



Ano 2 | # 3 | edição bimestral | maio e junho de 2009

Revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom

A influência da tecnologia e da inovação nos formatos de apresentação e redação de notícias na TV

TOURINHO, Carlos Alberto Moreira. **Inovação no telejornalismo**. O que você vai ver a seguir. Vitória, ES: Espaço Livros Editora, 2009. 304p.

ISBN: 978-85-61314-05-7

Juçara Gorski Brittes¹

Este livro testemunha a dimensão que assume um estudo que articula teoria e prática. O autor, jornalista há 25 anos, é chefe de reportagem e editor de séries especiais da TV Gazeta - afiliada da Rede Globo no Espírito Santo. Nos últimos anos vem conciliando suas atividades profissionais com a vida acadêmica, tendo obtido dois títulos de especialista. Em ambas as oportunidades, transforma suas monografias em textos acessíveis a um público mais amplo, dando-lhes formato de livro. No caso particular, apresenta pesquisas e reflexões realizadas durante o Curso de Pós-Graduação em Economia para Jornalistas e Comunicadores Institucionais, oferecido pelo Mestrado em Economia, da Universidade Federal do Espírito Santo. O exercício intelectual resultou em uma contribuição importante para a academia e para os profissionais da comunicação, devido a um elenco de características, sendo a primeira delas o enriquecimento da bibliografia sobre televisão, tema inexplicavelmente pouco explorado pela literatura científica.

Ao lado de reflexões inéditas, o autor oferece uma importante revisão bibliográfica sobre a história do jornalismo, da televisão e dos principais gêneros televisivos, pela primeira vez reunidos em uma única obra brasileira, SMJ. As informações foram

¹ Professora da Universidade Federal do Espírito Santo; graduada em Comunicação Social; mestre e doutora em Ciências da Comunicação.

organizadas de modo a permitir a observação de estudos consagrados a partir de um ângulo diferente. O fio condutor é a inovação materializada pela tecnologia e a correspondente influência exercida nos formatos de apresentação e de redação de notícias e noticiários, sem esquecer do entretenimento, representado pela telenovela e por programas humorísticos.

Chamo, ainda, atenção para dois aspectos de ordem científica que uma leitura atenta encontrará neste livro. Um diz respeito à metodologia, inserindo a técnica de entrevista usual do jornalismo às ferramentas convencionais para garantir mérito científico indispensável a qualquer pesquisa. Outro é o bem-sucedido exercício da multidisciplinaridade, reunindo teorias econômicas para analisar fenômenos de âmbito comunicacional.

Começo pelo instrumental utilizado para a coleta de dados. Apoiar-se em teses consagradas, por meio da revisão de literatura, é necessário e recorrente em qualquer trabalho científico, pelo simples fato de evitar a pretensão ou a ingenuidade de reinventar a roda. Mas tem que ser bem feito e aqui atende a mais exigente avaliação. A novidade, que vem sendo timidamente praticada, é a entrevista servindo-se de linguagem jornalística para capturar informações relativas a fatos testemunhados pela fonte. Tenho reclamado *status* científico para o relato, por considerá-lo uma ferramenta metodológica privilegiada para de captação de informações. Nos permite vasculhar a memória em sua condição de registro histórico, e devolver-lhe seu lugar entre os instrumentos reconhecidamente aptos ao compartilhamento de conteúdos. Respeitados os preceitos éticos, a entrevista elaborada nos moldes jornalísticos, não deixa nada a desejar em comparação a documentos primários, por exemplo.

Outra contribuição desta obra refere-se à identidade dos campos epistemológicos das ciências da comunicação e da informação, severamente abala pela perspectiva de religamento de todos os campos do conhecimento. A própria categorização em áreas, campos e ramos tende a ser revista, dada a impossibilidade de manter os saberes confinados a setores, repartidos em compartimentos estanques. As metáforas de procedência fundiária revelam o aspecto de defesa territorial dos campos e das áreas, como ensina Peter Burke, comparando acadêmicos a agricultores em luta para defender seu pedaço de terra. Remete, ainda, a impérios do conhecimento, encastelados em diferentes domínios.

Ao trazer abordagens teóricas da economia para a comunicação, o autor não só pratica a tão aconselhada multidisciplinaridade, que enriquece os raciocínios, como participa da tarefa, em curso, de redefinir o âmbito de abrangência dos estudos comunicacionais ou informacionais. Conceitos sobre inovação tecnológica, aplicados em setores industriais, são aqui redirecionados para observar a operação intrínseca do ato comunicativo mediado pela televisão. Habitados a tratar sobre *agenda-setting* e *gate keeper*, entre outras hipóteses das teorias do jornalismo, os comunicólogos agora são convidados a pensar sobre o mesmo fenômeno, mas sob a perspectiva da obsolescência programada, da destruição criativa, entre outros constructos das ciências econômicas e das engenharias. A obra deixa perceber que a reunião de tais conceitos para a observação da informação e da comunicação já têm maturidade junto às teorias neo-shumpeterianas, na construção de modelos analíticos sobre o papel desses dois elementos na economia.

Tourinho faz o caminho inverso para responder suas questões de pesquisa, assim formuladas: Por que os telejornais mudam? Qual é o elemento determinante das mudanças e como elas ocorrem? Sua resposta toma o cuidado de fugir da simplificação, optando pela complexidade, pela minúcia. Primeiro conta a história destas mudanças à luz de sucessivos episódios tecnológicos que acarretaram conseqüências para cada elemento do telejornalismo, desde a fala até a imagem vista pelo telespectador. Não deixa o receptor de fora da problemática, respeitando as teses culturalistas, muito menos a conjuntura sócio-econômica que envolve a plataforma televisiva. A seguir define seu instrumental teórico e parte para demonstração da hipótese, sobre a qual não nos pronunciamos, para não contar o fim do filme e estragar a surpresa. Mas asseguramos que satisfará tanto a estudantes e estudiosos das ciências da comunicação e da informação, quando aqueles que ensaiam os primeiros passos na temática, seja por curiosidade, seja por interesse acadêmico.

