



O modelo americano de telejornalismo e sua influência na TV brasileira¹

Iluska Coutinho²

A proposta dessa reflexão é buscar indícios da influência americana no telejornalismo brasileiro por meio de uma breve reconstituição da história do jornalismo na televisão dos Estados Unidos³, da pesquisa bibliográfica em literatura disponível em língua inglesa e de entrevistas realizadas com professores da Universidade de Columbia e com o jornalista internacional Lucas Mendes. Merece destaque, sobretudo, a busca por semelhanças entre a compreensão do telejornalismo como instituição cultural, tanto nos Estados Unidos como no Brasil, tributária especialmente da contribuição de James Carey aos estudos de Comunicação, a quem dedicamos esse artigo.

A chegada do telejornalismo na televisão dos Estados Unidos foi gradual, com uma busca por definições de formato, linguagem, e mesmo da melhor forma de fazer jornalismo na TV. Em 1946 surgiam os primeiros programas de notícias, semanais e com cinco minutos de duração, primeiro na CBS e logo em seguida na NBC. O *CBS TV News*, apresentado por Douglas Edwards, jornalista com larga experiência em rádio que se aproximava do novo veículo, um processo que se tornou típico no estabelecimento do perfil nos primeiros profissionais de jornalismo televisivo, nos Estados Unidos como no Brasil, entra no ar dois anos depois; em 1949 a NBC estréia o *Camel News Caravan*, comandado por John Cameron Swayze.

Os dois primeiros telejornais americanos tinham quinze minutos de duração e um estilo que se aproximava dos noticiários radiofônicos, com utilização de poucas imagens, normalmente gráficos ou filmes de temas da atualidade, embora não factuais. As equipes de externa, então de filmagem, chegam às emissoras americanas na década de 50, reunindo além de pessoal técnico, o repórter, o produtor e o editor. O videoteipe (VT) e a tecnologia de gravação magnética de imagens chegam à TV americana em 1956, mudando seu panorama.

Outro marco do telejornalismo americano é a (re)criação na televisão de *See it Now*, com Edward Murrow. Inspirado no programa de rádio de mesmo nome, *See it Now* apresenta documentários jornalísticos, agora com critérios de seleção de temas não

¹ Trabalho apresentado no IV Colóquio Brasil-EUA de Ciências da Comunicação

² Jornalista, doutora em Comunicação pela Umesp, com estágio doutoral na Columbia University (NYC). Professora do departamento de Jornalismo e do PPGCOM/UFJF. iluskac@uol.com.br

³ No Brasil esse trabalho historiográfico foi realizado por autores como Mattos (2000), Rezende (2000), Coutinho, Vizeu & Porcello (2009).



mais exclusivamente históricos, e oferecendo uma nova forma de abordagem das informações, próxima do meio televisão. Por sua vez a NBC traz outra inovação, a apresentação de um telejornal com dois âncoras, conseguindo assim superar a audiência de *Douglas Edwards with the news*, da CBS. Em 1962 Edwards é substituído por Walter Cronkite, que recuperou o primeiro lugar e se tornou referência no telejornalismo americano.

A década de 60 é marcada pela definição do tempo padrão dos telejornais americanos, trinta minutos de duração desde 1963, e pelo surgimento do programa *60 minutes*, uma revista informativa que comprovou ser possível obter lucros com jornalismo de qualidade. *60 minutes* quebra recordes de audiência, jamais atingidas por outro programa de informação, e se torna uma mania nacional. É reconhecido como influente pela sociedade americana, que teria se tornado uma nação reunida pela TV, segundo Fred MacDonald (1993).

As características da televisão americana, em relação à sua constituição em rede, oferecendo uma programação nacional, com modelos padronizados, teriam uma estreita ligação com a opção tomada pelo órgão normativo, a *Federal Communication Comission* (FCC), de utilização do espectro de transmissão VHF. Como os treze canais, disponíveis nesse padrão ainda deveriam ser distribuídos com a transmissão em rádio e serviços móveis de comunicação, governamentais e privados, segundo MacDonald a regra “restritiva” imposta pela FCC tornava disponíveis apenas sete estações de TV por área metropolitana.

A decisão da FCC afetou a estrutura da televisão nos Estados Unidos. Ao tornar os canais tão escassos, houve uma espécie de garantia de que a televisão americana seria uma televisão nacional, *broadcast TV*, dominada pelas poucas corporações capazes de financiar estações nas maiores cidades, oferecer programas capazes de conquistar público, atrair anunciantes nacionais e rapidamente construir um consórcio de emissoras afiliadas, e subordinadas, atingindo uma audiência de massa. (...) Para muitos americanos isso significou a criação de uma nação sob a televisão, uma televisão de rede nacional. A TV seria nacional, atingiria todas as fronteiras da nação, e gostos indiscriminados. (MACDONALD, 1993, p.37)

Assim, já em 1953 quase todas emissoras americanas eram afiliadas de uma das redes de televisão, operando em VHF. E, qualquer semelhança com a realidade brasileira não terá sido mera coincidência. Com o surgimento da TV como nova tecnologia de transmissão de dados, comunicação, é preciso observar as mudanças nas



relações mediadas pela linguagem, pela nova maneira de se informar, agora com sons e imagens, instituída pela TV.

Carey chama a atenção para as alterações na comunicação que se estabelecem a partir da tecnologia, uma categoria que em função de ser abstrata, permaneceria carente de análises. A partir das mudanças introduzidas com o telégrafo ele analisa a separação entre os conceitos de transporte e comunicação: “Até o surgimento do telégrafo essas palavras eram sinônimos. A nova tecnologia pôs fim a essa identificação e permitiu que os símbolos se movessem independente da geografia, e independentemente e de forma mais rápida que o transporte físico.” (CAREY, 1989, p.213).

Segundo o autor os serviços de comunicação por cabos requeriam uma forma de linguagem despojada de caráter local, sendo a tecnologia decisiva para o estabelecimento de um modelo narrativo vinculado à necessidade de uma comunicação sintética capaz de cruzar o espaço nacional pelas linhas da *Western Union*. Em outras palavras “o telégrafo mudou as formas de relação social mediadas pela linguagem; ao instituir uma espécie de contrato de confiança entre o escritor e o leitor, alterou assim o estilo literário.” (CAREY, 1989, p.215).

No caso da TV essa mudança nas relações de comunicação, de linguagem, seria ancorada pelas imagens em movimento, convertidas na forma de conhecimento preferencial na sociedade americana. “Essas imagens, reforçadas pelo som gravado, tomam o lugar das palavras, números e outros parâmetros com os quais ou seres humanos têm se comunicado tradicionalmente. A abstração da linguagem é superada, suplantada, pela literalidade da imagem.” (BARBER, 1996, p.89).

Assim como Carey, que propõe a análise da Comunicação como Cultura, para além do paradigma da transmissão, apenas, David Thorburn propõe que o meio televisão seja analisado como uma força cultural. Para isso, “nós devemos ser capazes de ler seus textos de uma forma aproximada daquela pela qual sua audiência os experimenta: como histórias e dramas” (THORBURN, 1988, p.54). Reconhecer o papel ou função da televisão como narradora ou contadora de histórias do cotidiano seria uma forma de estabelecer contextos mais aprofundados, como por exemplo, avaliar a televisão como um sistema ou instituição de consenso narrativo, como o narrador central, onipresente, na sociedade americana e também na brasileira⁴.

⁴ É certo que a emergência das novas tecnologias, com suas possibilidades de construção de novas narrativas, mais hipertextuais e inclusivas, estaria colocando em questão a centralidade da televisão, e do telejornalismo. Mais que realidade concreta, contudo, no Brasil as alterações da web ainda permanecem enquanto promessa a ser confirmada.



Outro autor que ressalta a centralidade da televisão na cultura dos Estados Unidos é Silverstone (1988). Para ele “uma parte significativa da cultura televisiva consiste em oferecer histórias simples, facilmente reconhecíveis, reiteradas de forma contínua e semelhantes em forma e conteúdo não apenas em relação a outras histórias de TV, mas a outras histórias, em outras culturas e em outro tempo” (SILVERSTONE, p.22).

Segundo Silverstone a mensagem televisiva seria definida pelo meio, como preconizou McLuhan. As habilidades e atributos, o caráter particular da comunicação pela TV, seu imediatismo, aspecto efêmero, o deslocamento das percepções de tempo e espaço a partir de suas imagens e histórias, fazem com que a televisão seja compreendida como um meio oral, por excelência. Uma oralidade sem dúvida diferente daquela experimentada pelas sociedades pre-literárias, ressalta o autor, mas capaz de contribuir para uma mudança fundamental nos padrões de comunicação coletiva. Para Silverstone a televisão como meio estabelece um marco em nossa experiência cultural. Mais que isso, ao assistir televisão os telespectadores poderiam ser considerados como envolvidos em um, moderno, ritual de passagem:

O fato de acompanharmos o noticiário noturno, a cada noite, pode ser compreendido como ritual por dois aspectos: sua repetição mecânica, ao longo do tempo, mas de forma muito mais importante, e significativa, pela apresentação, através de sua lógica de fragmentação, do familiar e do estranho, do tranquilizante e do ameaçador. (...) A cena, enquadramento final é quase sempre dos dois apresentadores, arrumando seus roteiros e conversando entre si, ainda que sem o acesso dos telespectadores ao som, anunciando desta forma o retorno à normalidade. (SILVERSTONE, 1988, p.26).

E as semelhanças com a forma de colocação em cena do casal de apresentadores do noticiário global de horário nobre, síntese da família no ar, parece confirmar o sucesso, e a importação do modelo.

Michael Schudson é outro autor americano que considera as notícias, os relatos noticiosos, no jornal impresso e na TV, como uma construção cultural, capaz de conferir especial interesse e importância ao evento ou situação a que se refere. Vale ressaltar que, como reforça o autor, em um viés construcionista que poderia ser relacionado aos olhares de autores brasileiros como Vizeu (2008), que a notícia não corresponde à realidade em si. Constitui-se em um relato dela, implicando para isso em necessárias transformações, especialmente simplificações e reduções, no caso da mídia televisiva.



A televisão, e o telejornalismo, teriam trazido outras possibilidades de registros dos fatos, características do veículo, como sua predileção pela “pompa e circunstância”, pelas dimensões de espetáculo e ritual dos eventos noticiados. Independente do meio de comunicação, “nenhum repórter apenas apresenta os fatos. Repórteres constroem histórias, e construir não é fingir, nem mentir, embora não seja também um processo de registro mecânico, passivo. É um processo que não pode ser feito sem imaginação.” (SCHUDSON, 1995, p. 96). Para o autor o ponto de partida do jornalismo também seria o “era um vez”, ainda que isso não corresponda a uma redução da importância do que é narrado, nem a uma menor fidedignidade.

Em um estudos sobre o jornalismo em televisão, Edward Jay Epstein identifica a recomendação de se buscar para o telejornalismo um formato próximo do drama em um memorando de Reuven Frank, produtor executivo do NBC Evening News. A citação abaixo teria sido retirada do memorando de implantação do noticiário de rede com trinta minutos, em 1963:

Toda notícia, história jornalística deve, sem nenhum sacrifício de sua honestidade ou responsabilidade, apresentar os atributos da ficção, do drama. Ela deve ter estrutura e conflito; problema e desenvolvimento; nascimento e queda da ação; um início, meio e fim. Estes são os aspectos essenciais não apenas do drama; eles são a essência da narrativa. (...) A imagem não é, e não será nunca o fato, mas um símbolo dele. (REUVEN FRANK apud EPSTEIN, 1973, p. 05).

Ainda segundo Reuven Frank, o maior poder do telejornalismo não estaria na transmissão de informação, mas na transmissão de experiências, por meio do consumo das histórias apresentadas em cada noticiário. De acordo com Epstein, através desse memorando foi estabelecida a fórmula básica para as notícias televisivas na TV americana.

O livro de Epstein pode ser considerado como a obra fundamental de apresentação do modelo americano de telejornalismo. Assim como na literatura brasileira sobre telejornalismo, nos Estados Unidos há uma série de obras que se caracterizam como manuais de jornalismo televisivo, elaborados geralmente por profissionais de destaque, e com larga experiência profissional nos departamentos de jornalismo das redes de televisão americanas.

Um destes livros, de Steven Zourmer, destaca como característica fundamental do telejornalismo o que classifica como “doutrina da imagem”. Por esta regra geral as boas imagens seriam capazes de transmitir mais do que apenas informações, mas



oferecer a oportunidade de troca de experiências com os telespectadores, por meio de impacto visual e/ou emocional.

Minha reclamação com relação a doutrina da imagem é o fato dela se constituir como tal. Ela é tomada como verdade absoluta e assumida como um ato de fé. Isso é uma violência. As limitações jornalísticas impostas pela doutrina da imagem são, em geral, aceitas como aspectos inalteráveis da realidade, como fatos da vida. (ZOURMER, 1987, p.98).

Para o autor a distração seria o maior inimigo da compreensão do texto jornalístico em televisão e poderia, inclusive, ser motivada por uma imagem espetacular cujo sentido ou significado concorram com o áudio. A partir daí reforça a regra fundamental do casamento texto-imagem, além de recomendar a redação de frases curtas, de atenção especial aos verbos na redação da notícia em TV.

Além dos manuais há livros e artigos que analisam os modelos de telejornalismo, programas e tendências no jornalismo da televisão americana. Richard Campbell, por exemplo, se dedica ao estudo do programa *60 minutes*, seja no que se refere aos papéis assumidos por seus repórteres (1994) ou ainda sobre sua constituição como mito para os americanos (1991). Além de destacar, a partir de Carey, que produzir e consumir notícia constitui uma espécie de ritual, dramático, o autor defende que jornalistas e cientistas têm em comum o fato de serem contadores de histórias, ainda que com modelos narrativos diferenciados: “(...) Ao final todos os repórteres são contadores de histórias que oferecem, não uma transparência precisa da realidade, mas uma interpretação da experiência por meio da narrativa” (CAMPBELL, 1991, p.24).

Ainda segundo Campbell a fórmula narrativa das notícias em televisão, com destaque para o *60 minutes*, por meio da utilização de metáforas, transformaria as experiências desconhecidas em concretas, reconhecidas; resolveria as tensões entre dois aspectos de uma questão, mediando o próximo e o distante, “nós e eles”: “O que o programa *60 minutes* classifica como sua linguagem é fundamentalmente uma narrativa literária e dramática, em padrão e forma, transformando a notícia em novela.” (CAMPBELL, 1991, p. 170).

Formação para o Telejornalismo nos Estados Unidos

Assim como no Brasil, também nos Estados Unidos a televisão é um dos espaços de trabalho mais disputados em jornalismo. A formação profissional, o



processo de capacitação para o telejornalismo, ocorre prioritariamente de duas maneiras: cursos de pós-graduação e/ou mestrados profissionalizantes e treinamentos especializados, oferecidos por empresas que têm emissoras de TV como clientes.

Apresentamos algumas observações sobre a formação no mestrado de Jornalismo da *Columbia University* e em treinamentos oferecidos pelo *Television News Center*, empresa de consultoria instalada em Washington-DC. Os dados obtidos e relatos são resultado de pesquisa de campo realizada nos Estados Unidos, durante a realização do estágio doutoral. Entrevistas com professores de telejornalismo também ofereceram suporte aos levantamentos realizados que, vale acrescentar, não incluíram o acesso direto às emissoras de televisão, em função do caráter de vigilância e mesmo temor experimentado pelos americanos, e especialmente por alguns de seus órgãos de imprensa, no período da pesquisa, setembro de 2001 a fevereiro de 2002.

A capacitação oferecida no mestrado oferecido pela Escola de Jornalismo da Columbia, instituição fundada com doações de Joseph Pulitzer e referência na formação de jornalistas não apenas nos Estados Unidos, tem duração de dez meses. Nesse período, além de uma formação básica, os estudantes devem optar por uma das áreas profissionais de aprofundamento: Jornalismo em Revistas; Editoração e Fotografia; Jornalismo Literário e *Broadcast Journalism*, cuja tradução mais aproximada parece ser Jornalismo em Rádio e TV. No caso da opção pelo Jornalismo em rádio e televisão, além de matérias eletivas de aprofundamento teórico e de disciplinas básicas de texto jornalístico e reportagem, com ênfase na mídia escolhida, há uma concentração em radiojornalismo ou telejornalismo. Quem deseja se capacitar em jornalismo televisivo passa, inicialmente por um treinamento para operação técnica dos equipamentos de gravação e edição de imagens.

O conhecimento dos instrumentos de trabalho envolvidos na produção de uma reportagem de televisão é pressuposto básico nos Estados Unidos. Nas emissoras de televisão americana é possível conferir os resultados do trabalho de jornalistas que assumem uma dupla função, os videojornalistas. O modelo foi implantado pela NY-One, emissora de TV a Cabo de Nova Iorque, desde o final dos anos 80, e apresentado no Brasil em 1995 durante o II Seminário Internacional de Telejornalismo, realizado em Porto Alegre. Na época Stephen Paulus explicou que o treinamento na Escola de Videojornalismo da emissora, em cinco municípios americanos, teria duração de duas semanas, quando o profissional aprenderia também a fazer edição digital de produtos



audiovisuais, o “que será norma daqui a dois anos”, anunciava Paulus. Também no Brasil esse domínio da técnica se popularizou, e foi destacado por autores como Crocomo e Lage (1999). Há ainda, contudo, questões de ordem sindical que tornam essa operação diferenciada nas emissoras brasileiras.

Dominada a tecnologia de televisão os aprendizes em telejornalismo se dedicam a formulação de pautas e construção de histórias audiovisuais, tal como em nossos cursos de graduação. O curso básico, obrigatório, nessa área é conduzido pelo professor David Klatell, durante a pesquisa também coordenador do *Broadcast Program*, a área de concentração em jornalismo audiovisual. Os encontros semanais poderiam ser divididos em quatro momentos principais: aula expositiva; análise das produções; crítica de telejornalismo; pauta-produção. A aula expositiva dura entre 60 e 90 minutos e, durante esse tempo, os estudantes são orientados sobre cuidados a serem tomados na construção de histórias jornalísticas em televisão. Além de recomendações com relação ao tempo de edição, são comuns referências a personagens, protagonistas e personalização da notícia. A sugestão é de que as matérias tenham em média três personagens, incluindo o repórter que poderia assinar o VT indicando dessa forma uma perspectiva de continuidade da história.

Normalmente eu começo a história com a pessoa que reclama. Desta forma você poderá ter uma resposta ao telespectador no final da matéria. Então comece sua matéria com a pessoa que lhe ajude a dizer qual é o problema, o conflito. Se você realmente sabe como é esse conflito, então o coloque em uma entrevista. (...) As notícias são um serviço, como um pouco de informação que as pessoas vão utilizar, ao final do programa. (KLATELL, 2001).

A análise das matérias, com a exibição das fitas produzidas pelos alunos é realizada em duas etapas. Em um primeiro momento a discussão é sobre o significado e conteúdo da história, com análise das perguntas que deveriam ser feitas aos entrevistados à sua formulação e eventuais carências de dados. Na etapa final a matéria é avaliada com relação a sua narrativa visual, a qualidade e adequação das imagens utilizadas na edição.

A crítica do telejornalismo produzido nas emissoras americanas é exercitada por meio da exibição de algumas matérias gravadas pelo professor. Os estudantes fazem suas intervenções, complementadas por novas recomendações. O último momento da aula é de definição do material a ser produzido durante a semana, a partir de pautas sugeridas pelos alunos, já incluindo uma pré-produção.



Segundo Klatell os novos profissionais de jornalismo em televisão têm um desafio importante a enfrentar, a queda da audiência dos telejornais das grandes redes, que não têm conseguido atrair os jovens americanos com idades entre 20 e 30 anos. Assim, fronteiras antes mais claras entre telejornalismo e entretenimento aos poucos se diluem. “Não se imaginava ver na tela alguns repórteres mostrando sua emoção, sendo mais dramáticos como forma de atrair mais telespectadores. Mas a questão da queda da audiência dos telejornais de rede é uma realidade”, avalia Klatell, para quem a busca por público deve tornar os noticiários de TV cada vez mais dramáticos, emocionais. Esse cenário, de queda de audiência entre o público jovem, é experimentado atualmente no Brasil, com as emissoras investindo também no diálogo intermédias, também com o público como forma de fidelizar a audiência.

Para Rhoda Lipton, professora responsável pela disciplina Television News Magazines, os personagens e os conflitos surgem na tela como forma de contar histórias sobre temas complexos, como orçamento e políticas públicas, e traduzir conceitos mais abstratos. Embora não seja o formato de telejornalismo “favorito” da professora ela reconhece que em alguns programas jornalísticos da TV americana os repórteres atuam como personagens:

Isso acaba por atrair a atenção para a história, oferece uma espécie de “brilho” ao tema. Mas nós, jornalistas de televisão, não somos treinados para isso, para atuar em um drama. Sabemos sim identificar o que é interessante e merece ser destacado para os telespectadores, e como isso deve ser feito em termos de entrevistas, imagens e planos de enquadramentos adequados para contar a história em um telejornal. (LIPTON, 2001).

A professora alerta para os riscos da fusão informação-entretenimento no telejornalismo, que seria trabalho dos “homens de negócio que apenas olham a diferença entre as colunas de crédito e débito em sua avaliação”. De acordo com ela haveria como consequência uma desorientação dos telespectadores ao assistirem determinados programas, no chamado telejornalismo tablóide⁵.

Em sua formação como jornalista de televisão os alunos da Columbia University ainda contam com encontros como os diretores das redes de TV americanas. É o caso por exemplo de Andy Lack, presidente da NBC que participou no mês de outubro de 2001 de uma espécie de café da manhã – entrevista. Além disso há oficinas e seminários sobre redação, produção e realização de documentários, telejornais noturnos,

⁵ Sobre o tema ver Ehrlich (1996). Em um artigo ele analisa as características da *Tabloid television*, o noticiário de TV com ênfase temática em crime, sexo e fofocas.



reportagem local de televisão. A capacitação oferecida nos cursos de mestrado profissional em jornalismo alia, em todos os seus cursos e disciplinas, os aspectos de aprofundamento teórico e/ou analítico com a produção jornalística de caráter laboratorial, disponível para consulta na página da escola (www.jrn.columbia.edu). No Brasil esse tipo de aproximação entre emissoras e escolas ainda é pequena, sendo a parceria entre a Intercom e o projeto Globo Universidade precursora de mais contatos entre mercado e academia, no campo das Comunicações.

Nos Estados Unidos são comuns os treinamentos oferecidos por empresas especializadas; os cursos e workshops em telejornalismo. Segundo Herb Brubaker, presidente da empresa Television News Center, “as pessoas tem se dado conta de que precisam de um investimento pessoal para se tornarem mais capacitadas, e em condições de enfrentar a concorrência”. Além dos treinamentos de redação, reportagem, produção em TV e ancoragem de programas, a empresa ainda oferece os serviços de produção de fitas piloto e avaliação, acompanhamento técnico para jornalistas que desejem começar suas atividades em televisão. Com dois mil dólares é possível produzir uma fita com duas reportagens editadas e ainda simulações de “participação ao vivo”, o *Resume Tape Production*, acompanhado por aconselhamento e eventuais indicações para emissoras de TV. Isso porque o *Television News Center* tem como clientes as Universidades de Nevada e Marilandy, a Reuters Television (Washington-DC), a CNN além de emissoras locais de diversos estados americanos. No Brasil os treinamentos oferecidos por profissionais, reunidos em entidades estruturadas com esse objetivo, são uma realidade nos últimos anos.

Evidências da influência americana nas produções nacionais

Instalada no prédio da *Reuters Television*, em Manhattan, uma empresa produz informação na televisão com sotaque brasileiro, tendo como imagem de fundo a Times Square. São também brasileiros os profissionais da TBN, *Television Brazilian Network* (TBN), empresa dirigida por Lucas Mendes, responsável pelo programa *Manhattan Connection*, exibido pelo GNT, canal por assinatura da Globosat.

Um dos primeiros correspondentes internacionais do telejornalismo brasileiro Mendes defende que a influência americana no telejornalismo brasileiro é muito grande, embora seja difícil definir sua medida exata.

Eu que nunca tinha escrito para televisão, comecei minha carreira aqui, sem nunca ter trabalhado em televisão, sem conhecer



telejornalismo no Brasil. Então a minha primeira tentativa de fazer telejornalismo foi a forma americana, de contar a história em um minuto e meio. (...) Ao observar os hábitos percebi que a televisão é um veículo de massa, assistido por gente desatenta e, que no Brasil em geral, ainda conversa na frente do vídeo. (Mendes, 2001).

A utilização do recurso do personagem tornaria a narrativa televisiva mais concreta para os telespectadores por meio da identificação com o problema descrito na matéria. Além disso, como reconhece Mendes, a presença do personagem facilitaria também o trabalho do jornalista, ao encadear as informações: “Se você conta o drama do João você identifica o telespectador com o João, e com a história”, conclui.

Na tentativa de identificar a origem do modelo do personagem, recurso freqüente nas matérias de televisão no Brasil, Lucas Mendes busca pela memória o histórico de nossos primeiros correspondentes internacionais: Hélio Costa, em Nova Iorque, e Sandra Passarinho, em Londres, ambos produzindo para o Fantástico. Contratado pela Rede Globo em 1975, ele teria como tarefa básica a produção de matérias para o Jornal Nacional:

E eu usava a fórmula americana. Mais do que qualquer coisa pelo tempo, pela limitação do tempo. E eu achava, eu tenho certeza de que essa coisa, por exemplo, de usar o personagem veio dali. Você facilita, e principalmente porque você podia mostrar o americano com uma certa intimidade. Eu achava que isso o telespectador tinha curiosidade, como é que vive esse americano, que a gente só sabia que esse americano vive em Hollywood, a idéia do cinema. E a televisão podia contar uma estória, de gente do subúrbio, principalmente a história de um operário, de gente que trabalha, e aí você tinha uma noção do padrão de vida americano. (MENDES, 2001).

Segundo ele houve muitas tentativas conscientes de instituir um modelo, especialmente a partir das buscas de Armando Nogueira e Alice Maria em encontrarem uma fórmula de telejornalismo. Estabelecida a fórmula, instituiu-se também um padrão de estilo e ritmo de narração, o que teria tornado a televisão brasileira idêntica, à exceção das marcas d'água exibidas nas imagens. Para Lucas Mendes, contudo, essa uniformização não é uma características apenas da TV no Brasil, sendo possível perceber isso também nas emissoras inglesas e americanas.

Além da produção, em Nova Iorque, de matérias e produtos jornalísticos veiculados em emissoras brasileiras, a TBN também ofereceu uma consultoria para para a Rede Globo, com um acompanhamento/ diagnóstico da mídia americana. Em duas ocasiões, no final dos anos 80 e da década de 90, Lucas Mendes realizou uma consultoria para a emissora global, incluindo palestra e a edição de um vídeo de



apresentação dos novos modelos e formatos que surgiam, e tinham sucesso, na televisão americana. O material audiovisual, consultado, apresenta os maiores noticiários da TV americana, suas características e receitas para conquistar a audiência, constituindo uma espécie de panorama do telejornalismo nos Estados Unidos.

Outro traço de influência americana no telejornalismo brasileiro seria o livro *Television News*, de Irving Fang, inspiração do Manual da Rede Globo, por sua vez fonte de inúmeras cópias e adaptações, em outras emissoras e mesmo nos cursos de Comunicação Social/ Jornalismo. Publicado em 1972, o livro tem um caráter de guia básico de treinamento em telejornalismo; seria da fórmula estabelecida no livro de Fang que derivariam orientações padrão em uma série de textos sobre jornalismo de televisão como: “não construir frases e orações longas”; “em caso de sinônimo preferir palavras curtas”; “eliminar termos desnecessários”. Outro conselho que se tornou quase um “lugar comum” na literatura sobre telejornalismo, no Brasil e nos Estados Unidos, é o de que o “jornalismo poderia ser considerado um processo de eliminação. Se uma palavra ou sentença não forem necessárias, omita-as.” (FANG, 1972, 169).

Ainda estão presentes na obra os estímulos à particularização de temas, especialmente em matérias com referência abstrata: “sempre que possível busque aproximações ao tratar de números de modo a torná-los significativos para a audiência” (FANG, 1972, p.180). Em uma espécie de regra fundamental o autor estabelece que as notícias de TV devem falar de pessoas e não de instituições. Outro critério definido por Fang, e identificado facilmente por meio da análise de nossos telejornais, é o de que um conflito entre dois homens seria mais noticiável que uma batalha entre dois exércitos...E assim, entre personagens e simplificações, instituiu-se o modelo que Coutinho (2003) caracterizou como a dramaturgia do telejornalismo brasileiro.

Referências Bibliográficas

ADAMS, William C. **Visual analysis of newscasts**: Issues in Social Science Research. In ADAMS William C. & SCHREIBMAN, Fay (editors). *Television network news – Issues in content research*. Washington, DC: George Washington University, 1978.

ADONI, Hanna; BANTZ, Charles R. & COHEN, Akiba A. (edit.) **Social conflict and television news**. London: Sage, s/d.

BARBER, Benjamin. Jihad Vs. McWorld. In **Hollyworld: Mcworld Videology**. New York: Times Books, S/d.



BARNOUW, Erik. **Documentary: a history of the non-fiction film**. New York: Oxford University Press, 1993.

BASIL, Michael D. **Multiple resource theory I: application to television viewing**. In Communication Research, vol.21 (2), Abril de 1994. London: Sage.

BIRD, S. E. & DARDENNE, Robert W. **Myth, chronicle and story –exploring the narrative qualities of news**. In CAREY, James (ed.) Media, myths and narratives: television and the press. Sage Annual reviews of communication research, vol.15. London, Sage, s/d.

CAMPBELL, Richard. **Securing the middle ground: reporter formulas in 60 minutes**. In Television - the critical view. Edited by Horace Newcomb. New York: Oxford University Press, 5º Ed. 1994.

_____. **60 minutes and the news: a mythology for Middle America**. Chicago: University of Illinois – Urbana and Chicago, 1991

CAREY, James. **Communication as culture – essays on media and society**. Boston: Unwin hyman, 1989.

_____. **Lawyers, voyeurs and vigilantes: journalists and our democratic institutions are in a dangerously deformed relationship**. In Media Studies Journal, Spring/Summer, [s.l.] 1999.

_____. **Political ritual on television**. In LIEBES, Tamar & CURRAN, James (ed.) Media, ritual and identity. Communication and Society. London: Routledge, 1998.

CASETTI, Francesco; CHIO Federico di. **Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación**. Barcelona: Paidós, 1999.

COHEN, Akiba A. **Answers without questions: comparative analysis of television news interviews**. European Journal of Communication. London: SAGE. Vol.4 (1989).

COHEN, Akiba A. & ROCH Itzhak. **One of the bloodies days: a comparative analysis of open and closed television news**. Journal of Communication. 1992. N.º42(2), Spring.

COMSTOCK, George & COBBIN, Robyn E. **Watching the watchdogs: trends and problems in monitoring network news**. In ADAMS William C. & SCHREIBMAN, Fay (editors). Television network news – Issues in content research. Washington, DC: George Washington University, 1978.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do Telejornalismo Brasileiro: a estrutura narrativa das notícias em TV**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2003. Tese de doutorado.

_____; VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio. **40 anos de telejornalismo em rede nacional: olhares críticos**. Florianópolis: Insular, 2009.

DAY-LEWIS, Sean (ed.) **One day in the life of television**. London: Grafton Books, 1989.

EHRLICH, Matthew C. **The journalism of outrageousness: tabloid television news Vs. Investigative news**. Columbia, SC: Association for Education in Journalism and Mass Communication, 1996. Journalism & Mass Communication Monographs. N.º 155, february, 1996.

EPSTEIN, Edward Jay. **News from nowhere**. New York: Random House, 1973.

FANG, Irving. **Television News**. New York: St. Martin Press, 1972.

GOLDING, Peter & ELLIOT, P. **Making the news**. New York: Longam, 1979.

JACOBS, Ronald. **Producing the news, producing thr crisis: narrativity, television and news work**. In MEDIA, CULTURE&SOCIETY. Vol. 18 (3), julho de 1996. London: Sage.



LANG, Annie. **Defining audio/ video redundancy from a limited-capacity information processing perspective**. In Communication research. Vol. 22 (1). London: Sage Periodicals Press, 1995.

KLATELL, David A. Associate professor of professional practice and coordinator of broadcast programs. New York, Columbia University. Outubro de 2001. Entrevista concedida a Iluska Coutinho.

MACDONALD, J. Fred. **One nation under television**. In The emergence of America television, the formative years.

MATTOS, Sérgio. **A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950 – 2000)**. Salvador: PAS-Ianamá, 2000.

MENDES, Lucas. Nova York, 2001. Influências americanas no telejornalismo brasileiro. Entrevista concedida a Iluska Coutinho.

RATHER, Dan & HERSKOWITZ, Mickey. **The camera never blinks twice – the further adventures of a television journalist**. New York: William Morrow and Company, 1994.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

ROSENSTIEL, Tom; GOTTLIEB, Carl and BRADY, Lee A. **Time of peril for TV news – quality sells, but commitment and viewership continue to erode**. Columbia Journalism Review – CJR, December, 2000. New York: Columbia University, 2000.

SCHOLL OF JOURNALISM. **Aula de telejornalismo**. Master in Journalism & Broadcast. New York: Columbia University, 2001.

SCHUDSON, Michael. **The power of news**. Cambridge, Massachusetts: Harvard Press, 1995.

_____. **Television myth and culture**. In CAREY, James (ed.) Media, myths and narratives: television and the press. Sage Annual reviews of communication research, vol.15. London, Sage, s/d.

THORBURN, David. **Television as an aesthetic medium**. In CAREY, James (edit.) Media, myths and narratives – television and the press. London: Sage Publications, 1988.

ZOUMER, Steven. **TV news off-camera: an insiders guide to news writing and newspeople**. Michigan: The University of Michigan Press, 1987.