

TELEJORNALISMO

os fatos por trás das câmeras

ANA BEATRIZ BRITO, SANDRA RIBEIRO e ZEAN BRAVO

Tudo começou no dia 20 de setembro de 1950, quando foi ao ar o primeiro telejornal da televisão brasileira - o jornal *Imagens do Dia*, pela PRF-3 TV. Contando com precárias condições técnicas, o jornal exibia uma seqüência dos últimos acontecimentos locais, tendo como produtor, redator e apresentador uma única pessoa: Ruy Rezende.

Sua primeira reportagem filmada simplesmente não aconteceu. O motorista que transportava a equipe se enganou: ao invés de ir para Cumbica, onde seria feita a filmagem de saltos de para-quedismo, cismou que o acontecimento se realizaria em Congonhas. Quando notaram o erro, já era tarde demais. Um furo desses seria imperdoável nos dias de hoje.

Vários telejornais surgiram nesta época, mas o grande marco do telejornalismo na década de 50 foi o *Repórter Esso*, que ia ao ar pela TV Tupi. Inovador no formato e conteúdo, ele conquistou os telespectadores e ficou no ar por mais de onze anos. Um grande trunfo era o apresentador Gontijo Teodoro, que noticiava acontecimentos locais e internacionais, intercalando filmes com noticiários.

Na década de 60 o *Repórter Esso* já não tinha a força dos anos 50, e a grande sensação passou a ser o *Jornal de Vanguarda*, transmitido inicialmente pela TV Excelsior, e depois pe-

las TVs Tupi, Globo, Continental e Rio.

O programa foi responsável por uma série de inovações, como a utilização de uma linguagem mais informal e a presença de vários locutores, entre eles Cid Moreira. Outra novidade introduzida pelo *Jornal de Vanguarda* foi o comentário de jornalistas especializados como, por exemplo, Villas Boas Corrêa, Stanislaw Ponte Preta no humor e Ibrahim Sued, no colunismo social. Pela primeira vez eram combinados na tv noticiário e show.

Finalmente, em setembro de 1969, era lançado pela Rede Globo de Televisão, no Rio de Janeiro, o *Jornal Nacional*, que se transformaria no modelo seguido pelos demais jornais nas últimas décadas.

Ele foi o primeiro a ser transmitido em cadeia nacional e a utilizar o conceito de *timing* da informação. Além de apresentar notícias fragmentadas em espaços de tempo curtíssimos, tinha uma obsessão pelo que está acontecendo agora, ou seja, pela instantaneidade dos fatos.

Os Telejornais Atuais

Quem senta em frente à televisão e assiste a um telejornal, não imagina os malabarismos que precisam ser feitos para que tudo saia perfeito. São várias as preocupações, desde o cabelo do apresentador até as matérias que deverão entrar no ar ao

vivo. No final das contas, tudo quase sempre sai bem feito, mas até chegar aos resultados positivos, muita gente sua a camisa nos bastidores.

O grande líder de audiência é o *Jornal Nacional*. Ele é o único a possuir uma redação totalmente informatizada e ligada *on-line* em todas as praças, mesas e diretores. Quem vem de outras emissoras para trabalhar na redação do telejornal leva um "choque tecnológico". Que o diga Sérgio Fernandez da Costa, recentemente contratado como editor de política: "É muito melhor, mas leva um tempo até acostumar".

"Falta ousadia nos departamentos de telejornalismo das emissoras em geral"

O *TJ Brasil*, no SBT, é outro jornal a apresentar uma audiência significativa. Variando de 10 a 12 pontos tem em seu âncora, editor-chefe e diretor geral, Boris Casoy, uma explicação para tanto êxito. Ele cuida pessoalmente de seus comentários, mas às vezes surpreende o pessoal do *switcher* (sala de controle da redação) com suas improvisações: "Tento avisar a equipe antes, mas nem sempre consigo", diz ele.

De acordo com Dácio Nitri, diretor executivo do jornal, "nada é tabu, nada é

proibido, a credibilidade é um dogma do TJ".

Já na Record, apesar do sucesso do seu ex-âncora Chico Pinheiro com seu tom descontraído, tudo é feito manualmente. As laudas são datilografadas e o teleprompter é comandado no braço por um operador. Ele coloca as laudas na ordem determinada pela editora-chefe, que "canta" as laudas para todos os envolvidos. A coisa complicava quando outras laudas chegavam enquanto Chico Pinheiro estava apresentando o jornal: as decisões precisam ser tomadas em segundos.

Mesmice

Há quase 10 anos trabalhando em televisão, o repórter da TV Globo, Luís Nachbin acha que o formato dos telejornais brasileiros, baseados nos modelos americanos, está mergulhado na mesmice. Nachbin fez mestrado em rádio e televisão pela San Francisco State University, e é professor de Telejornalismo na PUC - RJ.

"Vejo telejornais brasileiros e americanos e a impressão que eu tenho é que só muda a língua. Nossos telejornais são parecidos entre si mas os americanos também se repetem", diz ele.

Muitas vezes, se o telespectador mudar o canal verá pautas estruturadas da mesma forma e até com a mesma duração da matéria. Segundo o professor, falta ousadia nos departamentos de telejornalismo das emissoras em geral. Principalmente no horário nobre, no qual a orientação é manter uma maior formalidade, propor mudanças não é nada fácil:

"Não falo em radicalismos. Transformações bruscas da noite para o dia podem "queimar" idéias e profissio-



Nachbin: O Telespectador merece coisas novas

nais. Mas o telespectador merece coisas novas".

Nachbin acredita que o chamado "padrão Globo de qualidade" é um grande influenciador destas "semelhanças".

"A TV Globo já tem um espaço conquistado com essa qualidade. Por um erro de edição ou de concordância somos repreendidos. Mas não quer dizer que o modelo global é o mais completo, embora venha melhorando", atesta.

Ele acredita que uma boa idéia para mudar a cara dos jornais em televisão seria trabalhar mais com as pequenas curiosidades e dar mais espaço para as matérias de comportamento.

Na realidade...

Apesar das disparidades existentes nas redações dos telejornais e das diferenças gritantes de condições técnicas para a execução do programa, uma coisa é certa: todos têm se pautado nos mesmos assuntos há anos e talvez seja a hora de mudar esse quadro.

O Jornal *Aqui-Agora*, do SBT, por exemplo, tenta mudar

um pouco o "padrão Globo de qualidade", mas vem esbarrando em uma série de dificuldades. Como todos sabem, uma rede comercial de televisão vive de seus anunciantes, e o *Aqui-Agora*, com o público que vem atingindo, não consegue anunciantes. Por causa disso, uma série de mudanças serão feitas no telejornal. O problema dessas modificações está, em mais uma vez, cair no lugar comum dos outros jornais e não existir mais um telejornal voltado à um público de renda mais baixa com assuntos que lhes desperte interesse.

Segundo uma pesquisa realizada pelo Ibase e pela Faculdade de Comunicação Hélio Alonso, na qual foi feito um acompanhamento de quatro telejornais do horário nobre - Jornal Nacional, Jornal da Manchete, TJ Brasil e Jornal Bandeirantes, o telejornalismo brasileiro noticia o que interessa aos grandes grupos econômicos. Assuntos como crianças, negros, AIDS e saúde aparecem em percentuais insignificantes no conjunto dos noticiários. O telespectador não entra em contato com a realidade brasileira □

Editores x Telejornais



Foto Arquivo PUC

Telejornais em debate no RDC da PUC. Na mesa, Luís Nachbin, Luís Nascimento, Carmem Petit, Maria Helena Herzog e Paulo Nogueira.

Em debate sobre telejornalismo com os alunos da PUC, realizado no RDC, estavam presentes editores do SBT, da Rede Globo e da TV Manchete. Eles falaram do trabalho estressante nas emissoras e das dificuldades que enfrentam:

Luís Nascimento - editor chefe do Fantástico, da Rede Globo disse que "há muita repetição mas acho que os telejornais da Globo têm sofrido uma pequena mudança. Há uma busca de aprofundamento maior nas notícias, principalmente depois da mudança da direção. Na gestão do Evandro tenho recebido muito menos "orientações" do que antes. As pessoas reclamam um pouco da superioridade de algumas reportagens do Fantástico, mas eu insisto em lembrar que faço uma revista semanal. Não estamos preocupados com profundidade mas com a qualidade da audiência, por causa dos patrocinadores. "Segundo as pesquisas nas matérias mais "pesadas" a audiência cai muito. Não sou eu quem escolhe o que as pessoas querem ver."

Paulo Nogueira - editor do SBT no Rio de Janeiro: "Como a central do SBT é em São Paulo, aqui no Rio ficamos um pouco distantes do contexto geral da emissora. Tudo vem da central. mas é inegável o caráter sensacionalista da maioria dos programas do

SBT. A central é em São Paulo e os paulistas, segundo as pesquisas, gostam disso. E é lá que está a maioria das agências de publicidade e o telespectador de maior poder econômico. Entendo quando o Luís Nascimento diz que está preocupado com a qualidade da audiência. O "Aqui-Agora", por exemplo, comprovou sua enorme audiência, mas era um público que não podia comprar. Então os patrocinadores não queriam anunciar no programa. Por isso, o jornal está sofrendo mudanças".

Maria Helena Herzog - editora-chefe do Jornal da Manchete: "Temos um grave problema de administração na Rede Manchete. Essa dificuldades foi a razão da grande crise financeira da qual a Manchete vem tentando sair. A emissora perdeu excelentes profissionais com isso. Um dos grandes problemas que enfrentamos é a falta de equipamento. Nossos repórteres têm, às vezes, tudo para fazer uma boa reportagem, menos o equipamento. Por isso uma matéria vai ao ar duas vezes no mesmo dia com a mesma edição. Pretendo mexer na estrutura do Jornal da Manchete, diminuindo a participação dos âncoras para evitar o "bate boca" sobre as notícias. Acho que o âncora deve falar quando tem uma informação a mais para dar. A duração do Jornal também deve ser reduzida".