

## A reportagem de televisão: o texto em hipérbole para hipersegmentos<sup>1</sup>

Cárlida EMERIM<sup>2</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

### RESUMO

Em 2010, neste mesmo GP Telejornalismo, um artigo apresentado discutia sobre o texto da reportagem de televisão e trazia as mudanças da época. Hoje, quase dez anos depois, o tema é retomado para não só apresentar as mudanças mas demonstrar que afora a tecnologia as grandes possibilidades de contar ou narrar as histórias do mundo através de notícias na televisão pouco se modificaram. Empregando um estudo comparativo a partir daquele texto, e propondo, depois, uma sistematização inicial que pode demarcar os elementos constitutivos do texto com vistas a uma primeira análise sobre os sentidos produzidos, assim como prevê a Semiótica Discursiva. Para tanto, leva em consideração a gramática de produção do jornalismo para telas (Telejornalismo) e a linguagem televisiva, articulada às noções fundamentais do jornalismo e da notícia.

### PALAVRAS-CHAVE

Telejornalismo; Reportagem; Texto televisivo; Notícia na TV; Semiótica Discursiva.

### UMA DOBRA NO TEMPO OU A QUE SE VEIO

A presente crise temporal não passa pela aceleração. A época da aceleração ficou já para trás. Aquilo que na atualidade experimentamos como aceleração é somente *um* dos sintomas da dispersão temporal. A presente crise remete para a dissincronia, que conduz a diversas alterações temporais e à parestesia. Falta ao tempo um ritmo ordenador. Daí, que perca o compasso. A dissincronia faz com que, por assim dizer, o tempo tropece. O sentimento de que a vida se acelera tem, na realidade, origem na percepção de que o tempo anda aos tropeções sem qualquer rumo. (BYUNG-CHUL, 2016, 09)

Sem dúvida é uma realidade, tempo é o conceito da modernidade. Mas não qualquer tempo, um tempo veloz e acelerado, motivado pelas mudanças incessantes. Outra premissa é a de que a sociedade vive em constante movimento; um movimento que ao mesmo tempo é veloz e entrópico, não só para dentro de si, mas, também,

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista, Mestre em Semiótica, Doutora em Processos Midiáticos, professora e pesquisadora da Graduação e Pós-graduação em Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Líder do GIPTele/UFSC/CNPq, Sub-coordenadora da Rede de Pesquisadores em Telejornalismo (Rede TELEJor), [carlida.emerim@ufsc.br](mailto:carlida.emerim@ufsc.br)

---

entorno de si, num entorno de tudo, de todos/todas e do mundo. Uma velocidade que parece não ser passível de alcance, um tempo que não se pode acompanhar pela aceleração que impele a uma busca frenética, “sempre em frente”, quase um sem saber para onde e, ainda, porque seguir, um seguir apenas. Essa percepção de aceleração do tempo abordada por Byung-Chul é a metáfora perfeita para se falar das telas de visão e as imagens por elas emitidas. Um conjunto de feixes de luz, de elétrons que se distribuem em telas fosforescentes, conduzidas por tubos ópticos agora transformados em dados numéricos e algoritmos, mas sem perder a essência eletrônica de sua natureza imagética. Assim é a televisão, ou a tela de visão, aquela que permite a distribuição de dados à distância, dados formados por sons e imagens, decodificadas em números e reproduzidos para um amplo espectro virtual.

Se em 2010 se discutia as mudanças que as tecnologias do digital e do virtual estavam promovendo no texto da reportagem televisiva (compreendida como texto telejornalístico), neste pulo do tempo, em 2019, pode-se já avaliar o que se configura como permanente neste processo de transformação atrelado, fortemente, ao desenvolvimento da internet e de suas possibilidades de divulgação e compartilhamento de conteúdos televisuais.

É para evidenciar e, ao mesmo tempo, homenagear o GP Telejornalismo da INTERCOM nestes dez anos de existência que o objetivo do presente artigo é o de atualizar a proposta de estudo publicada em 2010, no Congresso Nacional da INTERCOM, recuperando a essência dos resultados apresentados naquele *paper* e discutindo-os à luz do que ocorreu no texto da reportagem telejornalística, ao longo desses últimos dez anos, que ampliou seus usos e espaços, ultrapassando as fronteiras da emissão na caixa preta localizada na sala de casa.

Para tanto, o artigo recorre ao *método comparativo* utilizando-se de um *estudo descritivo para realizar comparações e verificar as similitudes e explicar as diferenças* (MARCONI e LAKATOS, 2010, p. 89). Tal proposta é articulada com os preceitos da Semiótica Discursiva que auxilia nesta análise comparativa ao propor o modelo de descrição (decupagem) como também para definir alguns conceitos de base que fundamentam o olhar e a compreensão sobre o fenômeno estudado: o texto telejornalístico das reportagens televisivas da contemporaneidade em diferentes telas e suportes de transmissão.

---

O artigo se divide em quatro seções: a primeira é a introdução, a segunda, a seção que fundamenta os conceitos e traz a contextualização dos resultados de 2010; a terceira que apresenta as análises com atualizações em torno dos novos elementos expressivos e, a quarta, que tece algumas considerações finais sobre as proposições estudadas.

## REVISITANDO O CONTEXTO OU O PASSADO RECENTE

A definição exata do “conceito” é tarefa tão difícil quanto necessária no estudo científico. Trata-se de uma espécie de ADN<sup>3</sup> das palavras. Uma instrução que permite ao pesquisador ter coerência em suas argumentações, qualificar o fenômeno a ser estudado e dialogar com outros investigadores dentro do mesmo contexto. (TOURINHO, 2015, p.111).

Como se apontou anteriormente, este artigo se propõe a traçar uma comparação entre os elementos constitutivos do texto telejornalístico da reportagem de televisão que vinha se transformando já em 2010 e mostrar o percurso de mudanças até a atualidade, buscando verificar semelhanças e diferenças, regularidades e divergências. Mas, para que se possa de fato realizar este objetivo, é preciso, primeiro, trazer um contexto que fundamenta estas mudanças no campo do televisual e, depois, definir os conceitos centrais do estudo.

A primeira questão que se deve enfatizar é a perspectiva da imagem, ou seja, do tipo de imagem que se consolidou e deu origem a um novo modo de exibir, de como este modelo se referendou: o **videoclipe**. Embora a história deste gênero pareça ter surgido apenas nos anos 80 e se popularizado através da emissora Music Television (MTV), o que interessa para compreender esta natureza da imagem televisual é que o **videoclipe** é uma forma de expressão audiovisual que se estrutura em cenas curtas, edição fragmentada e veloz, constituindo-se num modo ou concepção de linguagem e de estética televisual.

Esta forma expressiva ocupou diferentes espaços nas produções televisivas que, por sua vez, influenciou sobremaneira a sociedade. Em seus formatos, a evolução extraordinária que experimentou, desde o vídeo mercadológico ou vídeo promocional

---

<sup>3</sup> O autor usou o termo ADN, em português de Portugal, que significa a mesma coisa que DNA, em português do Brasil.

---

até a obra de arte experimental ou clássica, o videoclipe trouxe diferentes elementos para uma cultura audiovisual, assumida como contemporânea e jovem. Principalmente os movimentos de câmera e o ritmo em frames que influenciaram o texto das reportagens telejornalísticas que passaram a se preocupar muito em inserir elementos visuais e efeitos de edição buscando mais aproximação àquela estética visual para ser mostrada nos telejornais televisivos.

Portanto, embora pareça que a internet tenha sido a grande motivadora das mudanças ou aquela que trouxe uma nova forma de fazer televisão, já havia um movimento anterior que se preocupava em acompanhar as possibilidades inovadoras trazidas pelos sistemas imagéticos inovadores. Tal proposta potencializou o ver, a exibição de elementos estéticos, de som e de silêncio, diminuindo a exibição do fato bruto – característica marcante da essência da televisão que era o ao vivo e em tempo real – substituindo por um conjunto de procedimentos e regras estéticas que foram se sobrepondo até mesmo as informações que deveriam ser noticiadas.

Não é novo afirmar que a televisão foi o primeiro meio audiovisual que possibilitou o emprego de múltiplas linguagens, intercaladas e hibridizadas, construindo textos intersemióticos (palavras, sons, imagens) a partir da mistura de vários outros gêneros existentes. Essa característica decisiva se fez em razão de que ela se apresentava, ao mesmo tempo, com o *showing* e o *telling*, exibindo uma narrativa que *mostra, conta* as coisas do mundo de forma simultânea, superposta e, ainda, em tempo real. A televisão, quando surgiu, mostrava coisas excepcionais, exóticas, diferente da realidade do cotidiano das pessoas. A televisão, num primeiro momento, substituiu o cinema nas fantasias e sonhos de descanso e lazer virtual. Ocupado esse lugar, seu poder de estar diretamente na casa das pessoas lhe conferiu outro status, reiterado pela massificação, pela repetição, pela banalização. As coisas do mundo foram tornando-se coisas cotidianas, normais, pois ocorriam dentro da sala do espectador, proporcionando a desmistificação dos fatos e acontecimentos, ajudada pelo crescente processo de globalização econômico-social. Por isso que Jimenez afirma que:

La sociedad del espectáculo es capaz de fagocitar de inmediato cualquier manifestación por radical o extrema que resulte, y trivializarla reduciéndola a moda pasajera o a exotismo cultural. (JIMENÉZ, 1996, p. 122).

---

Muito antes da internet, o espectador não mais se contentava em ser passivo às coisas que entravam diretamente em sua casa pela telinha do vídeo, ele sempre quis participar. Esse desejo de participação mudou os rumos de produção televisiva que foi estruturando a narrativa num fazer televisivo jornalístico específico, constituindo regras e ajustes de uma estética e de uma técnica. Tais relações estabeleceram não só uma série de regras básicas (enquadramentos, iluminação, vestuários, gestualidades, verbalizações, montagens, edição, cenários, movimentos de câmera, modos de agir e de vestir, infinitos outros elementos) como também um modo de narrar. Esse modo sugeriu, durante anos, a como entender uma narrativa televisiva, pois o espectador entendia um *continuum*, na forma clássica, como uma cadeia de acontecimentos inseridos no contexto, revelando uma ordem cronológica e uma causalidade linear. Essa estrutura permitia que o telespectador entendesse a narrativa, mesmo não prestando a atenção aos mecanismos estilísticos ou estratégicos (Bordwell, 1996, p.36). Assim, é possível afirmar que a narrativa clássica que acompanhou o ato do contar humano ao longo dos tempos, em todas as suas manifestações, como a palavra, o desenho, a pintura, a fotografia e, por fim, a imagem em movimento do cinema e da televisão, seguiu o que Bordwell (1995, p.278) chama de *protótipos*. Protótipos são esquemas, de tendência central, que atuam em esquemas mais amplos, os padrões, que captam e organizam dinamicamente as informações. E foi exatamente por estes padrões ou protótipos que as mídias contemporâneas, especificamente a televisão, ensinaram como ler as imagens por elas apresentadas. Tais protótipos ou padrões são passíveis de análise exatamente porque apresentam similitudes, regularidades, diferenças e divergências, permitindo que se demarquem e descrevam seus elementos constitutivos.

E, por último, a popularização obtida pelo digital e seus processos de compressão de dados, de transformações de imagens e sons em números e algoritmos, diminuindo o tamanho e os valores dos equipamentos de captura, gravação e edição de imagens em movimento. Até então, faltava ao público um espaço de divulgação, de exibição de seus “programas” visto que para ter um canal ou espaço de visibilidade oficial nesta mídia televisiva era necessário um processo longo, penoso e de muito dinheiro. Eis que surge em 2005, o *Youtube*, uma plataforma que oferece ao público a possibilidade de um canal próprio, de graça, sem regras – tanto editoriais quanto de estética – e, mais, ofereceu, também, a possibilidade de compartilhamento: exibição e distribuição, juntando as características da televisão e do cinema num só espaço.

---

Quase concomitante surgem as redes sociais como Orkut, Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat entre outras. Muito embora a primeira iniciativa que se tem notícia tenha surgido em 1995, nos Estados Unidos e no Canadá, para conectar estudantes universitários (o Classmates), foi com as redes abertas que o fenômeno mudou o modo como às pessoas se relacionam.

De fato, a grande mudança, mesmo, ocorre no **ser humano** e em seu **poder de estar conectado ininterruptamente**, há milhares de outros seres humanos em diferentes espaços pelo mundo. É exatamente esta possibilidade que tem condicionado muitos questionamentos sobre a mídia televisão, afinal, desde a sua implantação ela não havia modificado o seu fundamento tecnológico, ou seja, o modo de assistir televisão e, conseqüentemente, de produzir e exibir esta produção. (EMERIM, BRASIL, 2014, s/p, Anais SBPJOR)

Todas estas iniciativas foram fulcrais para as mudanças no campo do televisual e, portanto, do texto telejornalístico, impactando toda a produção comercial e artística. Além de trazer à cena pessoas comuns que foram construindo um mercado diferenciado a partir de inúmeras habilidades muito específicas, estas iniciativas oportunizaram o surgimento de um tipo de audiência extramente localizada e, até mesmo, unitemática, quebrando uma hegemonia das mídias tradicionais que, até então, atuavam com a pretensão de alcance de audiência mais macro e eclética possível.

### **Dos conceitos e definições**

Algumas destas situações, ao longo dos quase dez anos entre um texto e outro, já se configuraram em conceitos operacionais e, outras, tornaram-se conceitos definidores que vem fundamentando diversas pesquisas contemporâneas. Mas antes de imergir neste âmbito, parte-se para definir os parâmetros que direcionam a compreensão aqui estudada, a começar pelo termo reportagem telejornalística.

O significado *lato* da palavra REPORTAGEM que é ação de reportar, referir, aludir, remeter e, ironicamente é, também, recuar, retroceder, voltar atrás<sup>4</sup>. Para o jornalismo, de modo geral, a definição de reportagem consiste no ato de reportar os acontecimentos (partindo das informações recuperadas pelos fatos por testemunhos) – e

---

<sup>4</sup> Acepções trazidas de autores que discutem o conceito de reportagem e notícia jornalística como Nilson Lage (2001), Clóvis Rossi (1980; 1986), Ricardo Kotscho (1986), Nelson Traquina (2005) e Muniz Sodré (2009).

---

empreendendo uma forma narrativa de acordo com cada veículo, para transformar em notícia.

Para o telejornalismo, uma reportagem telejornalística é *o resultado final de uma série de etapas da produção jornalística na televisão: pauta, apuração, produção (gravação e edição), exibição/apresentação, chamada também de matéria* (EMERIM, 2010, Anais Intercom, s/p<sup>5</sup>). Nas regras deste campo, especificamente nos protótipos, não só a reportagem precisa seguir um roteiro para a construção da sua narrativa sobre os fatos como também quem as reporta ou apresenta. Isso significa dizer que no jornalismo para telas as *regras do fazer* são intimamente ligadas às *regras do ser*.

O telejornalismo possui padrões mais rígidos de comportamento se comparado com outras áreas de produção televisiva, isto porque, em princípio, ele se propõe a tratar a realidade e, dessa forma, influenciar diretamente na vida das pessoas. Por isso, no telejornalismo, a roupa, a gestualidade, o tom de voz e as expressões faciais são parte da reportagem, contam narrativas tanto quanto as notícias. E tudo isso reflete no produto final do texto da notícia, ou seja, na reportagem. (EMERIM, 2010, Anais Intercom, s/p).

Se o que se diz e o como se diz são tão importantes nesta processualidade, é evidente que há interferências também de outros aspectos como a tecnologia, as gramáticas técnicas de produção e o contexto específico. O espaço que permite a análise destes componentes é o texto, assim como o entende a Semiótica Discursiva, o lugar de manifestação do discurso ou espaço de materialidade dos sentidos. Um elemento fundante do discurso, que visa comunicar através de um processo de enunciação configurado de significações e sentidos.

O vocábulo *texto* é então tomado para designar cada conjunto de elementos e procedimentos de uma construção estruturada e estruturante a ser examinada. Seja qual for o sistema ao qual pertença, a imagem visual, bi ou tridimensional, sonora, ou híbrida em análise será sempre um texto, perceptível porque manifesto aos sentidos, e legível por gerar significados. (RAMALHO E OLIVEIRA, 2016, p.58)

Aplicando esta noção à concepção televisiva, o **texto televisivo** seria o material ou a superfície pela qual a comunicação televisiva se estrutura para comunicar através de um discurso televisual (áudio e vídeo) que apresenta *diversas linguagens que o*

---

<sup>5</sup> Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0879-1.pdf>.

---

*conformam como um texto complexo e híbrido da contemporaneidade, com múltiplas interfaces* (EMERIM: 2000). É no texto telejornalístico, portanto, que se podem analisar as mudanças e permanências que se quer evidenciar, partindo dos elementos constitutivos. Portanto, ao descrever os elementos constitutivos do texto da reportagem telejornalística é possível compreender o funcionamento de cada um deles e de todos em relação recíproca ou analisar o que a estrutura narrativa diz e como faz para dizer o que diz. São elementos constitutivos, a partir das proposições de Ramalho e Oliveira (2009), aquelas unidades que compõem a estrutura básica da imagem visual, aqui assumida pela sua concepção mais ampla, permitindo a decodificação de seu todo, das minúcias e as relações, articulações ou regras de combinações que estabelecem entre si e com os outros elementos ao seu entorno, ou seja, os procedimentos relacionais (p.49 e 50).

Porém, é necessário esclarecer que se assume a noção de que o material televisual, em essência, é audiovisual (áudio e vídeo), porém, do ponto de vista do jornalismo e seu campo de especificidade, **todo e qualquer material audiovisual que se pautar pelos preceitos do jornalismo trata-se de telejornalismo**, mais especificamente, **material telejornalístico**. Isso porque há também uma concepção de que telejornalismo é o jornalismo produzido **por e para** as telas (EMERIM, FINGER, CAVENAGHI, 2015; 2016) e, por isso, o artigo assume o termo *texto telejornalístico por aquele produzido com os elementos constitutivos da linguagem e natureza da imagem em movimento, audiovisual, que pode ser exibido em diferentes plataformas (Facebook, Youtube, Instagram, etc)*. Tais definições permitem avançar neste recorte temporal que marca os quase dez anos de estudos sobre o tema centralizados no Grupo de Pesquisa Telejornalismo da INTERCOM<sup>6</sup>.

Outras definições importantes a este trabalho são os conceitos de **hipérbole** e de **hipersegmento**. O termo hipóbole vem sendo utilizado pelo campo da estética, das artes e dos estudos culturais para definir o que é exagerado ao extremo, o que se constitui num exagero de significação. Partindo dessa premissa, analisando os objetos da contemporaneidade, fundamentalmente do campo do televisual, é muito fácil perceber, até mesmo num olhar mais superficial, que esta é uma característica presente na maioria dos objetos imagéticos audiovisuais. Um traço que se fortaleceu e

---

<sup>6</sup> Estudos estes que também se fortalecem a partir das pesquisas e discussões desenvolvidas no Grupo Interinstitucional de Pesquisa em Telejornalismo (GIPTele/UFSC/CNPq) e das pesquisas em rede sistematizadas e realizadas pela Rede de Pesquisadores em Telejornalismo (Rede TELEJor).



potencializou, a partir da progressão crescente do uso dos recursos de softwares de edição e do acesso aos meios de captura e produção de imagens, cada vez mais capacitados e desmistificados. Se por um lado, também na cultura audiovisual “menos é mais”, uma máxima que acompanhou o amadurecimento das produções telejornalísticas entre os anos 80 e 90, a primeira década dos anos 2000 tem demonstrado que a hipérbole ou texto televisual hiperbólico tem se configurado como o texto desta época. Uma época acirrada pelo retrocesso, pela recorrência a um passado idílico e aos primórdios dos fazeres audiovisuais/televisuais. Um exemplo claro foi o surgimento do YouTube, no auge da produção digital, com edição não linear, em equipamentos compactos e acessíveis e cujos canais que foram surgindo retomaram uma prática da oralidade e a escassez de imagens, de cenários restritos e recursos grotescos<sup>7</sup> de edição como cortes secos. Características dos primeiros anos da televisão aberta convencional, que sem recursos de edição e de gravação (pois era ao vivo) se utilizava de figuras, cartazes, claquês, entre outros elementos gráficos para representar imagens que não podia capturar ou exibir. Os famosos bonequinhos recortados, os cartões que indicam a troca de assunto e os cenários em mesas de frente para a câmera, eram as possibilidades diante de equipamento gigantes, sem mobilidade e que só permitiam a edição direta, através de mesas de corte entre uma câmera e outra. Estas características estéticas visuais bem como as falas conversadas dos apresentadores se utilizando de muita conversação e de imagens centradas neles mesmos, são exemplos de hipérbolos narrativas que contaminaram toda a produção televisiva advinda do YouTube e que se reproduziram para as redes sociais e invadiram as redações profissionais em televisão comercial. Outro termo extremamente importante a este trabalho é a noção de **hipersegmento**. Antes de explicar o que é hipersegmento, aplicado ao telejornalismo ou jornalismo para telas é preciso definir o que entende por telejornalismo ou televisão segmentada. Para tanto, recorre-se a proposição já apresentada anteriormente:

Ao articular estas propostas teóricas, pode-se propor, para o campo do telejornalismo um conceito operacional de **segmentação televisiva** como *o conjunto de operações discursivas* que evidencia as *unidades próprias* constituintes de um produto permitindo o *reconhecimento de suas partes e categorias internas* e, conseqüentemente, a definição de suas funções em cada nível da linguagem televisiva. (EMERIM; BRASIL, 2013, s/p, Anais SBPJOR).

<sup>7</sup> A palavra grotesco, aqui empregada, não traz o sentido de disforme ou de extravagante, mas de estúpido, abrupto, algo rápido e curto, sem suavidade.

Tal discussão surge na partir do momento que a definição mais comum para televisão segmentada era exemplificar por programação das emissoras ou canais a cabo (fechadas ou por assinatura) que exibiam programações menos generalistas que as emissoras em canais abertos. Depois, também, que o próprio desenvolvimento da internet propiciou o acesso selecionado do público que podia escolher ver somente aquilo que lhe interessava e, cada vez mais, como se pode verificar, as escolhas estão excluindo o que não interessa, caracterizando “uma entropia cada vez mais umbilical”, desenvolvendo um tipo e audiência hipersegmentada e, por consequência, produções televisuais e telejornalísticas nesta tendência de **hipersegmentação**<sup>8</sup>. Se por um lado pode-se abrir às possibilidades libertárias que **telejornais hipersegmentados** oportunizam na realização de produções coletivas e colaborativas, de outro, há que se perceber o que pode se constituir como uma “super expectativa ou ilusão extra positiva” deste percurso cuja tendência é a de produzir **hipérbole de hipersegmentação**. Ou seja, ações e produtos exagerados que ao invés de colaborar e produzir coletivamente podem resultar num **hiperindividualismo** e num processo de isolamento, quase como encerrando-se em si mesmo, num eu-mídia que vejo e produzo somente o que eu quero, desejo, acredito, entendo (EMERIM; BRASIL, 2013, s/p, Anais SBPJOR).

Diante do exposto, cabe, a seguir, trazer os principais pontos a serem analisados e comparados, como se prometeu no início do trabalho.

## **PRINCIPAIS CONCEPÇÕES NO TEXTO TELEJORNALÍSTICO DA REPORTAGEM EM 2010**

Para pensar o texto telejornalístico em qualquer tempo, é importante entender e respeitar a força da imagem na televisão, uma força inerente a informação visual, por isso que a reportagem precisa construir uma estrutura narrativa que priorize a informação e que esta seja compreendida pelo maior número “possível de pessoas diferentes”. Noção que está intimamente ligada a função social do telejornalismo que é a de tornar pública as informações a um maior número de pessoas e é neste aspecto que há uma relação direta com a regra de isenção:

---

<sup>8</sup> Trechos inspirados no artigo publicado em 2013, disponível nos Anais da SBPJOR, referenciado ao final do presente *paper*.

---

A isenção no telejornalismo está ligada a noção de abrangência e de credibilidade, pois a opinião condiciona a ocupar um lado dos fatos o que já comprometeria a prerrogativa televisiva de alcançar um público mais amplo. Assim, isenção também está condicionada a credibilidade, pois, se os fatos são mostrados sem direcionamento e opinião parecem mais “críveis” aos olhos dos telespectadores. E, para que os telejornais pudessem responder a estas premissas, as reportagens deveriam obedecer a algumas regras. (EMERIM, 2010, s/p, Anais INTERCOM).

Recuperando, então, as premissas apresentadas no artigo de 2010, é preciso enfatizar que, para contar um acontecimento, o jornalista de televisão organiza a narrativa de forma a condensar um longo período de duração e vários desdobramentos, em apenas 1’20” (um minuto e 20 segundos) ou 1’30” (um minutos e 30 segundos), tempos de praxe. Esta narrativa precisa considerar: a) “**casar**” o **texto com a imagem**; b) a fala que narra que deve ser **entendida de primeira**; c) o tom coloquial, de conversa; d) o respeito pelo entrevistado mantendo o distanciamento que lhe permite reiterar o lugar de fala do telejornalista como alguém de e com credibilidade para reportar. Entre as questões abordadas naquela época, também apareceram: a) **reportagens que quebravam a regra da isenção** com a emissão de opiniões, juízos de valor, o tratamento de entrevistados com intimidade e uma exagerada naturalização da fala coloquial, proferindo gírias, erros de português e de concordância gramatical. Ao invés de informações, proliferam falas de compadres, sem opinião divergente e sem informação efetiva; b) **reportagens que quebravam o contrato comunicativo do gênero telejornal ou telejornalístico** ao utilizarem-se de tom humorístico, rimado, dramatizado entre outros ao contrário da promessa de *seriedade* considerando que os temas tratados são importantes e foram selecionados por vários critérios de noticiabilidade em prol do interesse comum, com shows de tecnologia a partir de versões e prospecções sobre os fatos; c) **reportagens que quebravam a regra de mediação do repórter televisivo e o transformaram em celebridade** tornando ele próprio o protagonista dos fatos recobertos ao invés dos seres sociais que testemunharam ou participaram do fato, quase dispensando as entrevistas das testemunhas, tornando-se eles mesmos, os testemunhos, os próprios auto-entrevistados, emitindo opiniões e ocupando cada vez mais diversos espaços em diferentes programas da mesma emissora; d) na mesma linha da **celebritização dos repórteres** no interior da estrutura narrativa da reportagem, não raro inserem-se reclamações sobre o fato de não

terem sido respondidos, recebidos, respaldados ou privilegiados: deixam claro seu poder e, por vezes, de forma discursiva, ameaçam quem não os atendeu; “avisam” sobre as consequências da opção de não responder a interpelação da mídia; e) **reportagens que desrespeitavam as regras gramaticais que conformam a narrativa da notícia na tevê** ao utilizarem-se de frases mais longas, com muitas interjeições, muita explicação e redundância na ênfase de marcar um local que se esta ou que se foi impedido de entrar, resultando numa ocupação maior de espaço mas sem que este tempo e espaço sejam preenchidos com informações ou mesmo informações novas ou atualizações, são repetidas exaustivamente informações já emitidas em prol de manter-se ao vivo ou **chamar a atenção e ocupar espaço** mais do que informar ou atualizar a informação. Essa digressão em torno do artigo de 2010 foi necessária para se demonstrar, de forma mais pontuada, os aspectos que se quer enfatizar neste percurso, dividindo em itens que são norteadores no período recortado.

## **PARA PENSAR PROBLEMAS E PROPOR SOLUÇÕES**

Como se pode perceber, de 2010 para cá, as características acima apontadas apenas hiperbolizaram, ou seja, vive-se na contemporaneidade o excesso destas marcas expressivas, o exagero de significação de sentidos. As telas contemporâneas, capitaneadas pelas imagens televisivas distribuídas em diferentes plataformas e suportes, potencializadas pelas facilidades e possibilidades trazidas pela internet e sua rede de compartilhamentos e distribuição de conteúdo, ganhou um poder inigualável de transmutação. Uma transmutação que se fortaleceu e configurou como pertencimento do cotidiano dos seres sociais, de companhia de qualquer hora e de qualquer lugar. Tornou-se quase impossível viver, conviver ou sobreviver sem usufruir dessas telas em multiplataformas, de diferentes tamanhos, emissoras de conteúdos audiovisuais/televisuais/telejornalísticos que protagonizam uma unipresença dominante no cotidiano dos indivíduos:

Hoy vivimos en el mundo imaginario de la pantalla, del interface y la reduplicación de las contiguidad y las redes. Todas nuestras máquinas son pantallas. También nosotros nos hemos convertido en pantallas y

---

la interactividad de los hombres se há convertido en la interactividad de las pantallas. (JIMENEZ, 1996, p. 123)<sup>9</sup>

Assim, considerando que não é nova essa discussão sobre o show e o espetáculo no telejornalismo, no período em estudo (2010 até 2019), estas condições se tornaram demasiadamente excessivas no interior das narrativas produzidas pelas reportagens telejornalísticas. E, quanto mais se fazia presente essa interferência das condições tecnológicas trazidas pela internet e suas facilidades de produção, distribuição e compartilhamento de conteúdos na sociedade e no mercado de jornalismo de televisão, mais a estrutura narrativa das reportagens telejornalísticas foram perdendo sua força. Trata-se de tentativas de enfrentar a concorrência de YouTube e redes sociais sem utilizar o que é e sempre foi o diferencial da televisão ou dos materiais televisuais: a narrativa da imagem em movimento e a sua natureza de videoclipe. Porém, embora a narrativa do videoclipe seja um elemento de fundo do televisual desde os anos 90, os elementos constitutivos deste formato ainda não encontraram sua função no texto telejornalístico das reportagens, pois, ao se observar com mais vagar, o ponto de equilíbrio entre o *showing* e o *telling* é o que potencializaria a informação telejornalística, mas, ao invés disso, o *showing* tem ganhado cada vez mais espaço. Porém, o *showing* que privilegia o indivíduo, a fala de um ser sozinho se comunicando com um público que se isola neste hipersegmento, com comportamento tão volátil quanto às opções múltiplas que ele tem de mudar, a cada instante, conectando a outros e muitos outros, sem paradeiro nem interesse “mapeável”.

Há também um *telling* hiperbólico, uma exacerbação da oralidade, que não deixa também de ser um *showing* do *telling*, entendendo o *showing* como espetáculo, não apenas como a ação de mostrar. Significa dizer que num espaço eminentemente imagético a *conversação individual* tem alcançado um “hiper, ou grande espaço”, ocupando mais de 70 por cento do espaço antes destinado as imagens em movimento narradas em equilíbrio de sentido. Não obstante seja a oralidade uma característica da televisão aberta, ou da narrativa estruturante das produções televisivas, nestes quase dez anos essa oralidade tem extrapolado suas dimensões e, como consequência, vai trazendo a figura do excesso para a proximidade entre o repórter e a fonte, entre a fala coloquial e

---

<sup>9</sup> “Hoje vivemos num mundo imaginário das telas, da interface, da reduplicação da contiguidade nas redes. Todas as nossas máquinas são telas. Também nós estamos transformados em telas e a interatividade entre os homens está resumida a interatividade entre telas”.

---

a linguagem de grupos específicos (guetos), entre os fatos da mídia e os que ocorrem na sociedade, entre a tecnologia com os recursos de edição e a informação, entre a função social da mídia nas sociedades democráticas e os interesses da empresa de mídia na política e na economia. Há muito mais relações que podem aqui ser exemplificadas, mas este excesso, esta relação hiperbólica que tem o objetivo de enfrentar a concorrência com o YouTube e as redes sociais resulta, na verdade, no esgotamento do modelo, tendo em vista que se perde o que há de mais essencial, a informação e se potencializa as narrativas do eu, proporcionando a celebritização dos repórteres e a personificação das falas individuais, excluindo ou diminuindo, cada vez mais, os espaços do coletivo.

Como propalava Rossi (1986) o jornalismo teria uma missão diária em “conquistar corações e mentes”, mantendo a atenção e buscando fiscalizar a sociedade e as instituições para alertar (e lutar<sup>10</sup>) contra o estabelecimento do autoritarismo, da prepotência, do arbítrio, em prol do fortalecimento da democracia e da justiça social. Assim, o texto telejornalístico das reportagens, que se pauta pelos preceitos do jornalismo e tenha o objetivo de servir a estes propósitos precisa, antes de tudo, se apropriar dos elementos diferenciadores da narrativa telejornalística, das potencialidades do formato videoclipe, da coragem e ousadia para inovar sem, contudo, perder a noção sobre quais elementos constitutivos devem-se investir para potencializar a atuação profissional do telejornalismo e valorizar as narrativas telejornalísticas. Deve-se considerar, também, o processo de seleção dos fatos a serem narrados que devem recorrer a temas de interesse primordial para o social, que contribuam para fortalecer as bases da igualdade e do respeito, recuperando a importância do texto telejornalístico das reportagens para reportar ou narrar os fatos para o público, promovendo à diversidade de falas, o debate das ideias, a pluralidade de vozes. O potencial da reportagem telejornalística está na capacidade de promover a empatia direta com o que é narrado. A empatia é, quase sempre, estabelecida pelo reconhecimento do coletivo, muito raramente pelo indivíduo. Uma proposta é a de entender e usufruir da técnica, da conexão e da rede de convergência para uma comunicação digital que não destrua o público em prol de um “individualismo narcisista”, mas sim, para uma coletividade democrática e plural, de fato. E o texto da reportagem telejornalística, com o potencial de multiplicação em diferentes telas e plataformas, cada vez mais visualizada em *smartphones*, é uma importante estratégia para seguir nesse caminho.

---

<sup>10</sup> Inserção da autora deste artigo.

---

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Danielle Barbosa Lins de (org.). **Novas perspectivas em análise visual do texto ao contexto**. Campinas (SP): Mercado de Letras, 2016.
- BORDWELL, David. **El significado del filme**. Barcelona: Paidós, 1996.
- \_\_\_\_\_. **La narración en el cine de ficción**. Barcelona: Paidós, 1985.
- BYUNG-CHUL, Han. **O aroma do tempo – um ensaio filosófico sobre a arte da demora**. Lisboa (PT): Relógio D'Água, 2016.
- CALABRESE, Omar. **A idade neobarroca**. Lisboa, PT: Edições 70, 1987.
- \_\_\_\_\_. **Los juegos de la imagen**. Bogotá: Instituto Italiano de Cultura, 1995.
- EMERIM, Cárlica. *Semiótica discursiva: aplicações na pesquisa em Jornalismo*. In: SCÓZ, Murilo; VANDRESSEN, Monique; RAMALHO e OLIVEIRA, Sandra (orgs.). **Proposições Interativas – modos de produzir sentidos**. Florianópolis (SC): UDESC, 2016.
- FABBRI, Paolo. **El giro semiótico**. Barcelona, Espanha: Editorial Gedisa, 1999.
- GREIMAS, A. J. & COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979.
- HOLZBACH, Ariane Diniz. **A invenção do videoclipe – a história por trás da consolidação de um gênero audiovisual**. Curitiba (PR): Appris, 2016.
- JIMENÉZ, Juan Carlos Pérez. **Imago mundi - la cultura audiovisual**. Madrid: Fundesco, 1996.
- KOTSCHO, Ricardo. **Prática da reportagem**. São Paulo: Ática, 1986.
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo (SP): Editora Atlas, 2010.
- RAMALHO e OLIVEIRA, Sandra. **Imagem também se lê**. São Paulo: Rosari, 2009.
- ROSSI, Clóvis. **O que é Jornalismo**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1980.
- \_\_\_\_\_. **Vale a pena ser jornalista?**. São Paulo: Ed. Moderna, 1986.
- SANTAELLA, Lúcia (org.). **Novas formas do audiovisual**. São Paulo(SP): Estação das Letras e Cores, 2016.
- SODRÉ, Muniz. **A narrativa do fato**. Petrópolis: Vozes, 2009.
- TOURINHO, Carlos. **Uma porta nova para a televisão – telejornalismo interativo entre a promessa e a realidade**. Lisboa (PT): Chiado Editora, 2015.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.
- VERÓN, Eliseo. **La semiosis social**. Barcelona: Gedisa, 1996.
- YORKE, Ivor. **Telejornalismo**. São Paulo: Roca, 2006.
- Referências obtidas na web**
- EMERIM, Cárlica. *O texto na reportagem de tevê*. In: Anais da INTERCOM, 2010, disponível em [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/lista\\_area\\_DT1-TE.htm](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/lista_area_DT1-TE.htm), acessado em 15 de Junho de 2019.
- EMERIM, Cárlica; BRASIL, Antônio. *Telejornalismo e Audiência: questões de pesquisa*. In: Anais da SBPJOR, 2014, disponível em <http://soac.unb.br/index.php/ENPJOR/XIENPJOR/schedConf/presentations>, acessado em 12 de Junho de 2019.
- \_\_\_\_\_. *Hipersegmentação: pensando o conceito de telejornal na convergência*. In: Anais da SBPJOR, 2013, disponível em <http://soac.unb.br/index.php/ENPJOR/XIENPJOR/schedConf/presentations>, acessado em 12 de Junho de 2019.