

Os Clichês

J. Roberto Whitaker Penteado

Na semana passada, apresentei os dados de uma pesquisa, com os principais jornais do país, tentando mostrar que a cobertura da invasão da Daslu, no dia seguinte ao evento, não teve as necessárias objetividade e isenção que deveriam caracterizar o trabalho desses importantes veículos.

Alguns leitores reclamaram do fato de que me havia limitado a reproduzir títulos e textos sem entrar detalhes. Não havia espaço e, por isso, volto ao assunto.

Por triste coincidência, a semana teve, como destaque, o fuzilamento de um brasileiro, por policiais da Scotland Yard - fato amplamente divulgado pela imprensa, aqui e no exterior. Pela internet, consultei alguns dos principais veículos, na Inglaterra e em outros países, e vi que a falta de objetividade não é só nossa. Ao contrário: encontrei uma foto, na primeira página de Le Monde, mostrando uma banca de jornais, com cartazes reproduzindo a manchete do dia do Evening Standard. Dizia: Bomber shot dead on tube. Algo como: Dinamitador fuzilado no metrô. A sentença apressada, do sombrio pasquim inglês, foi logo desmentida pela consternadora e vergonhosa verdade.

Foi um exemplo dramático de como o jornalismo desinforma o público através do uso de clichês. Clichês, que eram as placas de metal com que se imprimiam antigamente os jornais e revistas, mantiveram-se no idioma como frases feitas, lugares-comuns, utilizados com o propósito de transmitir rapidamente uma imagem ou uma idéia.

O jornalismo atual é predominantemente visual e eletrônico e os clichês não mais se limitam a palavras ou expressões. A seleção de uma cena, um gesto ou uma expressão facial, podem transmitir - além da notícia aparente - uma conclusão apressada ou preconceito do transmissor, às vezes involuntários, às vezes deliberado. Um exemplo histórico foi a eleição do presidente Collor, decidida pela forma como foi apresentado, na TV, o desconforto e o nervosismo de Lula, durante o debate.

No caso da cobertura da Daslu, o uso, nos títulos, de expressões como "sonegação de luxo", "colarinho branco de salto alto" (Globo), "templo do consumo", "liquidação de falcatruas" (JB), "templo do luxo" (Zero Hora), bem como o destaque, nos textos, às acusações - ainda não comprovadas - de "formação de quadrilha, falsificação de documentos, sonegação fiscal e fraude" foram uma versão atenuada do "dinamitador fuzilado no metrô".

Assisto, diariamente, aos noticiários matinais da TV, e já consegui identificar três clichês recorrentes na sua cobertura: as autoridades, os especialistas e o povo. Autoridades apresentam-se muitas vezes de uniforme - policiais, militares, bombeiros - e estão sempre do lado da lei e da ordem, em luta contra bandidos perversos (que sempre chegam atirando). O padrão são os charmosos oficiais do Miami Vice Squad ou da polícia de Los Angeles, longe da nossa realidade criminal, difusa e mesquinha. Os representantes da autoridade civil, ministérios, repartições, prefeituras, são todo-poderosos e sabem tudo. Os especialistas explicam o cotidiano com decisão e finalidade. Essas duas primeiras categorias são infalíveis. O povo, este, em geral, é sofredor, carente e ignorante. Queixa-se da vida, espera em filas ou participa de ingênuas ações comunitárias e festas folclóricas.

Mas lá se foi o espaço, de novo. Isso é coisa para tese acadêmica...

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. Os Clichês. **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteado**, Rio de Janeiro, jul. 2007. Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=240&ID=283>>. Acesso em: 21 ago. 2009.