

INTRODUÇÃO

Quando se fala em televisão, recorre-se quase sempre a um velho provérbio chinês, bastante conhecido: *uma boa imagem vale mais do que mil palavras*. Uma idéia tão simples quanto a sabedoria oriental: a imagem é mais forte do que a palavra, a imagem diz o que a palavra não traduz.

O jornalista que trabalha em televisão tem um primeiro desafio a enfrentar: a imagem vai comandar o seu texto?

A imagem parada, a fotografia, revela emoção. A imagem viva, em movimento, carrega uma dose muito maior de emoção. As palavras de- vem, então, servir de suporte a essa imagem, dar apoio, complementá-la. Frases de efeito precisam ser deixadas de lado. A imagem em movimento transmite muito mais efeitos.

É com a imagem que a televisão compete com o rádio e o jornal. É com a imagem que a TV exerce o seu fascínio e prende a atenção das pessoas. É preciso respeitar a força da informação visual e descobrir como associá-la à palavra, porque a informação na TV funciona a partir da relação texto/imagem.

Coloquial, claro e preciso. Objetivo, direto. Informativo, simples e pausado. São características de um texto jornalístico de televisão. São também desafios para quem quer escrever para TV.

O jornalista, ao se colocar como um intermediário entre a TV e o telespetador, precisa rever conceitos. Descobrir o papel da palavra na TV é um novo aprendizado. E obter um resultado de boa qualidade requer dedicação ainda maior.

"Escrever é cortar palavras", dizia o poeta Carlos Drummond de Andrade, em um ensinamento antigo e repetido entre os profissionais de TV. Mineiramente, adverte que um texto "enxuto" é um bom texto.

Drummond não se referia ao telejornalismo, mas a lição serve como uma liuva.

Já do poeta pantaneiro, Manoel de Barros, podemos nos apropriar de um outro ensinamento que floresce de sua poesia, e também pode nos indicar o rumo para o texto na TV: "É preciso periar o difícil caminho da busca da palavra, necessária e insubstituível, que, como a água, flui."

Na verdade, em telejornalismo — como nos vários formatos de jornalismo — não existem fórmulas. Cada um que se dedicar a esse trabalho vai descobri-lo, praticamente sozinho, os caminhos e as soluções para o exercício da profissão.

Mas existem algumas regras que podem ajudar o telejornalista a praticar o que se convencionou chamar de texto coloquial ou texto casado com a imagem. É sobre essas regrinhas que vamos falar agora. Entrevistas e conversas com profissionais, pesquisa em livros e manuais, as aulas de português na redação da Rede Globo e um pouco da minha experiência me ajudaram a dar forma aos capítulos desta segunda parte.

A análise do que se faz atualmente em telejornalismo no Brasil, a discussão crítica — sempre saudável — não faz parte deste trabalho. A minha crença é que vale a pena informar para telespectadores (nem sempre) atentos, lá do outro lado da telinha e, dessa forma, transmitir conhecimento.

A mensagem que vai atingir as pessoas depende da razão e da emoção do jornalista que a escreve. Assim, o que importa acima de tudo é realizarmos o nosso trabalho com independência, honestidade, isenção, imparcialidade, ética e respeito ao ser humano. A busca da verdade não termina jamais!

ESTRUTURA DA TV

"A TV mostrou. Eu vi!"

Temos que reconhecer a sua existência, observá-la e questioná-la... Talvez seja no espaço destinado ao jornalismo que a televisão mais se comprometa: a evolução tecnológica ao mesmo tempo em que globaliza o mundo, acentua desigualdades, provoca contradições, abre horizontes...

Em jornalismo, muitas vezes o rádio ainda está à frente, tem a vantagem do imediatismo da notícia. A alta tecnologia dá ao rádio condições para transmitir um fato com muita velocidade e no exato momento em que ele acontece. E mais, o rádio está em toda parte — na casa, no banheiro, na rua, no carro, no ônibus, no trabalho, no *jogging*, nos estudos, é o veículo de comunicação mais integrado à vida do homem.

Mas se o rádio consegue dar a notícia "em primeira mão", não há dúvida de que a TV surge com a sua arma poderosa e infalível: a informação visual, a imagem em movimento. Se alguém ouve no rádio uma notícia de grande impacto, logo depois liga a TV, em busca de mais informações. Mas, principalmente, atrás de algo que nenhum outro veículo pode fornecer: a mensagem sonora aliada à mensagem visual. A televisão combina a utilização simultânea de dois sentidos do ser humano, a visão e a audição. Sem contar que uma notícia de grande impacto afeta as pessoas de forma emocional. Dependendo da intensidade, da força, uma imagem que aparece no ar por escassos 15 segundos permanece na mente do telespectador por muito tempo, às vezes para sempre.

Se a televisão se impõe através da informação visual, é ainda limitada quanto à análise da mensagem que emite. A programação da TV — e aqui estamos falando da TV aberta — tem um ritmo contundente,

O TEXTO ESCRITO PARA SER FALADO

Em telejornalismo o texto é escrito para ser falado (pelo locutor) e ouvido (pelo telespectador). Pela própria característica dos veículos eletrônicos de comunicação — a instantaneidade —, o receptor deve “pegar a informação de uma vez”. Se isso não acontece, o objetivo de quem está escrevendo — transmitir a informação — fracassa.

Vamos partir então do princípio de que essa é uma diferença básica entre o texto do jornal impresso e o texto do telejornal. O jornalista é o mesmo, a lauda é semelhante, a intenção de passar a notícia é igual. O que é diferente: a forma de transmitir a informação.

Quem pretende escrever em uma lauda (ou script) de telejornal tem que se preocupar, de imediato, com o fato de que o seu texto vai ser lido em voz alta por alguém (repórter ou apresentador, não importa). Lido em voz alta e captado (ouvido) de uma só vez, pelo telespectador.

Primeira dica: leia sempre, em voz alta, o seu próprio texto. Não se iniba! Só assim você vai conseguir descobrir certos problemas, sentir o que está faltando e o que pode ser mudado.

A leitura em voz alta é uma regra fundamental para identificar palavras rimadas — as palavras em sequência com a mesma terminação. Essas palavras, em um texto impresso, podem não atrapalhar tanto, mas em um texto falado soam de forma desagradável. O excesso de palavras que terminam em “ão”, ao mesmo tempo que dificultam a leitura do locutor, machucam o ouvido do telespectador...

Leia em voz alta:

A seleção já está na concentração,
em preparação, para o jogo contra o Japão.

NO OUVIR A SUA PRÓPRIA VOZ, VOU PERCEBER QUE A MINHA LINGUAGEM DEVE REESCREVÊ-LA:

A seleção já está concentrada,
e se prepara para o jogo contra o Japão.

Por trás da leitura em voz alta há também uma preocupação bem maior: a sonoridade das palavras. No caso do telejornalismo, o efeito sonoro do texto passa a ter real importância, já que estamos trabalhando em um veículo em que o sentido da audição é muito explorado.

Muitas vezes, descobrir um sinônimo para a palavra empregada pode dar harmonia à sonoridade da frase sem qualquer prejuízo à informação. Outra boa solução: mudar a ordem das palavras.

Mas, atenção aos cacófonos, lembrem o que é? Eles aparecem quando ocorre a união da sílaba final de uma palavra com a primeira da seguinte e podem “criar” palavras bem desagradáveis, que não têm nada a ver com o texto:

O time carioca ganha a partida...
O boom da propaganda mundial...
Um sueco corajoso venceu o desafio...

Esses detalhes ficam evidentes e claros, fâcetis de ser solucionados, sempre que a leitura do texto em voz alta se tornar um hábito. É muito comum, nas redações de telejornal, encontrarmos jornalistas “falando sozinhos”. Eles estão repassando seu texto, como se fossem o apresentador, com entonação, com interpretação, com a força das palavras que estão usando. É é nesse momento que erros primários, encontrados com frequência nos textos dos telejornais, podem ser corrigidos.

Leia em voz alta, e releia o texto antes de considerá-lo pronto. Vai descobrir frases sem sentido, falta de informação, palavras repetidas, estilo pobre.

Veja:

A gasolina americana já está mais barata.
Os preços caíram por causa da queda do
preço do petróleo.

Os preços caíram por causa da queda...???

próprio de sua natureza como meio de comunicação de massa, e acaba voltada à transmissão de notícias de maneira breve. O que se considera vantagem da TV (superficialidade) aliada a uma vantagem (imagem) gera um momento peculiar dentro do processo global de informação. A TV estimula e provoca o interesse e a necessidade de se apoiar o conhecimento dos fatos: acreditamos no poder motivador da TV enquanto meio de informação.

A partir dessa breve análise da TV como veículo de comunicação de massa, reunimos aqui as características da sua estrutura que nós, jornalistas, devemos conhecer e às quais devemos estar atentos no momento em que estivermos escrevendo um texto para a TV.

- *Informação visual:* transmite mensagens através de uma linguagem que independe do conhecimento de um idioma ou da escrita por parte do receptor. A TV mostra e o telespectador vê: ele se informa, está recebendo a notícia e ampliando o seu conhecimento.
- *Imediatismo:* transmite informação contemporânea quando mostra o fato no momento exato em que ele ocorre através da imagem — o signo mais acessível à compreensão humana. A TV tem hoje uma agilidade muito grande, porque o aparato técnico para uma transmissão está muito simplificado. Pequenas emissoras já possuem unidades móveis de jornalismo para reportagens "ao vivo" que são instaladas com rapidez e velocidade. Os satélites mostram fatos do outro lado do mundo.
- *Alcance:* a TV é um veículo abrangente e de grande alcance. Ela não distingue classe social ou econômica, atinge a todos. O jornalismo na TV tem, portanto, que considerar como vai tratar uma notícia, já que ela pode ser "vista" e "ouvida" de várias maneiras diferentes.
- *Instantaneidade:* a informação da TV requer "hora certa" para ser vista e ouvida — a mensagem é momentânea, instantânea. Ela é "captada" de uma só vez, no exato momento em que é emitida. Não tem como "voltar atrás e ver de novo", ao contrário de jornal ou revista.
- *Entoimento:* a TV exerce fascínio sobre o telespectador, pois consegue transportá-lo para "dentro" de suas histórias. Não existe

um padrão de linguagem televisiva, mas há no telejornalismo a forma pessoal de "contar" notícia e a familiaridade com reporteres e apresentadores, que seduzem e atraem os telespectadores.

- *Superficialidade:* o ritmo da TV proporciona uma natureza superficial às suas mensagens. Os custos das transmissões, os compromissos comerciais e a briga pela audiência impedem o aprofundamento e a análise da notícia no telejornal diário. Há programas específicos de maior densidade jornalística.

- *Índice de audiência:* a medição do interesse do telespectador orienta a programação e cria condições de sustentação comercial. O índice de audiência interfere de modo direto, a ponto de a emissora se posicionar dentro de padrões (trilhões) que são os resultados de aceitação por parte do público-telespectador.

É melhor:

A gasolina americana já está mais barata.
É resultado da queda do preço do petróleo.

Outro exemplo:

O presidente da Iugoslávia disse que a solução para a crise do Kosovo só pode ser solucionada a longo prazo e por meios políticos.

A solução só pode ser solucionada...???

Veja este:

Dezenas de caças decolaram na noite de quarta-feira da base italiana de Aviano.
Os aviões se dirigiram em direção ao território Iugoslavo.

Os aviões se dirigiram em direção...???

Reescreva os textos anteriores. Vale ou não vale a pena perder alguns minutinhos para ler em voz alta, reler o texto antes de considerá-lo pronto?

É ainda com a prática da leitura em voz alta que surgem as palavras mal colocadas em uma frase, as palavras que quebram o ritmo do texto. E o ritmo é fundamental no texto de TV.

Ao ritmo da melodia se dança. Ao ritmo do texto o telespectador capta a mensagem, apreende a informação. O ritmo favorece a concentração de quem está assistindo à TV. Não deve ser conturbante ou agressivo, mas também não deve ser monótono ou lento. Duas sugestões para conseguir um bom ritmo no seu texto de TV:

- **Frases curtas:** elas ajudam a compreensão. Uma série de frases curtas dá um sentido de ação à notícia e passa informação sem tópicos. Uma só frase de seis ou sete linhas (no script-padrão de telejornalismo) é considerada uma frase longa. Longa para a leitura do locutor e longa para o ouvido do telespectador. Use tam-

bém palavras pequenas, curtas — desde que não comprometam a informação. Mas, atenção: é preciso saber variar o tamanho das frases no texto como um todo para evitar o estilo telegráfico. Não estamos mandando um telegrama ao telespectador. O que queremos é que ele acompanhe, compreenda e retenha a informação.

- **Pontuação:** ela dá o “embalo” ao texto. Uma pontuação bem colocada vai indicar as pausas e o tom em que esse texto deve ser lido. Vírgula, dois pontos, reticências, ponto final: os sinais ortográficos mais usados em scripts de telejornalismo. Uma dose certa deles permite intervalos, pausas, entonação da voz que vão ajudar na compreensão do texto e também ajudam na respiração do locutor. E aí, mais uma preocupação: o locutor precisa respirar enquanto lê, por melhor que ele seja. Pode parecer óbvio, mas muitos locutores reclamam disso. É que se o texto não estiver pontuado corretamente, o apresentador pode parar, sem fôlego, no meio de uma frase e até alterar o sentido da informação.

Leia alto:

A elevação brusca no preço dos aluguéis está preocupando as administradoras que, há mais de três meses, não encontram locatários que possam pagar mil e duzentos reais mensais por imóveis de dois quartos. Por isso, muitos proprietários preferem manter seus imóveis fechados aguardando que a situação mude a curto prazo e então possam encontrar inquilinos confiáveis. (Ufal)

Pois é, esse texto tem vírgulas demais, frases longas e intercaladas, confunde quem está ouvindo. Frases intercaladas entre vírgulas podem ser usadas em jornais e revistas, mas em televisão devem ser esquivadas.

Leia agora:

As administradoras estão preocupadas com a elevação brusca nos preços dos aluguéis. Há três meses, não encontram quem possa pagar

mil e duzentos reais mensais por um imóvel de dois quartos. Os proprietários preferem manter seus imóveis fechados até que a situação mude.

Se for reescrito (tentar!) pode ficar melhor, mais claro, mais objetivo, mais direto...

Todos esses detalhes são percebidos na leitura em voz alta. Uma, duas, três vezes. Ou quantas forem necessárias. Se houver tempo, e se possível, peça para outra pessoa para ler o seu texto. Ou ainda, leia em voz alta para ela. É mais uma opinião.

Duvide. Corrija. Releia: faça de conta que você é o apresentador que vai ler esse texto, no ar, ao vivo, para todo o Brasil... E então, o telespectador, ele vai captar sua mensagem? Ou ele vai ter dúvidas quanto à informação que você está querendo passar? Tense sempre nisso. Estamos escrevendo para outra pessoa entender. Não estamos escrevendo para nós.

Resumindo

- O texto de TV é escrito para ser falado (pelo apresentador) e ouvido (pelo telespectador) — diferença básica entre o texto jornalístico de TV e o impresso — de jornal ou revista.
- Leia sempre seu texto em voz alta, quantas vezes forem necessárias; sempre que possível, leia para outra pessoa. Mesmo que considere o texto pronto, releia.
- Evite rimas e palavras com a mesma terminação por causa do efeito sonoro das frases; procure sinônimos para as palavras.
- Não permita que os cacófalos invadam seu texto.
- Preocupe-se com o ritmo do texto: procure usar frases curtas, palavras curtas, se possível, e pontuação correta.
- Evite as frases intercaladas, entre vírgulas, elas são inimigas do texto de televisão; evite frases longas.
- O apresentador precisa respirar, as pausas são importantes.
- O texto de TV deve ser entendido de forma instantânea pelo telespectador. Não dá para ele voltar atrás e “ouvir de novo”... E isso é nossa responsabilidade.

- **Exercício:** Abra uma revista semanal (*Véja*, *Ístua* ou *Época*) e escolha uma das reportagens maiores, sobre qualquer tema. Leia com atenção toda a reportagem.

Feche a revista e tente escrever um texto sobre o assunto, em dez linhas, com as suas palavras. Faça o seu texto contando aquela história.

Ao terminar, procure perceber qual informação você deixou de fora. Era realmente importante? Então, reescreva.

Sempre em dez linhas. Um texto curto, enxuto, bem escrito com suas palavras, como se você estivesse contando essa história para alguém.

O TEXTO CASADO COM A IMAGEM

Quando o telespectador liga a televisão para assistir ao telejornal ele quer saber as notícias, tomar conhecimento dos fatos através da imagem de tais fatos. Quando existe uma imagem forte de um acontecimento, ela leva vantagem sobre as palavras. Ela é suficiente para transmitir, ao mesmo tempo, informação e emoção.

Não vamos ver aqui a imagem como uma espécie de rainha, uma soberana que se impõe aos seus súditos pela simples presença. Mas, vamos refletir em cima de algo que entra na casa das pessoas possibilitando-lhes a visão de uma realidade externa aquela em que vivem. É nesse contexto que entendemos as imagens no telejornalismo.

Só se faz TV com imagem, mas a palavra tem lugar garantido. O nosso desafio é descobrir como e quando usar a palavra.

Em telejornalismo, a preocupação é fazer com que texto e imagem amanhem juntos, sem um competir com o outro: ou o texto tem a ver com o que está sendo mostrado ou não tem razão de existir, perde a sua função. O papel da palavra é dar apoio à imagem e não brigar com ela... Se observarmos com atenção algumas reportagens na TV, vamos notar a total incompatibilidade entre texto e imagem.

Há casos de redundância, quando o texto descreve exatamente o que se vê. Há casos de paralelismo, quando texto e imagem não se complementam, caminhando lado a lado, de forma independente. Há casos de distanciamento, quando texto e imagem não têm absolutamente nada a ver um com o outro.

Para escrever um texto de TV, precisamos, antes de tudo, saber quais imagens disponíveis que temos para serem usadas de forma coordena-

denada com as informações. Não podemos escrever uma palavra que seja ignorando as imagens, sem conhecer as imagens. Temos que levar em conta que estamos trabalhando primordialmente com a imagem. Sem ela estaremos fazendo rádio, revista ou jornal.

A imagem é parte da natureza da TV, e em telejornalismo precisamos casar imagem e informação.

Então, de imediato vamos verificar se temos imagens correspondentes às informações que pretendemos incluir no nosso texto. Temos? Ótimo, já dá para começar a contar nossa história. Não temos? Vamos em busca de alguma solução visual que possa nos ajudar na edição da matéria.

Somente a partir desse primeiro passo é que o jornalista pode começar a escrever: com as imagens na cabeça e com as informações no bloco de apontamentos é que ele vai construir o texto.

A idéia de se fazer um texto descritivo, uma espécie de "audiovisual", deve ser totalmente deixada de lado. Não há necessidade de se descrever o que o telespectador já está vendo. É óbvio demais. E chato. A narrativa da matéria vai se tornar redundante e cansativa.

Para se associar à imagem — sem redundância —, o texto precisa basicamente identificar os elementos fundamentais da notícia. Além, uma prioridade de qualquer texto jornalístico — independentemente de estilo, forma ou veículo. Mas, na TV, é com palavras precisas, bem escolhidas, que o texto deve responder às seis perguntas clássicas — os elementos fundamentais de toda notícia: Quem? O quê? Quando? Onde? Como? For quê?

Sem descrições redundantes, com informações fundamentais, simples e diretas, o texto vai naturalmente se casar com a imagem...

A esses ingredientes devemos acrescentar algo que muitas vezes está no próprio jornalista: a emoção. Na prática do trabalho com a imagem, a sensibilidade também se desenvolve. Juntar imagem, emoção e informação é uma boa saída para transmitir a notícia com a qualidade ideal. E assim, cada um que escreve para a TV deve ainda encontrar um estilo próprio, pessoal, intransferível, de forma a se destacar do estilo padronizado que encontramos na televisão brasileira.

Chamamos um exemplo para esclarecer a idéia que queremos passar. Temos uma notícia, um fato: um grupo de semi-terra invade uma fazenda

da. O proprietário chama a polícia para que eles sejam retirados de lá. Os sem-terra já montaram barracas de lona e pretendem lutar pela posse da terra. Vamos imaginar:

Imagens barracas, homens, mulheres e crianças, policiais investindo sobre o acampamento e as consequências dessa ação.

Texto Os policiais chegaram com tudo, pela manhã, na área da fazenda onde os sem-terra estão acampados. Eles vieram a cavalo e trouxeram também vários tralozes. Cada barraca do acampamento foi sendo destruída, uma a uma, com muita violência. Dezenas de homens, mulheres e crianças, desesperados, corriam para todos os lados. Eles levavam nas mãos o pouco que podiam salvar de suas coisas.

Esse texto está descrevendo, literalmente, a ação mostrada nas imagens, com muitos detalhes, muitos adjetivos, frases longas, intercaladas, palavras que mais confundem do que esclarecem. As duas mensagens que estão sendo emitidas (visual e auditiva) estão redundantes, repetitivas. Podemos poupar o telespectador disso, e ainda sermos mais eficientes na emissão de nossa mensagem.

Vamos relatar o texto, lembrando: temos uma imagem forte, uma imagem de impacto; temos emoção; temos informação. Veja como pode ficar:

A polícia chegou cedo para retirar os sem-terra da área invadida. Em pouco tempo, o acampamento foi destruído...
(sobe som ambiente)

Homens, mulheres e crianças saíram correndo e ainda tentaram salvar o que sobrou....
(sobe som ambiente; fade de áudio e vídeo)

Na indicação "som ambiente" estará caracterizada toda a força e a natureza da imagem, sem necessidade de palavras, sem necessidade de descrever a cena. Apenas com o "som ambiente" da situação.

A imagem tem a narrativa própria, e para transmitir a emoção de um momento, o silêncio ou o som original do que está acontecendo, vale mais do que frases descritivas, longas, repetitivas. Nesse exemplo, a palavra perde em força para a imagem. Por isso, devemos saber medir essa diferença e equilibrar a nossa matéria com esses dois elementos e suas características. É apenas isso, e nada mais.

Ainda devemos levar em conta um fator importantíssimo: a televisão nunca é dona absoluta do ambiente. Onde quer que ela esteja, está sofrendo a interferência de outros elementos. Muitas vezes a TV está na sala de jantar e o jornal é apresentado na hora das refeições. Não há, com certeza, uma concentração — a mesma que existe, por exemplo, em uma sala escura de cinema — para atrair a atenção total dos telespectadores.

Existem alguns recursos de texto que podem ser usados para sensibilizar o telespectador para determinada notícia, destacando o que está para ser anunciado:

Atenção para esta última informação...
Uma notícia que acabamos de receber...
Urgente: as agências informam que....

Existem também os recursos de texto para ressaltar determinadas imagens da matéria, para valorizá-las ou mesmo para permitir que o telespectador esteja atento naquele momento:

Vamos acompanhar as imagens...
Vejam agora imagens exclusivas...
Os detalhes nas imagens em câmera lenta...

A sensibilidade aliada ao bom senso, que todo jornalista deve ter, val indicar como e quando esses recursos precisam ser usados.

E não devemos nos esquecer: como a imagem está sempre em destaque na TV, as informações visuais serão bem captadas pelo telespectador. Quando temos um texto jornalístico que, por alguma razão, não possui imagens correspondentes, devemos buscar uma forma de visualizar a informação: podemos lançar mão de recursos gráficos que,

ao acompanhar tal texto, vão facilitar a compreensão. São os recursos visuais produzidos a partir de informações, tais como mapas, selos, desenhos, gráficos, quadros parados, legendas, fotos, animação, simulação, reconstrução etc. Essas "imagens" são chamadas em telejornalismo de artes, e são criadas pela Editora de Arte das emissoras de TV. As artes introduzidas em uma reportagem devem ter o objetivo claro de ajudar o telespectador a entender a mensagem que está sendo transmitida. Devem ser usadas na medida exata, discretas e eficientes, evitando transformar a matéria em uma alegoria.

Já temos visto no telejornalismo brasileiro um recurso de arte muito utilizado nos Estados Unidos: quando não são permitidas câmeras e microfones dentro de um tribunal onde está acontecendo um julgamento de grande mobilização, um desenhista pode reproduzir as cenas acontecidas no tribunal, e os desenhos passam a ser as "imagens" do texto jornalístico, de forma que o telespectador tenha como visualizar a informação que está recebendo.

O que concluímos aqui é que a imagem realmente deve ser uma preocupação constante na matéria, desde a elaboração da pauta, em todas as etapas da produção, até a edição final. Não podemos conceber uma reportagem de TV sem que prevaleça a presença da imagem.

Resumindo

- Não se faz TV sem imagem, mas a palavra tem lugar garantido.
- É preciso combinar informação visual com informação auditiva sem prejuízo para uma ou outra.
- O papel da palavra é dar apoio à imagem e não competir com ela; texto e imagem devem ser complementares e não excluídos.
- Verifique quais são e como são as imagens disponíveis, antes de escrever o texto: é muito importante saber exatamente se existem imagens que correspondem às informações que vão estar no texto.
- O texto não deve ser descritivo. Não há necessidade de se descrever o que o telespectador já está vendo. Evite redundâncias entre imagens e texto; evite paralelismo.
- Identifique no texto os elementos fundamentais da notícia: Quem? Que? Quando? Onde? Como? e Por quê?
- A simplicidade na associação texto/imagem vem da sensibilidade do jornalista.

- A imagem tem uma narrativa própria e pode transmitir informação e emoção, sem palavras.
- Uma imagem forte pode ser valorizada por recursos de texto.
- Um texto jornalístico pode precisar de recursos visuais para ser bem compreendido, as artes.
- Não podemos conceber uma reportagem de TV sem que prevaleça a força da imagem. Desde a pauta, durante a produção e a gravação de uma reportagem, é importante ter em mente que aquela matéria só é assunto para televisão se tem imagem....

O TEXTO COLOQUIAL

Segundo o *Aurilio*, o texto chamado de coloquial é aquele que tem o “estilo em que se usam vocabulário e sintaxe bem próximos da linguagem cotidiana”.

Simplificando: linguagem coloquial é a usada na conversa entre duas ou mais pessoas. Pois é: aí está talvez a característica mais importante do texto de televisão.

Sempre que o jornalista for escrever para a TV, ele deve lembrar que estará contando uma história para alguém, como se estivesse conversando com essa pessoa. É para ela que vai transmitir suas informações. Com essa idéia na cabeça, fica mais fácil escrever um texto que deve ser assumido, instantaneamente, por milhões de telespectadores.

As qualidades da linguagem coloquial passam a ser as exigências do texto jornalístico de TV.

Mas, acima de tudo, é preciso levar em conta as regras e a obediência gramatical. A TV tem obrigação de respeitar o telespectador e transmitir informação em uma linguagem coloquial e correta. É preciso também ter muito cuidado com o uso da gíria, porque ela pode vulgarizar um texto e não ser bem compreendida. É preciso respeitar as regras.

A busca do texto coloquial consiste em se encontrar um texto de entendimento comum para a mensagem que será transmitida.

Toda vez que um telespectador ouve uma palavra ou uma frase, ela é processada e conectada — associada — a algo já conhecido. É *linkada* a alguma coisa que já está na memória dele. Se as palavras — tanto no *OFF* quanto na passagem de um repórter, ou mesmo em um *lead* ou em uma nota ao vivo — são confusas, desconhecidas, complexas, eruditas,

ambíguas, fracas ou específicas, o telespectador simplesmente ignora-as e passa a se fixar na imagem.

O telespectador só ouve o texto uma vez, por isso deve ser capaz de captá-lo, processá-lo e retê-lo instantaneamente. Não há uma segunda chance. Se o telespectador se desligar, não há desculpas: o erro foi nosso.

Quanto mais as palavras (ou o texto como um todo) forem “familiares” ao telespectador, maior será o grau de comunicação. As palavras e as estruturas das frases devem estar o mais próximo possível de uma conversa. Devemos usar palavras simples e fortes, elegantes e bonitas, apropriadas ao significado e à circunstância da história que queremos contar.

Estamos falando de texto simples, mas não pobre ou vulgar, estamos falando de texto natural, e não “rebuscado” ou literário.

Veja:

Enquanto a genitora do morto recebia
as condolências, os agentes da lei protegiam
o atalhe do colega, porém a causa mortis ainda
não foi revelada.

Parece exagerado, não? Mas no começo da televisão, nos anos 50, quando os telejornais seguiam o modelo do rádio, o estilo era esse.

Com o tempo, os jornalistas foram descobrindo uma linguagem mais próxima das pessoas comuns, substituindo palavras e expressões clássicas e eruditas por outras que fossem compreendidas com mais facilidade pelo telespectador. Esses termos não significam pobreza de vocabulário, mas variações dentro dos recursos que a língua nos oferece.

Veja agora:

Os policiais protegiam o caixão do colega,
e a mãe dele recebia os cumprimentos.
Ainda não se sabe a causa da morte.

Usar frases na ordem direta também ajuda a simplificar... e ajuda muito na compreensão da notícia. Na ansia de se fazer literária e não jornalística, os textos no telejornalismo acabam confundindo o telespectador, em vez de informar, esclarecer, levar conhecimento. Portanto, o melhor é abusar da ordem direta e evitar frases intercaladas,

frases entre vírgulas que explicam, explicam, explicam e demoram a chegar ao ponto principal. Não é limitação de estilo, é clareza. Veja:

O presidente da Iugoslávia disse que, apesar do momento de tensão, diante de um ataque iminente das forças da Otan, o povo iugoslavo deve seguir vida normal.

Na ordem direta, evitando as frases intercaladas,

O presidente da Iugoslávia quer que o povo tenha vida normal, apesar do momento de tensão por causa do ataque iminente das forças da Otan.

Além de mais claro, mais objetivo, a informação será retida pelo telespectador:

Na ordem direta, os termos da oração são colocados seguindo uma regra gramatical básica:

sujeito + verbo + predicado

Observação: sujeito e predicado são os termos essenciais da oração. **Sujeito** é o termo sobre o qual se declara alguma coisa; é o termo com que o verbo deve concordar. E nunca deve estar separado do verbo por vírgula.

Predicado é o que se declara do sujeito; é tudo que compõe a oração, menos o sujeito. O predicado possui um verbo — que pode ou não ser o seu núcleo —, os complementos, termos integrantes da oração, e os adjuntos, termos acessórios.

A ordem direta segue a seguinte colocação:



Qualquer modificação nessa estrutura determina a ordem inversa, usada por força ou por necessidade de um estilo, mas que pode comprometer a clareza e a compreensão:

Há dois anos, manifestou o interesse pelo Brasil, o líder socialista.

Manifestou o interesse pelo Brasil, o líder socialista, há dois anos.

Como o nosso papel é passar a informação clara de uma única vez — não há segunda chance para o telespectador —, a ordem direta é muito mais eficiente, e ainda uma boa ajuda para resolver a concordância verbal, considerada por vários gramáticos como uma das maiores dificuldades da língua portuguesa.

Outra dica: esquença a estrutura de frases com sujeito ou verbo ocultos porque ela pode dar sentido ambíguo ao texto, e confundir a informação.

Veja:

Disse que fosse ao distrito para interrogatório.
(quem disse? quem deveria ir?)

É melhor:

O delegado disse que a testemunha fosse ao distrito...

O ideal é buscarmos exemplos na conversa do dia-a-dia. Na linguagem coloquial usamos o verbo no presente do indicativo quando a situação é de futuro próximo, e do futuro composto no lugar do futuro do indicativo.

Portanto:

Os professores *entram* em greve amanhã.
(em vez de *entrarão*)

Os professores vão *entrar* em greve na semana que vem.
(em vez de *entrarão*)

O texto jornalístico de televisão tem ainda duas qualidades fundamentais:

- **Precisão:** o uso de palavras adequadas ao que se quer informar, palavras que não tenham duplo sentido. Escolha a palavra correta. E, se usar algum termo que possa confundir o telespectador, vale a pena explicar o sentido naquela situação.

Em vez de:

O filme ganhou inúmeros prêmios nos vários Festivais de cinema nos países europeus.

Use:

O filme ganhou trinta e dois prêmios nos Festivais de cinema que concorreu na Europa.

Em vez de:

Médicos especialistas reunidos num congresso em Lyon apresentam novos tratamentos para portadores do vírus da Aids.

Prefira:

Em um congresso em Lyon, na França, os médicos mostram os novos tratamentos para portadores do HIV.

- **Concisão:** faça frases que tenham toda a informação com as palavras necessárias, sem exageros. Se as palavras forem precisas, naturalmente a frase vai ser concisa e transmitir o essencial. O texto sairá " enxuto". Evite escrever com muitas palavras o que pode ser escrito com poucas, sem prejudicar o sentido. E evite também as redundâncias.

Veja:

Todos sem exceção devem permanecer em suas casas até o dia amanhecer.

Prefira:

Todos devem permanecer em casa até o amanhecer.

Mais um exemplo:

A empresa informou que a data da chegada dos novos equipamentos será ainda no mês de maio.

É melhor:

A empresa informou que a chegada dos equipamentos será em maio.

Acompanhe agora as diferenças entre algumas expressões que são muito usadas, e que, além de redundantes, ocupam tempo no texto de TV. Veja como o seu texto pode ser mais enxuto, mais objetivo, mais específico.

Em vez de	Use
de comum acordo	de acordo
recente inovação	inovação
velha tradição	tradição
planos futuros	planos
sair para fora	sair
fato real, verídico	fato
todos sem exceção	todos
hemorragia de sangue	hemorragia
elo de ligação	elo
empréstimo temporário	empréstimo
previsões para o futuro	previsões

planejamento antecipado	planejamento
consenso geral	consenso
fortemente armado	armado
o dia amanheceu	amanheceu
duas metades	metade
surpresa inesperada	surpresa
acordo amigável	acordo
pequenos detalhes	detalhes
ganhar intrinsecamente grátis	ganhar
com o objetivo de	para
travar uma discussão	discutir
neste momento nós acreditamos	acreditamos

O uso de adjetivos, em princípio, é condenado na busca da conclusão. Se entretam a frase, devem ser evitados; se complementam a informação, eventualmente podem ser usados. Mas um texto é sempre mais consistente quanto mais substantivo ele for.

Ainda uma observação: no Brasil, a linguagem coloquial, do cotidiano, muda muito de região para região — são os regionalismos incorporados ao linguajar do povo brasileiro. É lógico que na medida em que estamos em busca do entendimento para a nossa mensagem é muito importante levar em consideração o tamanho do país em que vivemos e os diferentes graus de comunicação que uma mesma mensagem pode ter.

Nem sempre o que é claro para a população do Sul do país é claro para a população do Nordeste, uma vez que alguns hábitos e algumas palavras têm características regionais.

E sempre vamos preferir um texto objetivo. A objetividade é o resultado de uma unidade de raciocínio, com informações que “caminham” interligadas de maneira clara, desde o início até a conclusão. O texto objetivo é coerente, lógico, não mistura idéias, ao contrário, as desenvolve em sequência e com harmonia. É de um texto “redondo” que precisamos no jornalismo, um texto com começo, meio e fim...

Resumindo

- A linguagem coloquial é a usada na conversa entre duas ou mais pessoas, é a linguagem do cotidiano.

- Acima de tudo, as regras gramaticais devem ser obedecidas.
- A gíria deve ser evitada.
- Um texto no estilo coloquial é simples, natural, espontâneo.
- As frases devem ser escritas na ordem direta.
- As palavras e expressões e também os tempos dos verbos devem ser simplificados.
- Precisão e concisão: duas qualidades fundamentais do texto de TV. Procure palavras corretas, adequadas ao que se quer dizer, evite palavras com sentido duplo, e não use palavras em excesso. Evite as redundâncias e os adjetivos.
- Um texto objetivo é um texto coerente, que não mistura idéias ou informações. Procure a objetividade, a unidade de pensamento, o raciocínio claro e coerente para contar a sua história em um texto com começo, meio e fim.