

# A produção da entrevista na tevê

Cárlida Emerim é jornalista, professora e pesquisadora do Centro de Ciências Sociais de São Borja da Universidade Federal do Pampa e da Universidade Federal de Santa Maria; doutora em Comunicação (Unisinos); integrante do grupo de pesquisa: Processos de significação televisual: gêneros e formatos (GPTV).  
Email: carlida@smail.ufsm.br.

**Resumo:** O presente artigo propõe-se a analisar as regras produtivas da entrevista na televisão, partindo de uma reflexão sobre as publicações que tratam do tema referente à produção das entrevistas televisivas: livros e manuais internos das empresas de televisão brasileira. Do ponto de vista teórico, pretende discutir as regras impostas pelo meio e as que se devem a preceitos morais e éticos, examinando a forma como se manifestam.

**Palavras-chave:** entrevistas – regras de produção – formas de manifestação

**Resumen:** El presente artículo tiene por finalidad analizar las reglas productivas de la entrevista en televisión, partiendo de una reflexión sobre las publicaciones que tratan el tema referente a la producción de las entrevistas televisivas: libros y manuales internos de las empresas de televisión brasileña. Del punto de vista teórico, pretende discutir las reglas impuestas por el medio y las que se deben a preceptos morales y éticos, examinando la forma como se manifiestan.

**Palabras-clave:** entrevistas – reglas de producción – formas de manifestación

**Abstract:** This article proposes to analyze the rules of production of a television interview, based on a reflection on the publications that discuss the topic of television interview production: books and in-house handbooks of Brazilian television networks. From the theoretical perspective, it is intended to discuss the rules imposed by the medium and those that are due to moral and ethical precepts, examining the way they are expressed.

**Key words:** interviews – rules of production – forms of expression

## Considerações introdutórias

A entrevista é uma forma de atuação jornalística que surge concomitantemente a formação da televisão brasileira. Oriunda das práticas mais fundamentais do jornalismo, ela se reconfigura em diferentes gêneros e formatos, inicialmente, reproduzindo os apresentados nos programas de rádio (suporte fundamental das primeiras produções televisivas) para, ao longo do tempo, ganhar características específicas do meio televisual.

Devido a proliferação e a importância conferida à entrevista pelos mídias, em geral, foram-se desenvolvendo regras de procedimentos direcionadas às formas de abordagem e à própria rotina produtiva da entrevista com vistas a auxiliar o entrevistador na postura a ser adotada na formulação de suas questões e na interpretação das respostas dos entrevistados. São diferentes manuais produzidos pelas próprias empresas de televisão (RGT, RBS TV, BAND, TVE, etc.) centradas no comportamento e procedimentos a serem adotados – as rotinas – pelos entrevistadores nas práticas de entrevista.

Tais regras, que organizam **o como fazer** do entrevistador e ajudam-no na realização da entrevista, não garantem, entretanto, que os objetivos da entrevista sejam alcançados. Segundo Morin, **a entrevista se fundamenta na fonte mais rica e duvidosa de todas, a palavra. Ela traz, quase sempre, o risco da dissimulação e da fabulação** (Morin; Silva, 2001. p. 66).

Há empresas midiáticas, como a RGT e a Rede Brasil Sul de Telecomunicações (RBS), que elaboram manuais internos e desenvolvem treinamentos com seus funcionários com o objetivo de padronizar a execução das tarefas comuns e alcançar a qualidade, eficácia e eficiência. Dessa forma, oferecem cursos periódicos de atualização, com programas que abordam da entonação e cuidados com a voz ao tipo de produção telejornalística desenvolvida nas principais empresas mundiais de telecomunicações.

Com base nesses manuais, recuperam-se aqui algumas das principais noções correntes sobre as **regras** das entrevistas em televisão.

A análise desses manuais aponta, de antemão, para uma premissa fundamental do trabalho em televisão: a noção de equipe. Como é praticamente impossível um único profissional executar sozinho todas as etapas concernentes aos processos que envolvem a seleção, gravação, edição e apresentação de um produto televisivo, o trabalho coletivo é uma exigência

que depende de união e sincronia de esforços de forma a garantir a execução de um produto de qualidade.

Uma outra premissa que pode ser depreendida refere-se à igual importância conferida às imagens e palavras: os textos televisivos são ouvidos, talvez mais do que vistos pelo telespectador. Assim, deve-se evitar que as locuções apenas repitam o que as imagens já estão mostrando. Mais ainda, é necessário manter um tom coloquial, o mais próximo do que se fala nas ruas: ser claro, direto e simples. Essa regra é extensiva à elaboração de questões das entrevistas.

Da mesma forma, existem regras para a seleção, postura e comportamento dos entrevistadores. Em princípio, um entrevistador de televisão deve possuir uma figura agradável, apresentar-se adequadamente vestido e inspirar confiança. O comportamento recomendado é a discrição. Segundo os manuais, o entrevistador não pode se fazer mais importante que o entrevistado ou que a própria notícia. Para tanto, deve controlar-se, não exibir mais a si próprio do que ao entrevistado. Essa exigência de discrição é extensiva ao figurino e à gestualidade. A praxistelevisiva vem adotando o estilo clássico, o dos ternos e o dos **tailleurs** em tons neutros e fechados, acessórios discretos, sem muitas **plumas e paetês**. Também a maquiagem deve respeitar esse preceito com o objetivo de harmonizar a figura diante das câmeras, tirando-lhe o brilho da pele, dotando-a de um ar mais saudável.

Assim, o entrevistador deve evitar gestos exagerados ou expressões faciais que possam dispersar a atenção do entrevistado e do telespectador sobre o próprio entrevistado. O entrevistador não deve opinar; daí por que é desaconselhável que balance a cabeça afirmativamente ou negativamente enquanto o entrevistado fala e que faça considerações desnecessárias, comprometendo a credibilidade da entrevista. Os manuais também advertem quanto ao perigo do deslumbramento do entrevistador em relação ao entrevistado, mesmo quando esse é alguém por quem o entrevistador nutre uma grande admiração. No momento da entrevista, as emoções particulares devem ser deixadas de lado, em benefício de uma postura profissional. As conclusões e opiniões são tarefas reservadas aos telespectadores, e não aos entrevistadores. Na tentativa de preencher os espaços destinados às opiniões é que são chamados à participação os convidados, a quem cabe emitir opiniões, reforçando a postura de isenção e objetividade do entrevistador, proposta pelos manuais:

O repórter é uma testemunha que viu, ouviu pessoas que viram e vai contar aos telespectadores. A postura dele, então, deve ser a de quem está ali para fazer a informação chegar da melhor maneira ao público. Isto quer dizer que o repórter não pode nunca querer aparecer mais do que a notícia. (**Manual de telejornalismo - Globo**, 1984. p. 16).

Os manuais advertem: um bom entrevistador não deve induzir as respostas dos entrevistados, o que não impede os jornalistas de usarem sua inteligência para conseguir declarações exclusivas ou relevantes ao esclarecimento dos fatos. Especificamente em relação às perguntas, os manuais rezam que elas não devem ser gerais, porque, se o entrevistado falar muito, suas respostas não ficarão adequadas ao **timing** televisivo. Por outro lado, se elas forem daquelas monossilábicas e lacônicas, a entrevista não se desenvolve. Assim, para que a condução da entrevista seja objetiva, clara e eficiente, respondendo aos propósitos do programa, sua organização deve ser previamente planejada, contando até mesmo com o roteiro sobre as questões a serem formuladas. Para planejar as questões adequadamente, o entrevistador deve levar em conta algumas ponderações contidas nos manuais, tais como não incluir a resposta na pergunta, evitar frases feitas e não formular duas perguntas ou mais na mesma intervenção. Os manuais sugerem que se intercalem perguntas leves com as mais aprofundadas, para manter o interesse do telespectador. A objetividade, a concisão e a clareza numa entrevista são construídas com perguntas diretas e que revelam conhecimento do tema e do entrevistado, por parte do entrevistador. Embora o entrevistador tenha a responsabilidade de perguntar o que o público quer saber, o entrevistado tem o direito legal e ético de não responder a determinadas perguntas e, até mesmo, de não dar entrevista. Seu direito deve ser respeitado.

É preciso estar sempre atento para fazer a pergunta seguinte quando o entrevistado estiver terminando uma resposta. A informação não pode ficar incompleta. (**Manual telejornalismo - Globo**, 1984. p. 15).

E aqui aparece uma outra regra envolvendo a pertinência do tema da entrevista: diz respeito ao preparo do entrevistador para realizar as perguntas. As perguntas não podem ser óbvias nem agressivas, devem fazer referência ao tema da entrevista. Para tanto, o entrevistador precisa de ter

um certo preparo, o que demanda conhecimento prévio da história do entrevistado, do contexto da entrevista, do tema a ser discutido e, também, de algumas particularidades do entrevistado. Assim, o entrevistador deve recorrer à pesquisa, à consulta às fontes especializadas que podem auxiliar tanto na elaboração de perguntas mais pontuais, como também no esclarecimento sobre o tema, etc.

É comum entrevistados ou assessorias de imprensa tentarem interferir no processo da entrevista enviando perguntas preparadas aos entrevistadores. Não se pode aceitá-las. A regra sugere que se estabeleça previamente uma conversa para apenas esclarecer a pauta, alguns temas ou discutir sugestões. Quem comanda a entrevista é o entrevistador e isso não pode ser negociado. Também não pode ser negociada a apresentação da entrevista editada antes de sua exibição, pois isso contraria uma regra anterior ao próprio fazer televisivo: o jornalista tem o dever ético de **falar a verdade**. Assim, a possibilidade da prévia exibição coloca em xeque a própria credibilidade do profissional que segue critérios éticos na execução de seu trabalho, sendo esse produto final **a expressão da verdade**. Dessa forma, quanto mais preparado está o entrevistador para a realização da entrevista, mais confiança e credibilidade ele pode transmitir, tanto ao entrevistado, quanto aos telespectadores.

Nessa direção, os manuais também sugerem que o propósito da entrevista deva ser previamente divulgado ao entrevistado com vistas a não colocá-lo em situações humilhantes ou indelicadas. O fato de que o entrevistado não deva ser enganado sobre o teor da entrevista e tampouco submetido a armadilhas tais como solicitá-lo para que discorra sobre um determinado tema e, no momento da entrevista, mudar o **rumo da prosa** sem que ele tenha sido previamente avisado, faz pressupor que os manuais só se pronunciam sobre entrevistas pré-combinadas. Outros aspectos pontuados pelos manuais dizem respeito à utilização de recursos questionáveis do ponto de vista ético: exibição de entrevistas de inimigos ou de ofensas públicas de adversários. Outra recomendação é quanto à distorção das respostas dos entrevistados com vistas a polemizar e, com isso, aumentar a audiência; lançar mão de informações falsas com o propósito de confundir o entrevistado; proferir acusações sem provas e impedir as explicações, interrompendo a fala de forma a dificultar os esclarecimentos a serem dados e o próprio entendimento do público. Em suma, rezam os manuais que os entrevistados devem ser tratados com respeito.

A par da antecipação de propósitos e temas, o entrevistado deve também ser informado das regras de funcionamento do programa. Essa medida visa a dois objetivos: o bom desempenho por parte do entrevistado que, como participante do programa, precisa corresponder a algumas expectativas e ao próprio êxito da entrevista. Para tanto, faz parte da rotina produtiva a reserva de um tempo, anterior à gravação, em que se procura descontraír o entrevistado e expor-lhe as regras do diálogo que se sucederá: tempo de duração; limite dos temas a serem abordados durante a entrevista; esclarecimento sobre as movimentações das câmeras, etc. Dessa forma, ele terá uma noção mais precisa da dinâmica da entrevista e saberá portar-se melhor diante delas. Até porque, segundo a bibliografia, as entrevistas para a televisão não ocorrem de forma espontânea, pois ninguém fala naturalmente diante de uma câmara e um microfone.

Cualquier aparición ante una cámara de televisión supone una **actuación**. (...) Sólo hay que poner una cámara delante de un grupo de niños para comprobar los efectos de representación dramática que incita. Es muy difícil decirle cosas a la óptica de una cámara, preservando a la vez cierta naturalidad y espontaneidad. (Balsebre; Mateu; Vidal, 1998. p. 158).

O entrevistado pode direcionar o olhar ora para a câmara, simulando olhar nos olhos dos telespectadores, ora para o entrevistador. Há um sinal produzido por uma luz vermelha, localizada na parte superior da câmara, que acende indicando que se está gravando. Dessa forma, a pessoa que está em foco pode controlar os momentos adequados para intercalar o olhar. Aliás, esta regra do olhar é importantíssima para o entrevistador, pois é ele quem estabelece a relação direta com o telespectador. Também é importante que o entrevistador olhe diretamente nos olhos dos entrevistados de modo não só a observar o que não está sendo dito como a construir efeitos de sentido de credibilidade – entre ele e o entrevistado e entre ele e os telespectadores.

Assim, familiarizando-se o entrevistado com a movimentação humana e tecnológica, sobre o conteúdo a ser desenvolvido na entrevista, têm-se maiores probabilidades de que a entrevista se desenvolva a contento. O **Manual de telejornalismo da Rede Globo** vai ainda mais longe:

Um recurso para se conseguir respostas curtas é conversar com o entrevistado antes, escolher as respostas que valem notícia e pedir que ele diga o essencial em três ou quatro frases curtas. Como a maioria das pessoas não tem uma medida exata do tempo, fica mais fácil pensar em frases do que em minutos e segundos. (**Manual de telejornalismo RGT**, 1984, p. 16).

Um outro aspecto exposto pelos manuais diz respeito à equipe de trabalho. A entrevista televisiva depende, como todo procedimento em televisão, da organização e da agilidade do trabalho em equipe. Dessa forma, é importante planejar com o câmara como se pretende realizar a entrevista, combinar alguns aspectos pretendidos em relação ao desenvolvimento do tema e da própria participação do entrevistado. Para tanto, é conveniente que a equipe esteja a par do assunto para poder registrar o material de forma coerente com a atuação do entrevistador.

Quanto às regras técnicas específicas de realização de entrevistas – tanto em programas quanto em entrevistas de rua –, elas costumam determinar a utilização de, pelo menos, duas câmeras, para um melhor desempenho – o que não impede que essa se faça com apenas uma. No caso de duas câmeras, uma focaliza o entrevistador e a outra o entrevistado, empregando a técnica da câmara cruzada. O mobiliário que faz parte do cenário é colocado de forma a facilitar a movimentação das câmeras e permitir seu cruzamento, num ângulo de 45 a 90 graus.

Na abertura, as entrevistas geralmente se utilizam de uma câmara fechada no entrevistador, em plano médio aberto (PMA) ou em **close**. Depois dessa introdução, enquanto a câmara faz algum tipo de movimentação para enquadrar o entrevistado junto com o entrevistador, esse faz a primeira pergunta. Há, então, segundo os manuais, duas formas de ação: a exibição do entrevistado ainda enquanto o entrevistador está finalizando a pergunta, em PMA ou **close**; ou ainda, terminada a pergunta, o corte direto para o entrevistado. O entrevistado não deve ser enquadrado o tempo inteiro em planos fechados, tipo **close**, porque é necessário, além da manutenção de um ritmo para evitar a monotonia na exibição, também conferir espaço para que seja creditado, abaixo do vídeo, o nome, a profissão ou o cargo do entrevistado, mesmo que o entrevistador faça as apresentações no início de cada bloco do programa.

Em televisão, tempo é não só dinheiro como também estilo, pois o texto televisivo é rápido, pontuado pelos intervalos comerciais. Assim, quando o tema ou o entrevistado exigem uma longa entrevista, há inúmeros recursos para dotá-la do ritmo exigido pela televisão. Um desses recursos são os movimentos de câmera, que tanto podem exibir o entrevistado em diferentes enquadramentos quanto variar as cenas mostrando o entrevistador. Por isso é importante que as câmeras estejam cruzadas, pois, dessa forma, o entrevistado fica enquadrado de frente para os telespectadores. Outras regras desse fazer referem-se à gravação de outros movimentos que garantem uma boa edição, como os contraplanos, que são as regravações das perguntas do entrevistador, ou os *takes* de apoio, que são imagens do entrevistador olhando para o entrevistado, cenas de alguns detalhes captados durante a gravação com expressões significativas do entrevistado, etc.

Para a captação do som utilizam-se, comumente, dois tipos de microfones: de mão e de lapela. O microfone de mão é utilizado na maioria das reportagens de rua, pois ele proporciona uma maior agilidade ao repórter. O microfone de lapela, geralmente pequeno e quase imperceptível, é usado para entrevistas em estúdio ou gravações internas, pois neste contexto facilita a dinâmica dos programas e permite uma maior segurança na participação dos entrevistadores e entrevistados, que não precisam movimentar-se em exercícios longos. Há uma regra muito importante que não pode ser negociada ou quebrada: o entrevistador não deve entregar nunca o microfone ao entrevistado, pois isso significaria entregar o poder, o domínio da entrevista a outro que não o seu real condutor, que é o entrevistador.

Esta regra é sagrada: o repórter não pode entregar o microfone da Rede Globo ao entrevistado. O microfone em qualquer circunstância, deve ser empunhado pelo repórter. (*Manual de telejornalismo - Globo*, 1984. p. 79)

As mesmas regras empregadas numa entrevista que está sendo gravada em estúdio para posterior exibição, servem também àquelas realizadas em simultâneo à sua ocorrência, ou seja, que são gravadas ao vivo e em tempo real, exibindo-se em simultâneo à sua realização.

Geralmente as entrevistas mais longas são as exibidas em programas autônomos específicos que possam comportá-las, organizando cenário, tempo de duração e equipe em relação ao tipo de programa que se pretende exibir. Isso é distinto das entrevistas exibidas, por exemplo, no interior dos



telejornais, que são programas com um ritmo de edição mais rápido, devido à sucessão de imagens e notícias que apresentam. Nesse contexto, inserir uma entrevista em estúdio quebra o ritmo do programa fazendo com que o material pareça deslocado.

Exatamente por isso, alguns telejornais reservam um espaço diferenciado para a inserção desse tipo de entrevistas no interior de seus programas. Esse é o caso do telejornal **Bom Dia Brasil**, da RGT, cujo cenário permite a participação de convidados fora da bancada. Os demais programas utilizam-se de fragmentos de entrevistas no interior das reportagens que apresentam alguns procedimentos específicos do telejornalismo.

A regra dos 180 graus refere-se à captação da imagem do entrevistado em reportagens de rua. O câmara deve traçar uma linha imaginária unindo o repórter ao entrevistado, estabelecendo a área de trabalho num dos lados dessa linha, em um ângulo de 180 graus. Essa prática permite apresentar entrevistado e entrevistador um de frente para o outro, mesmo ocorrendo mudanças de enquadramentos. Em relação aos enquadramentos, o padrão indicado pelos manuais exige que parte dos ombros e das costas do entrevistador apareça entre uma ou outra cena de resposta do entrevistado. Há, também, uma seqüência básica de enquadramentos: o entrevistado deve aparecer em primeiro plano, olhando para a câmara, depois em plano americano, para permitir a inserção dos créditos, e, por último, enquadrado junto com o entrevistador, num plano médio aberto. Quanto ao entrevistador, esse deve aparecer em primeiro plano ao proferir as perguntas e em plano médio quando as refizer para recurso de edição.

Como se viu, muitas normas de conduta e regras de procedimento, mesmo as de captação de imagens, têm sua origem em valores éticos e ideológicos que devem ser preservados pela equipe de produção.

Nessa perspectiva, merecem ainda reflexão alguns posicionamentos encontrados na bibliografia consultada, referentes a posições de cunho sociológico, ideológico e ético que estão circunscritas ao ato comunicativo representado pela entrevista.

Na direção desses ideais, Medina (2000) preocupa-se com a entrevista enquanto espaço essencial à comunicação humana na mídia moderna. Acredita que a utilização da entrevista deveria estar a serviço da humanização dos meios, ultrapassando a mera função de técnica para obtenção de respostas pré-pautadas por um questionário, sujeita às rotinas produtivas de cada veículo.

Na maior parte das circunstâncias, o jornalista (comunicador) imprime o ritmo de sua pauta e até mesmo pre-estabelece as respostas: o interlocutor é conduzido a tais resultados. (...) O que menos interessa é o modo de ser e o modo de dizer daquela pessoa. O que efetivamente interessa é cumprir a pauta que a redação de determinado veículo decidiu. (Medina, 2000. p. 6).

Segundo a autora, a entrevista deveria constituir-se numa técnica de interação social, de interpenetração informativa, quebrando isolamentos grupais, individuais, sociais e servindo, também, para a pluralização de vozes e a distribuição democrática da informação (Medina, 2000. p. 8). Como se pode ver, a autora parece preocupada em estabelecer funções ideais para a entrevista, ocupando-se em questionar a distribuição democrática da informação nas mídias frente à possibilidade de atribuição de voz ao entrevistado. Não obstante, nas análises que realiza sobre os procedimentos a serem adotados no desenvolvimento das entrevistas, em específico, sobre as atitudes dos entrevistadores, a autora apresenta uma série de sugestões que não fogem a uma certa padronização de rotinas. Mesmo fazendo a ressalva de que tais rotinas não devem ficar restritas à repetição sistemática, tais sugestões acabam por formatar o procedimento, deixando pouco espaço para a emoção e a subjetividade. Além do mais, seu trabalho, sem dúvida, de fôlego, centra-se nas entrevistas impressas, não havendo discussão dos aspectos especificamente ligados à entrevista em televisão.

E, ainda, se Cremilda Medina acha que a entrevista poderia democratizar os meios de comunicação dando voz aos entrevistados, ela própria não levou em conta que o ato de entrevistar é um ato autoritário, antidemocrático, em que o entrevistado é comandado por um entrevistador e sobre o qual os manuais mostram que os entrevistadores têm que ter o cuidado de manter o controle. Talvez ela esqueça, além disso, que a entrevista pode não ter a nobre função de informar, que ela pode desempenhar outras funções.

Nilson Lage (2001) pontua alguns aspectos referentes à ética na conduta jornalística. Para ele, é na postura e na conduta do entrevistador, jornalista por formação, que reside a essência da entrevista. Defende a posição de que a ética, a informação e o profissionalismo devem prevalecer sobre a espetacularização. O autor preocupa-se em estatuir um dever ser,

isto é, regras de conduta, em detrimento do exame daquilo que realmente ocorre.

Jorge Halperín (1995) vê na entrevista uma técnica com poder de estabelecimento de vínculos afetivos entre o meio de comunicação e o público consumidor. Segundo ele, a entrevista é la más pública de las conversaciones privadas. Essa força se concentra na capacidade que a entrevista tem de parecer funcionar com as regras implícitas do diálogo privado, construindo efeitos de sentido de proximidade, de intercâmbio espontâneo de informações íntimas.

Halperín preocupa-se, também, com a postura dos entrevistadores, principalmente, no que concerne aos preceitos de ética jornalística. Sugere que uma boa entrevista deve manter um equilíbrio entre as respostas mais íntimas dos entrevistados e a distância exigida pela competência profissional. Quando se refere à entrevista em televisão, o autor repete os **lugares-comuns** já apontados por outros autores, tais como a exposição mais detalhada do entrevistado através das imagens, que envolve mais efeitos de sentido do que os outros veículos não imagéticos. Ressalta a posição privilegiada do entrevistador acostumado às regras do fazer televisivo, em relação ao entrevistado, que não tem a mesma experiência.

Toda essa argumentação direcionada às questões éticas, muitas em perfeita consonância com os comportamentos e procedimentos apreendidos pelos manuais para a realização de entrevistas, fala do que deveria ser; outra coisa, muitas vezes, é o que realmente acontece.

A própria bibliografia admite que muitos dos entrevistados não estão lá para fornecer informações; a sua mera presença **já é a informação** pela qual os telespectadores anseiam: são as celebridades. Levantar essa possibilidade de que a entrevista não seja uma mera técnica de colher informação, mas que ela possa responder por outras funções, de certa forma, está subjacente às próprias classificações apontadas pela bibliografia.

Mas, estas regras produtivas e preceitos éticos não se enquadram a todos os tipos de entrevistas: há as entrevistas prospectivas, ou seja, aquelas que estão programadas e podem ser organizadas segundo o cronograma já disposto de horários e programações e que, portanto, podem ser submetidas às regras e rotinas produtivas.

Porém, existem entrevistas que subvertem a ordem ou a lógica produtiva da mídia, pelo menos no momento de sua captura e realização.

São aquelas que estão relacionadas a fatos extraordinários, hiperbólicos, os **fait divers**: expressão francesa que designa a rubrica sob a qual os jornais franceses publicam os acidentes, os pequenos escândalos (Barthes, 1999), que não tem uma tradução ou palavra específica correspondente. Mais do que isso, a expressão *fait divers* faz parte de uma corrente teórica que defende a idéia de ser o critério de noticiabilidade das mídias a informação extraordinária ou do excesso, como diz Adriano Duarte Rodrigues, ou do espetáculo, como afirma Baudrillard. Assim, essas entrevistas que na sua captura e realização, ela está ocorrendo ao vivo, simultâneo ao acontecimento são passíveis de produção apenas no seu processo de edição pois, por mais que se pretenda enquadrá-las a regras e preceitos, elas não se **prestam à doma**. São exemplos de entrevistas como essas as falas das testemunhas do 11 de setembro de 2001 em Nova Iorque e os gritos e rostos transtornados de parentes de vítimas do acidente aéreo que vitimou cerca de 200 brasileiros no aeroporto de Congonhas, em 2007. Depois do impacto das **falas livres**, a ordem se restabelece e a lógica da produção midiática televisiva se impõe, conformando e organizando o que parecia aleatório.

Contudo, as entrevistas, sejam elas de qualquer gênero, subgênero ou formato, mantêm uma certa ordem interna de ocorrência. Assim, do ponto de vista da estrutura, uma entrevista é, antes de mais nada, um processo comunicativo. Nessa direção, em primeiro lugar, é necessário lembrar que (1) todo processo comunicativo é um acontecimento particular de caráter persuasivo, visa a convencer; (2) todo processo comunicativo se inscreve num sistema de múltiplas coerções: o contrato comunicativo; (3) todo processo comunicativo pode constituir-se com diferentes atos de fala; (4) todo ato de fala, do ponto de vista do dizer, é um fazer-saber, do ponto de vista dos sentidos, é um fazer-ser, do ponto de vista da ação, é um fazer-fazer, o que compreende, simultaneamente, informação, construção de realidade e persuasão.

Dessa forma, para melhor se compreender a estrutura do processo comunicativo televisivo que comporta a entrevista, há que se ter presente que a entrevista via mídias é um simulacro discursivo de um processo comunicativo de caráter dialógico, isto é, interativo, que pressupõe a atuação de ao menos dois interlocutores. Não obstante, essa interação direta só acontece no interior do próprio programa, entre os atores discursivos envolvidos; em um nível superior, o do processo comunicativo que se dá entre a emissora e o telespectador, este diálogo direto não ocorre. Por outro lado, a relação de interação que acontece entre entrevistador e entrevistado

em televisão sofre a interferência do fato de ambos terem conhecimento de que aquele processo comunicativo particular não é privado, mas está sendo assistido por milhares de telespectadores.

(...) la naturalidad del acto comunicativo a traves de la palabra ... y a traves tambien de uno de los formatos comunicativos mas **naturales**: la entrevista-dialogo o suplantacion de la forma de expresion tipica de la comunicacion interpersonal o sistema que utilizamos los seres humanos para nuestra relacion con el entorno, para nuestra socializacion. (Balsebre; Mateu; Vidal, 1998. p. 14).

Assim, na gênese da entrevista em tevê está a noção de exposição pública, pois, mesmo sendo um simulacro discursivo de diálogo direto, face-a-face, ela é subsumida por um processo comunicativo mais amplo que ocorre em outra instância, entre a emissora e seus telespectadores, mediado pela mídia televisão.

Por outro lado, enquanto construção discursiva, interna ao programa, a entrevista, embora seja configurada como um processo comunicativo de caráter dialógico, não pressupõe igualdade de condições entre os sujeitos implicados no diálogo: as regras que presidem esse tipo de processo comunicativo direto, não conferem igualdade de condições aos participantes. Isso significa que esse processo comunicativo, que compreende diferentes atos de fala, protagonizados pelos interlocutores – entrevistador e entrevistado – reserva, de antemão, papéis distintos para eles. Entrevistador e entrevistado assumem, assim, um **contrato comunicativo**, que pode ser tácito ou não, cujas regras de atuação estão dadas antes da realização da própria entrevista. A primeira dessas regras refere-se ao papel formal que cada um vai assumir quando do decorrer da entrevista: ao entrevistador cabe a função de perguntar; ao entrevistado, de responder. Uma segunda regra está relacionada à preparação das perguntas que serão formuladas pelo entrevistador ao entrevistado, com o objetivo de organizar esse diálogo, considerando as determinações técnicas e estilísticas do veículo de difusão. Em televisão as perguntas e respostas devem ser rápidas, claras e objetivas, pois assim são mais eficientes. Esse, aliás, costuma ser o tipo de postura cobrada pelos telespectadores e produtores, tanto do entrevistador quanto do entrevistado.

Uma outra regra refere-se ao espaço temático sobre o qual podem versar as questões, ou seja, os limites que a sociedade impõe ao entrevista-

dor; que a emissora determina – como se viu pelos manuais; e que o próprio entrevistado tenta impor ao entrevistador de forma a delimitar os espaços em que o entrevistador poderá se movimentar. As regras desse contrato variam de entrevista para entrevista, de programa para programa, de emissora para emissora. A facilidade e/ou dificuldade no estabelecimento desse **contrato** determina muitas das estratégias comunicativas e discursivas utilizadas antes e durante a entrevista, respectivamente, nas chamadas e na realização do texto-programa ou da própria entrevista. Quando a entrevista se realiza ao vivo e em tempo real, o estabelecimento desse contrato torna-se essencial para o bom funcionamento da entrevista e dos processos comunicativos controlados pela televisão.

Por isso, se, aparentemente, uma entrevista pode ser considerada um processo comunicativo de relativa simplicidade, ela ganha complexidade se a tomarmos em seu contexto de produto midiático televisivo.

## Bibliografia

ALTMAN, Fábio, org. **A arte da entrevista**: uma antologia de 1823 aos nossos dias. São Paulo: Scritta, 1995.

BALSEBRE, Manuel; MATEU, David; VIDAL, Armand. **La entrevista en radio, televisión y prensa**. Madrid: Cátedra, 1998.

BARTHES, Roland. **Crítica e verdade**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

CAPUTO, Stela Guedes. **Sobre entrevistas**: teoria, prática e experiências. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

CHARON, Yvan. **A entrevista na televisão**: a preparação do questionário. Lisboa: Inquérito, 1995.

DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão**: ensaios metodológicos. Porto Alegre: Sulina, 2005.

GARRET, Annette. **A entrevista**: seus princípios e métodos. Rio de Janeiro: Agir, 1991.

HALPERÍN, Jorge. **La entrevista periodística**: intimidades de la conversación pública. Barcelona: Paidós, 1995.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. São Paulo: Record, 2001.

LODI, João Bosco. **A entrevista**: teoria e prática. São Paulo: Biblioteca Pioneira de Administração e Negócios, 1981.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada à sério**. São Paulo: Senac, 2000.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Entrevista: o diálogo possível**. São Paulo: Ática, 2000.

MORIN, Edgar e SILVA, Juremir Machado da. **As duas globalizações: complexidade e comunicação, uma pedagogia do presente**. Porto Alegre: Sulina/EDIPUCRS, 2001.

REDE GLOBO DE TELEVISÃO. **Manual de telejornalismo - Rede Globo**. Rio de Janeiro: edição interna, 1984.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Experiência, modernidade e campo dos media. In: SANTANA, R. N. M., org. **Reflexões sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Revan; Teresina, PI: UFPI, 2000.

TRAMONTINA, Carlos. **Entrevista: a arte e as histórias dos maiores entrevistadores da televisão brasileira**. São Paulo: Globo, 1996.