

O PAPEL DO CÓDIGO VERBAL NO TELEJORNALISMO

Guilherme Jorge de Rezende
Universidade Metodista de São Paulo
FUNREI- São João del-Rei

Introdução

Este artigo aborda uma questão relevante para a teoria e a prática do telejornalismo: o lugar da palavra na codificação da notícia para a tevê. Se, por um lado, uma corrente teórica defende a idéia de que telejornalismo é antes e acima de tudo imagem, o depoimento de muitos autores e a observação de telejornais mostram que a palavra é um elemento indispensável e em alguns casos até mais importante do que a imagens.

A solução para o debate entre o icônico e o lingüístico é por demais complexa para caber em regras gerais de manuais de telejornalismo. Deve-se, no entanto, partir da premissa ensinada pelos próprios manuais de que imagem e palavra devem estar casadas na televisão. Tal como no casamento entre duas pessoas, no dinamismo do cotidiano, tudo é possível. Ora, a imagem impõe-se mesmo em sua plenitude, ora a palavra é suficiente para a transmissão de uma notícia televisiva. Entre esses pólos, verifica-se uma infinita variedade de alternativas decorrentes de fatores circunstanciais. Mais importante, em tudo isso, é que todas essas formas são expressões legítimas de telejornalismo. E que em todas elas, com maior ou menor intensidade, a palavra se mantém como elemento imprescindível da linguagem telejornalística.

O império das imagens

Em termos sensoriais, a televisão suplanta os demais veículos de comunicação, porque, além dos códigos lingüístico e sonoro (disponíveis também no rádio), utiliza o código icônico como suporte básico de sua linguagem. Em função disso, as

produções televisivas favorecem, às vezes em excesso, a poder expressivo da imagem, inclusive nos programas jornalísticos..

“ O critério do interesse visual tem dominado na produção de TV desde o seu começo em uma surpreendente variedade de contextos de programação (...) incluindo as notícias. Independentemente da função ou do tema, parece que o instinto básico do produtor, em seu esforço para produzir uma “boa” televisão (que atraia a visão, que seja atraente) seja o de manter sempre o interesse visual da imagem.” (BAGGALEY & DUCK, 1979, p. 51)

Os pesquisadores ingleses explicam que a expressividade da comunicação não verbal é tamanha que o conteúdo de um determinado programa pode, às vezes, ser menos atraente do que a sucessão de imagens que lhe servem como suporte formal. Nessas circunstâncias, o nível de atenção do telespectador dependerá muito mais das motivações intelectuais que o conteúdo transmitido lhe despertar.

Conforme uma certa concepção de telejornalismo, predominante no Brasil, a imagem desfruta de uma situação privilegiada na codificação das notícias. À palavra, estaria reservada um lugar secundário, quase de mero complemento à informação visual. Embora ressalte que a “ TV funciona a partir da relação texto/imagem”, a atual editora de jornalismo da Globo News, Vera Iris Paternostro, justifica assim a soberania das imagens.

“ A imagem viva, em movimento, carrega uma dose muito maior de emoção. As palavras vão, então, servir de suporte a essa imagem, dar apoio a ela. Frases de efeito precisam ser deixadas de lado. A imagem em movimento transmite muito mais efeitos. É com a imagem que a televisão compete com o rádio e o jornal. É com a imagem que ela exerce o seu fascínio e prende a atenção das pessoas.” (PATERNOSTRO, 1987, p. 41)

O papel prioritário da imagem no telejornalismo requer inclusive uma preparação especial do jornalista de TV para melhor se aproveitar das potencialidades expressivas do veículo, alerta Squirra:

“ É fundamental que o telejornalista domine o processo de comunicação com as imagens em movimento... O estudo tem que passar inclusive pela análise das possibilidades semânticas da imagem em movimento. Pelas características subliminares da codificação e decodificação sociais das imagens. Por seu significado cultural concreto e abstrato.” (SQUIRRA, 1990, p. 135)

Ao abordar o conceito de notícia, Pedro Maciel adverte que a tevê adota critérios próprios na seleção do fato noticioso.

“ A principal característica ensina que o fundamental na televisão é a imagem.

A palavra, embora também seja importante, é um suporte utilizado para enriquecer e dar sentido para a informação visual. (MACIEL, 1995, p. 43)

Em entrevista concedida à Lenita Outsuka da revista *Imprensa*, o jornalista e apresentador do *Fantástico*, da Rede Globo, Pedro Bial, admite que a palavra ocupa um lugar de submissão à imagem no discurso da TV, sobretudo quando o jornalismo assume a aparência de show.

“ A televisão precisa da imagem, o texto é secundário e fica a mercê da imagem. Mesmo no noticiário internacional, por causa do pequeno espaço que recebe, acaba prevalecendo a imagem do espetacular, do sensacional, sem muita preocupação em situar o fato num contexto, explicar o que provocou tudo aquilo, as conseqüências. De vez em quando, dá para acrescentar alguma coisa e, quando isso acontece, é muito bom.” (BIAL, In: *Imprensa* nº 114, p.15)

A fonte de inspiração para esse modelo que atribui lugar de comando ao código das imagens é o manual da Rede Globo de Televisão, que por sua vez se espelha nas normas do “Television News”, receituário do telejornalismo norte-americano que a TV brasileira, de um modo geral, adaptou à nossa realidade.

“Respeitar a palavra é muito importante no texto de televisão. Imprescindível, no entanto, é não esquecer que a palavra está casada com a

imagem. O papel da palavra é enriquecer a informação visual. Quem achar que a palavra pode competir com a imagem está completamente perdido. Ou o texto tem a ver com o que está sendo mostrado ou o texto trai a sua função”. (Rede Globo de Televisão, 1985, p. 11)

Até que ponto, contudo, a apregoada predominância dos elementos não verbais, particularmente os relacionados à imagem, se ampara em bases assim tão irrefutáveis ? Há quem atribua à visão (aos olhos) o ‘status’ de ser o sentido mais puro pelo fato de, “ aliados naturais da luz”, se localizarem na parte mais elevada do corpo e “ porque têm a percepção das coisas sem necessidade de se aproximar delas”. (NOVAES, “ 1991, p. 87). No entanto, seria isso suficiente para justificar privilégio que a televisão- melhor dizendo, um certo modelo de produção televisiva- concede à imagem?

Ao tratar das diferenças entre os dois sentidos, Chion assinala que “ em um primeiro contato com a mensagem audiovisual a visão é mais hábil espacialmente e o ouvido temporalmente.” (CHION, 1993, p.22) Uma outra diferença entre audição e visão sugerida pode ser experimentada por qualquer pessoa em seu dia-a-dia:

“Enquanto nos é fácil eliminar algo de nosso campo visual, virando a cabeça ou fechando os olhos, será mais difícil fazer no caso do ouvido... O que não escutamos ativamente não deixa... de ser captado pelo nosso ouvido e se grava em nosso cérebro como um suporte magnético...”(Id.Ibid., p. 170)

Além disso, o ouvido, em sua tarefa particular, processa a operação perceptiva com mais rapidez do que a visão. Essa melhor performance da audição, nesse aspecto, deriva da condição do som como canal da linguagem verbal e pode ser comprovada, constatando-se que se gasta menos tempo na percepção de uma frase quando falada e captada pelo ouvido do que através da leitura, em que se usa a palavra escrita.

A força da palavra

Ao invés, então, de se proclamar o império do icônico no discurso televisiva, parece mais factível a hipótese de que construção da mensagem da TV reflete uma complexa intervenção de signos de natureza diversa em contínua interação.

“ Nessa medida, por mais que a mensagem transmitida pela TV seja banal, superficial e esquemática, sua complexidade semiótica é sempre grande. Tudo se dá ao mesmo tempo: som, verbo, imagens que podem adquirir feições as mais diversas e multifacetadas, além do ritmo, dos cortes, junções, aproximações e distanciamentos que provavelmente se constituem num dos aspectos mais característicos dessa mídia” (SANTAELLA, 1992, p. 28)

Embora nada possa assegurar, com certeza absoluta, que um sentido- visão ou audição- impõe-se ao outro, não deixa de ser no mínimo instigante a seguinte afirmação de Michel Chion:

“ A televisão é fundamentalmente uma rádio ‘ilustrada’, além disso com imagens, onde o som já tem o seu lugar fixo, que é fundamental e obrigatório (uma televisão muda é inconcebível a contrário do cinema).”(CHION, p.155)

Da França para o Brasil. O diretor de TV, Walter Avancini, enfatiza que as bases do modelo brasileiro de produção televisiva estão muito mais no circo e no rádio do que no cinema e no teatro.

“... o básico realmente no nosso comportamento- e quem for mais atento vai perceber- é que a televisão atende a essas expectativas histriônicas do circo e discursivas do rádio: ela tem muito gesto e muita palavra.”(AVANCINI, p. 1988 , p.162-163)

As observações de Avancini encontram reforço no comentário de Ciro Marcondes, especialmente ao confrontar a função da palavra na linguagem da tevê e do cinema.

“ Na narrativa da tevê, o que importa é o diálogo, a fala as palavras. Há um atrofiamento das demais formas expressivas (o silêncio, a linguagem

dos ambientes, das paisagens, das cenas por si) em favor do texto. No cinema, é diferente: os efeitos visuais podem até desprezar as palavras já que o ambiente (e a concentração) da exibição permite que se ampliem as formas de expressão” (MARCONDES FILHO, 1994 p.16)

De volta às diferenças culturais entre Brasil e França, fica mais fácil entender Michel Chion, quando ele conceitua a televisão como uma “rádio ilustrada”. Essa percepção do papel central da palavra na condução da narrativa torna-se ainda mais notável quando a programação televisiva se estende por todo o dia e é captada em diferentes situações: no trabalho, em casa, em um bar.

Para se ter uma idéia clara disso, basta recordar alguns de nossos atos mais cotidianos. Quem ainda não testemunhou, em sua própria casa, a irmã, a mãe ou o pai, entretidos na cozinha, com a leitura de uma revista ou tricotando uma peça para o netinho e ao mesmo tempo acompanhando programas de TV “com os olhos”. Ao serem estimulados por uma motivação sonora- música, ruído ou fala de alguém- ou por ato mecânico, de vez em quando se rendem à atração das imagens correspondentes.

de meio também “ ... diante de um vídeo que transmite, sem som, cenas de uma novela ou uma entrevista; não haveria condições de continuarmos mais que minuto sem o apoio das vozes. Pensando agora, no contrário: teríamos o som mas estaríamos *sem as imagens*. Apesar de certamente termos perda de várias circunstâncias da emissão, estaríamos, no entanto, em totais condições de seguir os lances ficcionais de uma novela, como conseguiríamos seguir o processo de interlocução de uma entrevista.” (FRAGA ROCCO, 1991, p. 242)

De uma lembrança à outra sob o pretexto de exemplificar a função da palavra no discurso da TV. A palavra escrita (ao repetir a falada), quando utilizada em alguns comerciais de televisão (Coca-cola, por exemplo) se transforma no elemento vital da forma - e conteúdo- da mensagem. Nesse caso, a palavra, além de essencial na comunicação sonora, constitui-se na própria imagem exibida pelo vídeo.

Novamente se é transportado para uma outra situação. Em filmes ou programas de televisão em língua estrangeira, assistidos no cinema ou pela televisão, “perder” uma pequena seqüência de palavras da narração ou de um diálogo deixa o espectador confuso e atônito: “ o que tal personagem falou”, “ Eu não estou entendendo, porque não ouvi o que ele disse”- são frases sussurradas ao companheiro ao lado, no cinema, ou pronunciadas em tom normal de voz, na sala de casa, diante do vídeo.

Esse incômodo explica a razão da dublagem de novelas e programas humorísticos mexicanos- sem mencionar os filmes e as séries americanas- que as televisões brasileiras transmitem diariamente. O bloqueio na percepção provocado pelo ruído de uma língua estrangeira pode comprometer o entendimento da trama e afastar o telespectador. Por isso, prefere-se o recurso da dublagem, insuportável para muitos espectadores, mas indispensável para a conquista e manutenção da audiência. Mas, às vezes se chega ao extremo, de se dublar não o personagem, mas a fala do próprio ator estrangeiro, entrevistado em programa de TV.

Todas essas reflexões encaminham-se à conclusão de que apesar de ter no código icônico o componente básico de sua linguagem, a televisão não pode prescindir do verbal, da palavra, principalmente nos programas jornalísticos.

o,
por

“ O verbal, como ensina Roland Barthes, “ ancora” o visual, completando-ambigüizando-o ou desambigüizando-o. O verbal completa a narrativa imagens que como já dissemos por si só não se sustenta.”(FRAGA ROCCO, 1991, p. 242)

Mas para Sodré, a palavra sobrepõe-se às imagens e não se limita complementar o visual.

até

“ A comunicação real (a conversa, o diálogo) atribui tal importância ao elemento verbal que este termina impondo-se, na tevê, ao visual...Por isso agora, a tevê tem estado mais próxima do rádio do que do cinema. É que o

) compromisso com o real histórico (... com a informação jornalística)
 impele a tevê a uma lógica de demonstração, de explicação, que percorre todas as suas possibilidades expressivas. Ela pode mostrar qualquer coisa, mas tem de explicar, de esclarecer o que mostras. E nesta operação, as palavras(...) impõem seu poder ao elemento visual.”(SODRÉ, 1977, p. 74)

O cineasta e diretor de TV, Eduardo Coutinho, situa-se numa posição ainda mais radical e enfatiza a importância do verbal no dia a dia da televisão brasileira.

“...nenhuma imagem no jornalismo pode entrar pura, sem o comentário que a explique, sem a música que lhe dê sentido. Uma imagem muda é perigosa, porque a busca de seu sentido fica livre, o mundo pleno de significado oscila em sua base. Em consequência dessa compreensão, acredita-se que o espectador tende a mudar de canal ou a supor que haja uma falha técnica da emissora.

Isso prova um pouco, de maneira caricatural, que esse papo de “ TV é imagem é mais uma frase feita do que outra coisa. Eu diria até que, num certo nível, a TV tal como se pratica aqui depende tanto do som quanto da imagem, ou mais do som do que da imagem.”
 (COUTINHO, 1991, p.281-282)

O perigo de uma imagem muda é tanto maior em função do grau de precisão e clareza da mensagem que se pretende transmitir. Em um programa de ficção, um especial inspirado em uma obra literária, por exemplo, mais próximo da estética cinematográfica, o sentido livre, a polissemia é uma qualidade desejável. O mesmo, contudo, não se deve esperar de um telejornal ou de um programa educativo em que se exige o máximo de precisão e clareza na elaboração da mensagem, justamente para impedir que ela desencadeie um caos sígnico, ao se abrir a uma infinidade de alternativas de leituras e interpretações.

Há que se ter em conta ainda que a palavra, por outro lado, não restringe a produção do sentido. O verbal, dessa maneira, não serve somente como esclarecimento,

explicação da imagem. Em determinadas situações, pode inclusive ser mais rico de significações do que uma imagem.

“ A imagem televisual, como de resto, acredito, todas as demais, não se basta a si própria, não se esgota em si mesma, já que não é auto-explicável.

Se ‘ uma imagem pode valer por mil palavras’, há momentos em que, talvez, nem 10 mil imagens consigam expressar o poder polissêmico de uma única palavra.” (FRAGA ROCCO, 1991, p. 240)

O provérbio chinês- “ uma imagem vale mais do que mil palavras”- já parodiado por Fraga Rocco, incita também Armando Nogueira, com sua experiência de 25 anos só na direção de jornalismo da TV Globo, não ao jogo de palavras, mas ao protesto em tom de brincadeira:

“... ah! se esse chinês entrasse um dia na redação da televisão, ele ia ver o estrago que provocou na cabeça do telejornalista brasileiro.”
(In.: VIEIRA, 1991, p.88)

Essa deformação, segundo Nogueira, provém justamente do “falso conceito de que a televisão é imagem”. (Id.Ibid.) Em entrevista a um programa da “Globo News”, o canal de notícias da Globosat, Armando Nogueira expressou a definição que tem das funções dos códigos icônico e lingüístico na mensagem televisiva: “ Enquanto a imagem mostra, a palavra esclarece”.

Na posição de diretor de jornalismo da TV Globo por mais de 20 anos, Armando Nogueira sempre reconheceu o poder insubstituível da palavra. Uma prova desse reconhecimento é a constatação de Luís Gleiser, em meados da década de 80, baseado em sua experiência jornalística na Rede Globo, ao afirmar, em dissertação de mestrado, que

“ O telejornalismo brasileiro em geral e o JN (*Jornal Nacional*) em particular usam a base de áudio como principal, pois é ela quem amarra e diminui o impacto que as imagens, por si sós, poderiam causar. Se mais

vale de uma imagem que mil palavras, mil e uma palavras são usadas no esforço controlar e ordenar o material visual.” (GLEISER, 1985, p. 48)

Gleiser descrevia a importância da base de áudio como “ um *continuum* ordenado de significados fácil e imediatamente apreensíveis” que orientava a edição da informação visual de modo a não só evitar prejuízos à narrativa verbal como propiciar “ a sustentação visual do que está sendo dito”. (Id.Ibid., p. 48)

No início dos anos 90, o repórter Peter Arnett, da CNN, demonstrou, na cobertura da Guerra do Golfo Pérsico, a potência expressiva da palavra no telejornalismo. Conforme lembrou Lucas Mendes (MENDES, p.36), a CNN superou as limitações eletrônicas com um procedimento técnico elementar que lhe deu a dianteira na transmissão de informações sobre a guerra: uma simples linha de áudio, chamada de 4 fios. Com isso, a emissora norte-americana conseguiu prender a atenção de milhões de telespectadores em todo mundo, que passaram a dispor da voz de Arnett, pelo telefone, casada com uma fotografia fixa do jornalista, como o único testemunho ao vivo do confronto entre os Estados Unidos e o Iraque.

Arlindo Machado conta que, na época, esse recurso “ banal no telejornalismo” suscitou críticas segundo as quais, “ a televisão, ao abdicar da imagem (leia-se imagem em movimento) em suas transmissões, para dar lugar apenas a voz, ela regride ao estágio do rádio e exagera no peso dado ao discurso verbal dentro do significante”. (MACHADO, 1993). Machado considerou a crítica um equívoco justamente por ignorar que

vozes, “... o telejornal é fundamental voz, mais precisamente uma polifonia de e a imagem não consiste, via de regra, em outra coisa senão a apresentação dos corpos que suportam essas imagens. (Id. Ibid.)

Em seu comentário, Arlindo Machado alega ainda que no caso de Peter Arnett só não houve mesmo a sincronização da fala com o movimento labial (impossível em uma fotografia fixa), plenamente compreensível por se tratar de uma cobertura fora do convencional.

As circunstâncias de emissão e recepção fortalecem, portanto, a idéia de intercomplementação de sentidos e desfaz a impressão de uma hierarquia imutável, pelo menos na televisão.

código
equitativa

“... numa determinada mídia pode dominar uma hierarquia de códigos como no caso de muitos jornais impressos em que o verbal escrito domina sobre o código imagético. Mas há casos de mídia em que a hierarquia entre os códigos é sempre móvel, oscilante, dominando, num momento o verbal oral e, logo a seguir, o imagético, que cede lugar à interação do imagético e sonoro, e assim por diante, como é o caso da TV.”
(SANTAELLA, P. 27)

Conclusão

Não existe uma fórmula única para se produzir telejornalismo. Fatores de diversa natureza- horário do telejornal, características da audiência, condições de cobertura de um fato- influenciam a confecção da notícia. Entretanto, nem mesmo a evolução tecnológica na área de televisão é capaz de eliminar a forma talvez mais simples de apresentação de notícias no vídeo: o locutor lê um texto.

Isso não acontece por acaso e nem por deficiências técnicas ou limitações financeiras. Por trás de tudo, permanece como princípio a experiência de, em um dia, ouvir o telejornal sem as imagens e, no dia seguinte, ver as imagens dos fatos sem as palavras correspondentes. Não há dúvida de que o telespectador ficará muito melhor informado no primeiro do que no segundo dia. Quem não acredita nisso, que experimente.

Por isso mesmo, nos noticiários dos canais por assinatura (e em alguns telejornais das televisões abertas) talvez seja hoje tão comum deparar com uma notícia em que o repórter, tal como Arnett, tem seu relato verbal coberto por uma imagem fixa. Isso para não dizer que em informativos do GNT, a utilização de reportagens da CBN é a literal tradução do que Michel Chion chama de “ rádio ilustrada”.

Isso, na verdade, só vem comprovar que, apesar de indiscutível o fato de que o telejornalismo é primordialmente imagem, há várias maneiras de se praticar essa vocação da tevê como veículo de informação. Em todas, no entanto, nada justifica que se sacrifique uma notícia importante, porque dela não se dispõe nenhuma imagem em movimento de boa qualidade. Nada justifica também que uma imagem de impacto emocional ou estético prevaleça como critério na seleção de notícias, em detrimento do valor jornalístico. Nessa hora, como o próprio manual de telejornalismo da Globo recomenda, “ é melhor fazer um bom texto e dar, ao vivo, no locutor”, porque “Imagem só pra disfarçar, sem peso de notícia, não vale.” A palavra não morreu. Viva o verbo.

BIBLIOGRAFIA

- AVANCINI, Walter. *Estética na Televisão*. In: MACEDO, Cláudia, FALCÃO, Ângela & MENDES DE ALMEIDA, Cândido José (Orgs.). **TV ao Vivo-Depoimentos**. São Paulo, Brasiliense, 1988
- BAGGALEY, Jon P. & DUCK, Steve W. **Análises del mensaje televisivo**. Barcelona, Gustavo Gilli, 1979
- CHION, Michel. **La Audiovisión- Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido**. Barcelona, Paidós, 1993
- COUTINHO, Eduardo. *A Astúcia*. In: NOVAES, A. (Org.) **Rede Imaginária**. São Paulo, Cia. das Letras/Secretaria Municipal de Cultura, 1991
- FRAGA ROCCO, Maria Thereza. *As palavras na TV: um exercício autoritário*. In: NOVAES, A.(Org.). **Rede Imaginária**. São Paulo, Cia. das Letras/Secretaria Municipal de Cultura, 1991
- GLEISER, Luiz. **Além da Notícia- O Jornal Nacional e a Televisão Brasileira**. Dissertação de Mestrado apresentada à Coordenação de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1983
- MACHADO, Arlindo. *Telejornal em tempo de Guerra* In: **Ensaio sobre a contemporaneidade**. São Paulo, Books on Disk 1, 1993

- MACIEL, Pedro. **Jornalismo de Televisão**. Porto Alegre, Sagra DC Luzzatto, 1995
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**. São Paulo, Scipione, 1994
- MENDES, Lucas. **Conexão Manhattan**. Rio de Janeiro, Campus, 1997
- NOVAES, Adauto. *O Olhar melancólico*. In: NOVAES, A.(Org.) **Rede Imaginária**. São Paulo, Cia. das Letras/Secretaria Municipal de Cultura, 1991
- OUTSUKA, Lenita. *O gato da Ana e da Marina*. In: **Imprensa**. 110 (114:12-17), São Paulo, Março de 1997
- PATERNOSTRO, Vera Iris. **O Texto na TV- manual de telejornalismo**. São Paulo, Brasiliense, 1987
- REDE GLOBO DE TELEVISÃO. **Manual de Telejornalismo**. Rio de Janeiro, TV Globo, 1985
- SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das Mídias**. São Paulo, Razão Social, 1993
- SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**. Petrópolis, Vozes, 1976
- SQUIRRA, Sebastião. **Aprender Telejornalismo- Produção e Técnica**. São Paulo, Brasiliense, 1990
- VIEIRA, Geraldinho. **Complexo de Clark Kent- São super-homens os jornalistas**. São Paulo, Summus Editorial, 1991