem visual proposta pela MTV, outras emissoras americanas também sofreram uma espécie de “rejuvenescimento” nos projetos gráficos adotados. As vinhetas de abertura dos programas e a própria forma de apresentação dos famosos “âncoras” dos jornais televisivos americanos absorveram muitas características presentes no universo da Music Television. Começou a ser priorizada uma maior dinâmica na forma como os jornais eram conduzidos e também na própria linguagem de edição das reportagens. Muitos apresentadores passaram a comandar seus programas “em pé”, seguindo a forma como os VJs anunciavam os clipes da emissora, o que garante maior mobilidade e interação com o público (2006, p. 24).

O trabalho aponta ainda exemplos da influência da experimentação de linguagem das vinhetas, com imagens múltiplas que se fundem, cores e formas diferenciadas, em emissoras brasileiras.

As vinhetas e cenários da *Rede TV!* ou as reportagens com imagens e trilha acelerada produzidas pelo *Fantástico* guardam muito da linguagem visual do videoclipe evidenciada pela MTV. Além disso, as diversas campanhas de conscientização produzidas pela emissora, com temas como Aids, política e drogas são consideradas exemplares e servem de inspiração para as campanhas atuais produzidas pelo Governo. (Ibidem, p. 38)

Na MTV, as imagens e sons irrompem a tela num movimento contínuo, rápido que, muitas vezes não permite reter as informações. Fragmentação e transitoriedade estão dentro da lógica visual do canal de música, mas também fazem parte do universo da televisão. O produto jornalístico mais tradicional da televisão brasileira, o *Jornal Nacional*, aparentemente, não tem nada a ver com a linguagem jovem da MTV. Contudo, se levarmos em conta o volume de informações visuais que ele oferece a cada edição, podemos encontrar semelhança na sua estrutura. O *JN* pretende ser um mosaico de notícias; cada edição deve trazer o que de mais importante e interessante estará no jornal do dia seguinte. Portanto, é uma colcha de retalhos, cujos pedaços nem sempre se juntam<sup>40</sup> ou se perdem no próprio fluxo da TV. Após uma imagem vem sempre outra imagem e mais outra, e mais outra, numa visualidade incessante. Ao final de cada exibição é difícil lembrar grande parte do que foi visto ou ouvido.

<sup>40</sup> Ainda que na paginação do jornal, as notícias estejam agrupadas por certa relação de proximidade, elas mantêm uma independência importante do ponto de vista técnico já que cada uma poderá ser substituída por outra considerada mais importante ou mais urgente. Essa característica, aliada a um tempo exíguo, impõe uma simplificação dos acontecimentos, eliminando relações de causa e efeito.

No telejornalismo brasileiro, talvez a característica mais absorvida da MTV seja o amplo uso de planos com movimento e a edição acelerada, bem diferente do que se vê em telejornais europeus ou mesmo japoneses. Os apresentadores em pé no estúdio, como foi citado por Teixeira, são muito raros; geralmente, esse formato é utilizado em programas de caráter mais popularesco, como aqueles voltados ao noticiário policial. De maneira geral, a abordagem e apresentação individual das informações são bastante conservadoras, mudam apenas quando há uma nova tecnologia envolvida como a interação entre o locutor e um telão ou um cenário virtual<sup>41</sup>.

Além dos aspectos visuais, a maior influência do canal de música foi o estímulo à participação telespectadores por e-mail ou telefone. Mais recentemente, os telejornais começaram a utilizar a Internet como meio de interação com o telespectador, ainda que de forma tímida e extremamente controlada porque o imprevisto deve ser evitado a todo custo. Na emissora de música, ao contrário, a presença do espectador é estimulada como platéia dentro do estúdio e como participante das atrações e no *site*. Nos telejornais, os lugares de fala e as normas discursivas são rigidamente estabelecidos.

---

<sup>41</sup> Nos cenários virtuais é possível inserir imagens em 3D geradas por computador e fazê-las interagir com o apresentador.