

O texto de TV e o novo jornalismo literário

Paulo Eduardo Silva Lins Cajazeira*

Resumo

Nesta pesquisa, trata-se de compreender a construção do enunciado no telejornal pelos sujeitos envolvidos na mediação: enunciatador/narrador e enunciatário/público, por meio da Teoria Semiótica – Semiótica Discursiva –, baseada, metodologicamente, nos principais autores que tratam do tema no tocante às informações relativas ao poder das mídias, bem como da relação entre mídia e público. A relevância do trabalho de pesquisa consiste em analisar os papéis assumidos pelo destinatador e o destinatário na construção dos enunciados no telejornal para compreender a visibilidade dos cidadãos relatados em textos de reportagens em TV, com as características do chamado “Novo Jornalismo” ou “Jornalismo Literário”. Uma forma de aprofundar-se no perfil de pessoas anônimas ou não e permitir que elas se identifiquem com o público/destinatário. O processo criativo que desenvolve esse tipo de narrativa trata das peculiaridades dos personagens, suas singularidades, uma forma de humanizar o texto ao retratar o fato jornalístico e torná-lo de fácil leitura do público.

Palavras-chave: *Telejornalismo. Jornalismo literário. Visibilidade.*

* Doutorando em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Mestre em Comunicação e Linguagens pela UTP-PR. Graduado em Comunicação Social, Jornalismo, pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR). Membro do Grupo de Pesquisas em Mídia e Educação da Universidade Federal do Paraná (UFP). Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará (UFC).

Introdução

Este artigo científico foi desenvolvido durante o ano acadêmico de 2008/2009, no curso de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob a orientação da Prof^a. Dra. Lucrecia D. Ferrara. Pretendeu-se compreender a visibilidade dos cidadãos relatados em textos de reportagens em TV, com as características do chamado Novo Jornalismo ou Jornalismo Literário, tendo em vista uma forma de apreender o perfil de pessoas anônimas ou não e sua identificação com o público destinatário. O processo criativo que desenvolve esse tipo de narrativa interessa-se pelas peculiaridades dos personagens, suas singularidades, uma forma de humanizar o texto ao retratar o fato jornalístico e torná-lo de fácil leitura do público.

Esse Novo Jornalismo surgiu na imprensa dos Estados Unidos na década de 1960 e teve como principais expoentes os escritores Tom Wolfe, Gay Talese, Norman Mailer e Truman Capote. Classificado inicialmente como romance de não ficção, sua principal característica é misturar a narrativa jornalística com a literária. Uma das publicações que popularizaram o novo estilo de fazer jornalismo foi a revista norte-americana *The New Yorker*. O escritor americano Truman Capote, que ficou célebre com a obra *A sangue frio*, que relata a história do assassinato de uma família no interior dos Estados Unidos, publicou também o perfil do ator Marlon Brando, intitulado *O duque em seus domínios*, citado como o primeiro texto do gênero, um híbrido de jornalismo/literatura.

Conforme Talese (2004, p. 9),

o novo jornalismo, embora possa ser lido como ficção, não é ficção. É, ou deveria ser, tão verídico, como a mais exata das reportagens, buscando uma verdade mais ampla que a possível através da mera compilação de fatos comprováveis, o uso de citações e a adesão ao rígido estilo mais antigo. O novo jornalismo permite, na verdade exige, uma abordagem mais imaginativa da reportagem e consente que o escritor se intrometa na narrativa se o desejar, conforme acontece com frequência, ou que assuma o papel de observador imparcial, como fazem outros, eu inclusive.

No telejornalismo, o repórter fornece ao cidadão a possibilidade de fuga do anonimato, recurso que se tornou célebre na forma de narrar os fatos estabelecidos inicialmente pelo chamado Novo Jornalismo. Na narrativa audiovisual, o telespectador se envolve, junto com o enunciador/narrador e o enunciatário/público, numa co-participação do objeto

não ficcional permeado de efeitos de sentido que garantem a melhor compreensão da realidade da história.

O escritor norte-americano Talese (2004, p. 9) relata que quando escrevia para a revista *Esquire*, em 1960, chegou a realizar uma série de reportagens em que revelava ao público/leitor o cotidiano de pessoas anônimas de Nova York, relatadas com base em fatos e acontecimentos privados, estranhos e bizarros, porém determinantes para o início de uma nova forma de contar uma história de não ficção com características literárias.

É um modo diferente de narrar a vida de desconhecidos e apresentá-la ao grande público, permitindo, assim, uma abordagem mais criativa do fazer reportagens. O autor procurou romper com o antigo jornalismo até então realizado, na década de 1950, nos Estados Unidos, que a seu ver parecia frio e distante do leitor. Nesse novo modo de narrar, entretanto, o repórter/enunciador colocava-se no papel de observador neutro, quase um documentarista que deixava o objeto documentado falar por si só. Diante disso, o autor procurou seguir os personagens das reportagens de forma exploratória, observando-os em situações reveladoras, atendo para suas reações e para as reações dos outros diante deles:

Tento apresentar a cena em sua inteireza, o diálogo e o clima, a tensão, o drama, o conflito, e então em geral a escrevo do ponto de vista da pessoa retratada, às vezes revelando o que esses indivíduos pensam durante os momentos que descrevo. Esse tipo de insight depende, naturalmente, da cooperação total da pessoa sobre a qual se escreve, mas se o escritor goza de confiança, é possível, por meio de entrevistas, fazendo as perguntas certas nas horas certas, aprender e reportar o que se passa na mente das outras pessoas. (TALESE, 2004, p. 10)

Num comparativo com a construção do texto da reportagem em TV, a técnica do Novo Jornalismo mostra-se presente quando o repórter empresta ao cidadão/público não apenas o espaço no noticiário, numa relação metalinguística, e uma possibilidade de aceitação quanto à mediação da emissora de televisão, mas a possibilidade de o personagem contar um fato do seu ponto de vista dos acontecimentos. Assim, agrega-se uma situação fiduciária ao discurso do enunciador que empresta visibilidade, mas exige participação na construção da realidade com a utilização das técnicas jornalísticas de visualização do enunciado.

A apresentação dos acontecimentos do cotidiano dos cidadãos anônimos não traz certamente a realidade bruta, mas, antes, imagens cujo

real é da ordem do efeito, isto é, depende da legitimação por parte do espectador do reenvio, por meio da audiência ao destinador. Para que isso ocorra, entretanto, é necessário analisar a como são estruturadas as notícias, que serão veiculadas por meio de reportagens, na enunciação do telejornal.

Um texto de telejornalismo se constrói seguindo um roteiro que inclui *offs* (textos narrados em imagens pelo repórter ou apresentador), passagens (quando o repórter se dirige à câmera e fala) e sonoras (as falas dos entrevistados nas entrevistas). Tudo isso numa narrativa continuada, cujo drama é o fio condutor sobre algo desconhecido até então pelo enunciatário do telejornal, mas passível de desenvolver determinada identificação diante da verossimilhança nos temas abordados num noticiário e a utilização de expressões de proximidade tais como: *aqui e agora* na intenção mimética de trazer a realidade dos fatos aos telespectadores com a narração de um texto audiovisual que prioriza pelos dramas sociais.

De acordo com a professora Coutinho (2003), a dramaturgia não ficcional na TV gera um conflito narrativo que ressalta histórias cujos personagens anônimos ganham visibilidade ao exporem suas versões da própria realidade aos repórteres. A partir dessas conclusões, surgem outras questões para análise entre as proximidades do texto literário com o texto da reportagem em TV.

Um dos pontos seria entender como se dá a condição essencial para a produção do sentido de presença entre os sujeitos envolvidos no ato comunicativo, assim como entre estes e o objeto da comunicação (o acontecimento, o fato referencial). No entanto, é necessário, antes, identificar as categorias instauradas em qualquer processo discursivo: pessoa, espaço e tempo, pois todo ato de enunciação pressupõe um sujeito e é em torno dele que o tempo e o espaço se organizam. Se um *eu* é a fonte da enunciação, o espaço no qual este enuncia é o *aqui* e o tempo, o *agora*. A enunciação é, portanto, o lugar de um *eu*, de um *aqui* e de um *agora*, por meio dos quais se definem, por projeção, as mesmas categorias no enunciado. É possível, desse modo, estabelecer relações entre enunciado e enunciação com base em cada uma das categorias constitutiva do discurso. (FECHINE, 2008, p. 110)

Segundo Fechine (2008, p. 110-111),

toda enunciação pressupõe um eu (quem fala), denominado enunciador, e um tu (para quem o eu fala), denominado enunciatário. Estes actantes da enunciação podem, no entanto, ser

projetados (instalados) ou não no enunciado. Na primeira situação, instaura-se no enunciado um *eu* que diz *eu*, determinando a construção de um narrado. Quando este reconhece a existência de um tu (alguém a quem o eu diz tu), instala-se um narratário. O ocultamento dos sujeitos enunciatador e enunciatário produz um efeito de objetividade, como se o discurso fosse sem origem (uma história contada por ‘ninguém’ e para ninguém). A projeção desse eu no enunciado produz, ao contrário, um efeito de subjetividade próprio das narrativas em primeira pessoa. Já o tempo do enunciado define-se por relações de concomitância ou não concomitância com o tempo da enunciação.

Dessa forma, haveria uma relação de anterioridade ou posterioridade em relação ao agora da enunciação. O espaço do enunciado, por sua vez, pode ser pensado com base na relação de exterioridade ou não exterioridade em relação ao espaço da enunciação. A televisão não seria apenas um instrumento de registro do enunciado, mas uma máquina de criar realidades deslocadas do espaço público, que se transformariam em histórias de um enredo literário não ficcional. “Caminha-se cada vez mais rumo a universos em que o mundo social é descrito-prescrito pela televisão. A televisão se torna árbitro do acesso à existência social e política.” (BOURDIEU, 1997, p. 29)

Com a consolidação da televisão como importante meio de comunicação de massa, a sociedade passou a entender o mundo por meio das telas. Os fatos reais passaram a ter novo espaço-tempo sustentado pelo fluxo das imagens televisivas, que, por sua vez, contextualizam uma nova realidade social. Mediante a renovação diária da percepção do mundo, esse artifício de simulação do real desenvolveu novas formas de representação social.

Desse modo, os indivíduos passaram a se ver por intermédio da mídia e a reconhecer, no anônimo, alguém conhecido e que possua características similares à sua própria realidade. Um processo que Sodré (2008, p. 21) denomina “telerrealização” do social e que está presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação. Na verdade, uma concretização das aspirações de visibilidade e fuga do anonimato dos sujeitos reinseridos pela mídia na esfera pública.

Assim, o telejornal apresenta ao público de telespectadores um espaço interpretativo, cujos códigos se propuseram a representar o real; um espaço-tempo mitificado e materializado pelos simulacros – representação, na qual uma coisa está no lugar de outra. A visibilidade dos

sujeitos concretiza-se como uma experiência midiática em relatar fatos de esferas privadas em ambientes midiáticos públicos.

Portanto, a televisão não é mera tecnologia de mimese, pois não reproduz o real, mas um hiper-real. Tudo isso contribui para a criação de uma nova forma de narrar a vida social, que implica em outra dimensão da realidade, portanto formas novas de entender o real (SODRÉ, 2008, p. 16). A televisão se dispõe como uma influente via de acesso e constituição de culturas, concebendo o modo pelo qual nos relacionamos e identificamos.

Essa narrativa provoca nos sujeitos telespectadores uma sensação de imersão na realidade do outro, já que as imagens simuladas se confundem, no imaginário social, com a realidade vivida. Assim, “tem-se a impressão de se estar perante *remakes* perfeitos, montagens extraordinárias que revelam mais de uma cultura combinatória (ou mosaico no sentido macluhanesco), a grande máquina de foto, quino, histórica-síntese, etc,” (BAUDRILLARD, 1991, p. 62)

Outro fato a ser considerado é o papel do narrador/repórter, que cria um acordo simbólico de projeção, estabelecendo ao mesmo tempo uma espécie de convenção pelo qual se organiza o real. É, portanto, um mediador na redefinição das fronteiras entre a realidade do personagem e aquela da reportagem. Logo, por meio do mecanismo audiovisual, as reportagens com características do Novo Jornalismo moldam as manifestações dos personagens a um estilo subjetivo, dando-lhe determinados sentidos e valores, gerando simulacros perfeitamente absorvidos pela sociedade.

O fator subjetivo desse processo é resultado da ação dependente entre os atores enunciativos (personagens das reportagens e repórteres) e o enunciado (fato jornalístico). Mediante a condensação do imaginário social, os simulacros materializam e constituem um novo mundo na esfera midiática. Dessa maneira, cada reportagem exibida na televisão deixa de ser mero produto pelo qual a sociedade se identifica para tornar-se um produto audiovisual de entretenimento, com as características do jornalismo literário.

Para Althusser (1985, p. 85), essa representação feita pelo enunciativo em relação à realidade do enunciatário é uma estrutura que garante, ao mesmo tempo, o reconhecimento mútuo entre os sujeitos e o sujeito, e entre os próprios sujeitos, e finalmente o reconhecimento de cada sujeito por si mesmo. Isso torna a visibilidade das narrativas construídas pelos enunciadores e intermediadas pela televisão um simulacro de um Novo Jornalismo com características mercadológicas de audiência, a partir do conteúdo expresso nos discursos.

Considerando que a comunicação não é apenas fazer conhecer, mas, principalmente, tentar persuadir o enunciatário ao aceitar os valores contidos no texto, fica implícito no processo comunicativo a existência de um jogo de manipulação que procura levar o enunciatário a querer estar em conjunção com o objeto-valor, no caso, a visibilidade proposta pelo telejornal. Uma valorização do discurso dos sujeitos com o objetivo de rediscuti-los numa esfera pública midiática. A demonstração de interesse no querer-ver do público faz com que este deixe se manipular pela TV. Dessa forma, a audiência se instituiu no espaço público midiático e, assim, o destinatário ganha visibilidade social. Um exemplo do agir comunicativo do enunciatário presente no modo como a televisão apresenta os personagens dos textos jornalísticos em TV.

Os que não aceitam a visibilidade proposta e não se deixam manipular simplesmente pelo querer não ver, porém, agem indiferentes ao discurso do enunciatário, uma atitude de quem não acredita nas intenções da televisão na mediação. Contudo, a semiótica trabalha com o postulado de que a relação entre o enunciatário e o enunciatário é sempre representada por simulacros pressupostos com base no enunciatário. A visibilidade da pessoa é submetida a essa representação midiática mostrada nos telejornais. É um princípio fundamentado no fato do relato jornalístico ao retratar a realidade. Bucci (2003, p. 9) introduz um conceito de que as notícias não retratam uma realidade absoluta na sua estrutura, mas relatam fatos apurados pelo próprio jornalista:

A ideia de que as notícias de jornal ‘retratam a realidade’ não faz sentido. Não que os jornais mintam, manipulem, distorçam. Não é isso. Admitamos que os grandes veículos da imprensa se esforcem na direção da objetividade e da verdade factual. Admitamos ainda, que eles sejam bem-sucedidos nesse esforço. Mesmo assim, a ideia de que eles ‘retratam a realidade’ não faz sentido. Faria mais sentido dizer que eles consolidam a realidade, ou aquilo a que chamamos, muito precariamente de realidade

A realidade que a mídia constrói do destinatário fundamenta-se no desejo do destinatário em criar uma identidade real midiática na qual o público se reconhece ao ver a imagem do outro na mídia, o telespectador legitima a identidade mediada pela TV e a reconhece no espaço e tempo dos noticiários. O discurso jornalístico é carregado de signos linguísticos verbais e não verbais, cores, formas, palavras e sons que ajudam a compor esse mosaico apresentado no telejornal, no qual é proposta uma série de operações com a finalidade de conduzir o telespectador à forma de ler e

perceber o texto, mediante a utilização das técnicas do Novo Jornalismo literário na construção das reportagens.

TV text and the new literary journalism

Abstract

This research aims to understand the construction of the statement in electronic journalism by the subjects involved in the mediation: speaker/narrator and listener/public, using the Semiotics Theory – Semiotics Discourse, methodologically based on the main authors who treat this subject regarding information as it relates to the power of the media, and the relationship between the media and the public. The relevance of the research is to examine the roles of the sender and the recipient in the construction of electronic journalism statements to understand the visibility of people who are being reported on during TV news broadcasts, with the characteristics of so-called New Journalism or Literary Journalism, which is one way to deepen the profile of anonymous people and raise their identification with the audience/ recipient. The creative process through which this kind of narrative is developed is concerned with the singular traits of the characters as individuals, a way of humanizing the text to portray the fact that journalistic fact and make it readable to the public.

Key words: *Journalism. Literary journalism. Visibility.*

Referências

- ALTHUSSER, Louis. *Aparelhos ideológicos de Estado*: nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado (AIE). Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- BUCCI, Eugênio. Prefácio. In: GOMES, Mayra Rodrigues. *Poder no jornalismo*. São Paulo, Edusp, 2003.
- FECHINE, Yvana. *Televisão e presença*: uma abordagem semiótica da transmissão direta. São Paulo, SP: Estação das Letras e Cores, 2008.
- MCLUHAN, H. M., *Understanding media*: the extensions of man. New York: The New American Library, 1964.
- SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho*: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- TALESE, Gay. *Fama e anonimato*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.