

Resenha

Inovações no Telejornalismo: o que você vai ver a seguir
(TOURINHO, Carlos Alberto Moreira. Vitória: EspaçoLivros, 2009.)

Elane Gomes da SILVA¹

As mudanças constantes na comunicação televisiva e os aspectos mercadológicos que transformam a forma de ver e fazer televisão levaram o Jornalista Carlos Tourinho, com mais de 25 anos de profissão no mundo do telejornalismo (repórter, apresentador, editor e chefe de reportagem) a escrever uma obra que pudesse reunir as inovações no modo de fazer telejornalismo e trazer um passo a passo do que pode começar a ser feito para modificar o jeito de fazer TV. O que estaria sendo levado aos novos profissionais em formação? Esse é um dos questionamentos do livro, que traz perguntas sobre o meio que os estudantes veem a TV e a utilizam: só entretenimento? A prática do telejornalismo estaria sendo engolida por mudanças bruscas e os que fazem TV estariam sendo levados a um meio desconhecido da novidade tecnológica, trabalhando com ela diretamente, mas nitidamente sem saber usá-la da forma adequada.

O autor constata que a decisão de se inovar no telejornal acaba sendo tomada a partir de critérios pessoais e informais e não a partir de protocolos previstos por quem faz a mídia ou empresa midiática. E como tratar de questões inovadoras, principalmente em TV, é muito arriscado, ele não só se detém ao mercado e não cai fácil na conversa do determinismo tecnológico, ele nos leva a uma reflexão mais aprofundada de que as lógicas sociais são o ponto de partida para qualquer processo de Inovação.

O livro **“Inovações no Telejornalismo – O que você vai ver a seguir”** é fruto de uma pesquisa acadêmica, bem apurada, e foi publicado depois da Monografia apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Lato Sensu*, do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo, para obtenção do título de Especialista em “Economia para Jornalistas e Comunicadores Institucionais”.

Carlos Tourinho traz para as páginas deste livro todos os seus anos de prática no telejornalismo e passeia pela teoria como quem faz uma grande reportagem, um relato delicado do que se passa por trás das câmeras é mostrado com detalhes e ainda fica o gosto de “queremos saber

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB

mais”. Ele mostra que fazer TV é um processo diário e deixa claro, que o que transforma a Televisão é apenas a tecnologia, porque as “novidades” apresentadas ao telespectador como “projetos criativos” são sempre modelos requeitados, com novas roupagens. Fórmulas repaginadas que ganham o título de inovadoras, quando, no entanto, são apenas rerepresentadas à população em um novo recorte de tempo.

Por causa da ligação com a TV Globo, Carlos Tourinho traz muitos exemplos da emissora em seus escritos. Entrevistas e dados são revelados aos leitores como forma de aprofundamento do texto, da análise e da pesquisa, mas apesar do destaque, há citações de casos como o Aqui e Agora, O jornal de Vanguarda, O Repórter Esso e até o programa humorístico/jornalístico da Band – O CQC. Além de não se ater apenas ao telejornalismo, Carlos Tourinho vai em busca de entender TV e passa pela indústria do entretenimento e alguns dos seus gêneros, como os musicais, os humorísticos e claro, a telenovela.

A convergência midiática e as novas formas de fazer TV também não são esquecidas por Tourinho. O telefone celular, o YouTube, as possibilidades da TV Digital e até o Jornalismo Colaborativo são trazidos ao texto.

O questionamento se os profissionais de televisão estão preparados para as inovações e como vão conseguir conviver com elas é apontado no livro como ponto alto de uma discussão que ainda pode render muito mais. A obra tem em sua essência a motivação a entender o novo e como adaptar-se as mudanças tão comuns em meios de comunicação. Saberemos o que está por vir em TV? Não temos a menor ideia, mas temos a certeza de que algo surpreendente ainda virá e irá revolucionar de uma vez por todas o jeito de fazer e ver televisão.

Logo na Introdução do livro, o autor enxerga uma mudança nas formas de trabalhar com a TV. As provocações de porque os telejornais mudam e como isso é feito por conta de questões econômicas e monopolizadoras levam o leitor a perceber que a obra é muito mais que um relato de experiência profissional. É na verdade, uma forma de buscar respostas às mudanças e forma desenfreada que os meios de comunicação impõem aos funcionários na implantação de inovações, sem ao menos, treiná-los para essa nova fase dos processos comunicacionais. Tourinho se apóia em teorias do jornalismo, ou melhor, em teóricos do jornalismo (Marshall MacLuhan e Harold Innis) para buscar respostas da evolução da mídia e como será o processo de transformação ao longo do tempo.

Com o passar dos anos ver TV deixou de ser uma atividade isolada e passou a ser “compartilhada”, o que quero dizer é que a televisão não mais existe sem a colaboração de outros

fatores e meios, como a internet. É ela que vem para levantar questionamentos sobre a forma atual de se trabalhar como TV e como isso pode ser feito em parceria. Os jovens que já liam pouco o jornal agora deixam a TV de lado. O formato tradicional da *caixa preta com imagens coloridas* já não chama mais a atenção. A falta de atratividade e interatividade levam os mais moços a procurarem algo mais emocionante e com velocidade: internet. A partir desse ponto, o entendimento vai ficando mais leve, já que é necessário a mudança, a tecnologia e os meios da web serão e estão sendo adicionados a TV a fim de buscar o retorno da audiência, principalmente dos mais jovens. O autor até traz o termo “*frienemy*” mistura das palavras em inglês *friend* (amigo) e *enemy* (inimigo) que é o maior exemplo de que já não existe mais a possibilidade de vencer a web em termos de participação e atrativos, que tal juntar-se a ela e utilizar as ferramentas disponíveis e só assim alavancar a audiência? Bem possível para a TV tentar se manter atualizada e corresponder as expectativas do público.

No primeiro capítulo somos levados ao início do jornalismo, a comunicação escrita. As mudanças ao longo da história do jornalismo impresso e como foi o processo de identificação da forma de fazer jornalismo no Brasil e no mundo. Carlos Tourinho deixa claro que para entendermos como se chega ao caminho da inovação no telejornalismo é importante o conhecimento de registros históricos que permitiram o desenvolvimento da atividade jornalística.

A invenção da imprensa gráfica, a criação dos jornais periódicos, a figura do repórter, as classificações de entrevistas e tantas outras etapas do percurso percorrido pelo jornal impresso são apresentados em um quadro com data e acontecimento histórico, o que ajuda ao leitor a entender a linha do tempo, até os dias de hoje. Essas informações também são esmiuçadas pelo autor que se satisfaz até ao desafio que é escrever em jornais impressos em tempos de web e da informação veloz. É o que Tourinho chama de “Desafio contemporâneo” inovar em um meio não tão requisitado como antes. Os exemplos de que os jornais impressos ganharam a tela do computador surge como consolo para um meio que anda se segurando em meios alternativos para sobreviver, sem esquecer a paixão pela informação demonstrada por aqueles que ainda fazem o jornalismo impresso.

No capítulo seguinte, Carlos Tourinho começa a nos levar para a história do telejornalismo. Um passeio no tempo nos remete aos anos dourados, 1950 e a chegada da TV ao Brasil, Assis Chateaubriand e o pensamento sempre à frente. As histórias da Televisão e do telejornalismo se misturam. E para Tourinho “... Estão unidas pela característica genética da inovação” (p. 51).

Ao resgatar a história da TV, inevitavelmente vem um pouco do surgimento dos telejornais,

especialmente dos avanços tecnológicos que levaram a televisão a ser tão bem conceituada frente a quem consome este tipo de mídia.

Shows, humor, telenovelas, *reality shows* e os próprios telejornais são exemplos de que o que é veiculado na TV tem que ser mudado ao longo do tempo para se tornar atrativo. Além disso, é possível notarmos a forma e o caráter cada vez mais complexo e híbrido do jeito de se fazer TV. Como classificar programas como o *Big Brother Brasil*? Realidade dentro do entretenimento? Ou ficção real? Perguntas como esta nos fazem repensar todo o discurso televisual empregado atualmente dentro de nossas casas, no meio da nossa sala de estar. Para surpreender o telespectador aposta-se em tudo! Para o Professor Valério Brittos, em entrevista ao autor do livro, as renovações de formatos e as experimentações de linguagem televisual já são maneiras vigentes de inovações e quebras de paradigmas, inclusive nos telejornais.

A necessidade do conhecimento da evolução da TV nos faz entender os indicadores das inovações e tendências futuras da mídia. A chegada da TV Tupi, os programas apresentados todos ao vivo, a vinda do videotape, o Repórter Esso (do rádio para a TV), a chegada da TV Globo, a TV em Cores, o Controle remoto, as Transmissões via satélite, o Jornal Nacional, as mudanças no perfil e formato das telenovelas, a criação de departamentos de artes dentro das emissoras de televisão... tudo isso é tratado na obra como inovações na TV Brasileira ao longo da história e esse processo de descortinamento é extremamente importante para entendermos o que pode e o que está sendo feito em dias atuais.

Um dos pilares da “futura comunicação televisiva” é a TV Digital, não falamos apenas do sinal digital, com o ganho de qualidade de som e imagem, falamos da TV Digital Interativa, a que possibilitará ao telespectador troca de informações e consultas à máquina. Estaremos como diz Santaella em uma época do pós-humano. Os tipos de apresentação da imagem em alta definição e as primeiras experiências com a TV digital estão presentes também na obra, mas tudo traçado com muita cautela, já que esse tipo de produção televisual ainda não tem tantos detalhes no Brasil. A escolha da forma de interatividade e os possíveis fracassos da interatividade em ainda não funcionar aqui no país são relatados por Tourinho, que nos diz que, desde 2008 as principais emissoras do Brasil discutem como será esse grau de interatividade com o telespectador e qual modelo deveríamos usar.

No mesmo capítulo somos levados ao trajeto das inovações na indústria do entretenimento. Novelas shows, programas de humor e os *reality shows* passaram por modificações de vinhetas, de som, de linguagem e de formas de apresentação ao público. No geral poderíamos até dizer que, para

permanecer atrativa, a arte se tornou ainda mais criativa com auxílios tecnológicos. Muda-se a forma de produção, muda-se o jeito de apresentação.

E as TVs por assinatura? Abocanharam uma fatia considerável da audiência das TVs abertas. A proposta de fugir da mesmice leva os telespectadores à ideia do novo, quando muitas vezes, perfis de programas estrangeiros e o nível de repetição da programação são apresentados ao público que consome. Na verdade, as Tvs por assinatura se tornaram uma nova forma de comércio. A ideia de uma TV fechada surgiu nos anos 50 nos Estados Unidos. De lá pra cá o mundo acompanhou a evolução desse tipo de mídia e até o Brasil, hoje, tem sua parcela. A inovação também passa pelas TVs a cabo. Os canais de notícias 24 horas é uma delas. Além de programas de variedades, culinária, Música e por aí vai... Entretenimento a qualquer hora do dia e da noite sempre ao alcance dos telespectadores. Bom para comerciantes? Excelente! A ideia de que o público não dorme.

No capítulo adiante, **Telejornalismo e Inovação**, Carlos Tourinho prende-se somente às mudanças ao longo da História dos telejornais e a introdução da tecnologia no gênero televisivo. A constante evolução de técnica, formato e linguagem são atrativos para quem se propõe a estudar as inovações no telejornalismo.

O autor traz o Jornal Nacional da TV Globo como maior exemplo de inovação ao longo do tempo no telejornalismo brasileiro. A experimentação de linguagens, de imagens e sons foram sendo testados cautelosamente também por outros telejornais, só que nada tão hegemônico como a Globo. Tourinho traz também a opinião de outros pesquisadores, que afirmam que a televisão brasileira é muito ruim por conta da falta de investimentos e a ausência de pesquisas sérias sobre o gênero.

No mesmo capítulo, o autor ainda traz exemplos de aparatos tecnológicos que serviram de “muletas” para saltar com a inovação no telejornalismo. Desde o sistema de edição de imagens até a captação com as fitas e os discos digitalizados. Além, claro, das inovações dentro dos estúdios, na bancada e na exibição. Um quadro com as inovações tecnológicas e não tecnológicas é apresentado ao leitor, a fim de contextualizar as mudanças. Uma das partes mais curiosas da obra é quando Carlos Tourinho afirma que até a forma dos apresentadores se despedirem com o “Boa Noite!” foi modificado e também pode ser considerado uma forma de inovação de linguagem.

Os telejornais locais e as notícias da comunidade ganharam destaque também durante os desenvolvimentos da linguagem televisiva. A ideia de estar mais próxima do telespectador faz com que a audiência seja conduzida a ver TV, principalmente a uma TV mais alcançável e que possa de fato se importar com os problemas vividos por determinada região.

Outro fator que nos faz acreditar na mudança de perfil dos telejornais é a convergência de mídias. Nos tempos de sociedade em rede, é necessária uma reorganização dos telejornais para que ele seja “multimeio”, para que ele esteja presente em muitos lugares e torne-se acessível a qualquer pessoa. O autor deixa claro, que a tela da TV perde a exclusividade e passa ocupar telas menores: celulares, tablets. Antes dessa onda de TV em outros aparelhos, Carlos Tourinho fala também da evolução das máquinas, de que antes dos celulares com TV, existiram os aparelhos mais humildes e da necessidade da população em sempre ter um aparelho mais moderno.

E rádio, TV, Jornais e internet vão se modificando com o passar do tempo. A importância de se levar informação para a internet fez surgir o webjornalismo e que hoje não mais apenas aponta conteúdo, ela leva o internauta a participar da notícia.

O alerta de um problema e da necessidade urgente de transformação da TV é feito pelas empresas de publicidade, que afirmam que o comércio na Internet é bem mais intenso que na TV, o que faz a publicidade aumentar neste tipo de mídia. E o que nos leva a refletir isso também são os números da audiência. Decrescentes a cada ano, enxergamos uma mudança de perfil do telespectador/consumidor que já não suporta mais não ser surpreendido e acaba migrando para outras plataformas midiáticas que trazem o novo, o participativo, o criativo e, claro, o interativo.

No penúltimo capítulo, chegamos ao ponto de partida das discussões, A criação do novo. Qual seria a verdadeira concepção de inovar? Seriam melhores condições para as necessidades humanas? Ou apenas ativar o desejo por novas experiências. Partindo dessas premissas o autor discorre sobre o desenvolvimento das TVs ao longo do tempo, o que seria da TV Digital se já não tivéssemos passado pela TV em preto e branco? O que fica claro é que as mudanças são fruto da indústria que precisa despertar no público o interesse por novas aquisições. O dinheiro precisa circular e o consumidor precisa ser estimulado a fazer isso. Para entendermos o que seria a inovação, Carlos Tourinho nos mostra conceitos usados pela ciência econômica: invenção, inovação e difusão. Estes conceitos todos podem ser ainda mais esmiuçados em categorias de produtos, serviços, custo, operacionais entre outros.

E a mudança de paradigmas? Para efetuar uma nova forma de apresentação foi necessária a transmutação de paradigmas. É preciso mudar culturalmente para aplicar as ideias propostas e isso não é fácil, trata-se de um processo bastante lento.

Por fim, o último capítulo, **O que você vai ver a seguir**, tenta passar aos leitores o que poderia e o que está sendo efetivamente mudado na TV de um modo geral, já que é visível que o meio perde o fôlego e pede ofegantemente por inovação. O autor volta a falar dos índices de

audiência e mais uma vez traz questionamentos do que será passado ao público em um futuro próximo. Questiona se os profissionais do meio estão preparados a produzir na TV aberta o que propõe a época digital e deixa claro que é necessário romper com o passado para seguir em frente com o futuro, totalmente novo e ainda desconhecido por todos os que fazem Televisão.

Nada de imitar outros meios, a TV tem que buscar seu próprio caminho. E com a chegada da TV Digital Interativa há a possibilidade de adoção de mudanças positivas. Outro ponto proposto pelo autor é a necessidade de conhecimento de todos os que trabalham com TV do perfil do novo consumidor/telespectador. Este sim está mudando de vez e é necessário acompanharmos essas mudanças e entendermos o que ele necessita daqui pra frente, em termos de tecnologia de mídias.

Carlos Tourinho ainda traz um quadro mostrando o que deverá e poderá ser mudado da TV analógica para a TV Digital e ainda o que precisará ser perseguido pelo telejornalismo: outra mudança de linguagem, ousadia, horários móveis, interatividade, influência e credibilidade.

Ao todo são seis capítulos e as considerações finais do autor. Em todo o livro, a certeza clara de não sabermos onde vamos chegar com a tecnologia em movimento o tempo todo. Mas, a busca por entendimentos de questões atuais permeiam a obra.

O que vemos, enfim, são análises criteriosas dos caminhos que a TV e o telejornalismo passaram até chegar ao período que vivemos hoje. A ideia do autor de traçar um passo a passo para quem deseja futuramente trabalhar com TV fracassa quando ele não propõe métodos significativos para efetivar a mudança e também não consegue identificar o que de fato deverá mudar na postura do novo telejornalista.

O que fica ainda mais claro na conclusão de **Inovação no telejornalismo – O que você vai ver a seguir** é a necessidade de parcerias entre emissoras e Instituições de ensino para que juntas, possam agregar ao novo momento ideias revolucionárias que transformarão a mídia já existente em ainda mais atualizada. As referências do livro são boas, mas ainda são iniciais e necessitam de um maior aprofundamento.

Mesmo o livro sendo bastante útil e maduro, ele ainda é superficial em algumas partes, como a da TV digital e o questionamento da adoção de um modelo de Interatividade. Faltou crítica. Isso faz a obra carecer de mais informação e complementação, exigindo do leitor/pesquisador uma busca de outra fonte de pesquisa sobre Inovação Tecnológica e as Transformações no fazer televisivo.