



Universidade Federal de Pernambuco
Centro de Artes e Comunicação
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

***O efeito de participação do real representado
e o surgimento de um novo valor-notícia:
o flagrante único de coprodução
no telejornalismo***

Fabiana Cardoso de Siqueira

Recife, 2013

Fabiana Cardoso de Siqueira

***O efeito de participação do real representado e
o surgimento de um novo valor-notícia:
o flagrante único de coprodução no
telejornalismo***

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação.

Orientador: Dr. Alfredo Vizeu Pereira Júnior
Coorientador: Dr. Mariano Cebrián Herreros

Recife, 2013

Catálogo na Fonte
Bibliotecária Andréa Marinho, CRB4-1667

S618e Siqueira, Fabiana Cardoso de
 O efeito de participação do real representado e o surgimento de um
 novo valor-notícia: o flagrante único de coprodução no telejornalismo /
 Fabiana Cardoso de Siqueira. – Recife: O Autor, 2013.
 248p.: il.: fig. e quadros; 30 cm.

 Orientador: Alfredo Vizeu Pereira Júnior.
 Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco,
 CAC.Comunicação, 2013.

 Inclui bibliografia, anexos e apêndices.

 1. Comunicação. 2. Telejornalismo. 3. Jornalismo - objetividade. 4.
 Jornalismo – aspectos sociais. 5. Televisão – produção e direção. I.
 Pereira Júnior, Alfredo Vizeu (Orientador). II. Título.

302.23 CDD (22.ed.)

UFPE (CAC2013-24)

Fabiana Cardoso de Siqueira

***O efeito de participação do real representado
e o surgimento de um novo valor-notícia:
o flagrante único de coprodução no telejornalismo***

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, sob a orientação do Professor Dr. Alfredo Vizeu Pereira Júnior e coorientação do Professor Dr. Mariano Cebrián Herreros.

Banca Examinadora:

ALFREDO EURICO VIZEU PEREIRA JÚNIOR, Dr. UFPE (Orientador)

ÁGUEDA MIRANDA CABRAL, Dra. UEPB (membro externo)

ILUSKA MARIA DA SILVA COUTINHO, Dra. UFJF (membro externo)

HEITOR COSTA LIMA DA ROCHA, Dr. UFPE (membro interno)

PAULO CARNEIRO DA CUNHA FILHO, Dr. UFPE (membro interno)

ALINE MARIA GREGO LINS, Dra. Unicap (membro externo - suplente)

ROGÉRIO LUIZ COVALESKI, Dr. UFPE (membro interno - suplente)

Recife, 2013

Aos meus pais, Marisa e Otávio,
ao meu irmão Otávio,
e ao Alessandro, por tudo que representam na minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Marisa e Otávio e ao meu irmão, Otávio, pelos ensinamentos, apoio, compreensão, carinho, que me permitiram chegar a este momento. Ao Alessandro por compreender meus momentos de ausência durante esta fase de intensa dedicação aos estudos, por me ajudar com conselhos, pelo companheirismo e carinho ao longo de mais de dez anos.

Ao meu orientador, professor Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior, da Universidade Federal de Pernambuco, por todos os ensinamentos, pela confiança e pelo apoio durante o desenvolvimento de toda a tese.

Ao meu co-orientador Dr. Mariano Cebrián Herreros, da Universidade Complutense de Madrid, pelos ensinamentos e a atenção com que me recebeu, juntamente com a sua família, durante o tempo que passei em Madrid.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, com quem aprendi muito.

Aos meus amigos, essenciais nessa caminhada, que deixaram minha vida mais alegre por tê-los como companhia: Angélica, Claudia, Greici, Cristiane, Paulinho, Sílvia, Fábio, João e Sandro.

Aos amigos que fiz quando estava, na Espanha, durante o doutorado sanduíche, Andreea, Julio e María, que tornaram meu período longe de casa mais tranquilo. É à Manuela que me acolheu com muito carinho.

À direção da Rede Globo Nordeste e aos meus colegas de trabalho, que me acompanharam nesses últimos anos, com ensinamentos e palavras de incentivo, que me fizeram seguir adiante. Agradeço, especialmente, à Jô Mazzarolo e ao Duda Amaral, que me apoiaram na realização do doutorado sanduíche e na troca de escalas de trabalho para a apresentação de artigos em congressos científicos.

Aos meus ex-colegas de RBS TV, com quem também aprendi sobre telejornalismo, ao longo de dez anos de convivência.

Aos meus colegas de doutorado do PPGCOM pela convivência, amizade e ensinamentos.

Aos jornalistas do *Jornal Nacional*, que compartilharam informações e foram atenciosos durante o desenvolvimento do estudo.

À Capes e também à equipe da Globo Universidade pelo apoio dado à pesquisa.

Aos funcionários do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco e da Universidad Complutense de Madrid, por toda ajuda e atenção concedida.

Lo que cambian las *medias*, eso sí que es seguro, son las condiciones del ejercicio de la libertad de pensamiento, de todas las libertades de pensamiento, desde la formación de éste hasta su expresión. Lo que ellas influyen es la aspiración de los hombres a comunicarse unos con otros. Lo que ellas determinan, en último análisis, es una manera de ser y de vivir juntos (BALLE, 1985).

RESUMO

Esta pesquisa tem como finalidade investigar um fenômeno cada vez mais frequente no jornalismo na contemporaneidade: o envolvimento dos cidadãos na produção jornalística por meio de mídias digitais (celulares, câmeras fotográficas, filmadoras, *tablets*). São imagens captadas por pessoas que não são cinegrafistas de emissoras de televisão, nem de agências de notícias, nem de assessorias de imprensa. São cidadãos que atuam como coprodutores. As cenas registradas por eles estão cada vez mais presentes não apenas na internet, mas também nos telejornais. Este trabalho tem por objetivo analisar os critérios de noticiabilidade empregados pelos jornalistas para selecionar as informações audiovisuais produzidas pelos coprodutores para identificar os valores-notícia utilizados e como os profissionais do campo jornalístico reconstróem a realidade a partir dessas cenas. Durante a análise identificamos o surgimento de um valor-notícia específico: o *flagrante único de coprodução*, ligado aos *efeitos de participação do real representado*. Não é o real em si, porque é reconstruído a partir de imagens. E é um *efeito de participação*, pois no telejornalismo há um trabalho de mediação desempenhado pelos jornalistas, que escolhem o que será ou não exibido. No nosso entendimento, nos telejornais, os coprodutores não desempenham a função de jornalistas, mas de produção de informações visuais (fotografias) ou audiovisuais (vídeos). É um estudo que tem como referência os jornalistas do *Jornal Nacional*, da Rede Globo, telejornal de maior audiência no Brasil.

Palavras-chave: Telejornalismo. Critérios de noticiabilidade. Construção social da realidade. *Flagrante único de coprodução. Efeito de participação do real representado.*

ABSTRACT

This research investigates a growing phenomenon in Journalism nowadays. The public “participation” in journalistic production through digital media (mobile phones, cameras, camcorders, tablets). These images are being captured by people who are not cameramen of TV stations or news agencies, or from press offices. They are citizens who serve as co-producers of the news. The scenes recorded by them are increasingly found not only on the internet, but also in the television news. The main objective of this study is to analyze the criteria of newsworthiness employed by journalists to select the images produced by these co-producers, to identify which news values were used and how the professional journalistic field reconstructs the social reality from these records. During the analysis, we identify the emergence of a news value specific: *flagrant unique of coproduction*, connected to the *effects of participation of represented real*. It is not real in itself, because it is reconstructed from images. It is an effect of participation, because there is mediation work done by journalists in television, who choose what will be shown or not. In our view, in the news broadcasting, the co-producers do not play the role of journalists, but the production of visual information (pictures) or audiovisual information (videos). It is a study that has as reference the journalists of *Jornal Nacional*, of Rede Globo, the most watched TV news program in Brazil.

Keywords: News Broadcasting. Newsworthiness criteria. Social construction of reality. Flagrant unique of coproduction. Effects of participation of represented real.

LISTA DE FIGURAS, QUADROS E TABELAS

FIGURA 1 – IMAGEM DO VÍDEO DA EXECUÇÃO DE SADDAM HUSSEIN, EM 2006	15
FIGURA 2 – UMA DAS CENAS CAPTADAS PELA JOGADORA FABI.....	16
FIGURA 3 – MÁRCIO GOMES RELATANDO O QUE VÊ ENQUANTO SEGURA A CÂMERA	16
FIGURA 4 – MOMENTO EM QUE A PESSOA QUE FEZ AS IMAGENS É IDENTIFICADA NA REPORTAGEM	18
FIGURA 5 – CENA REGISTRADA DO SEQUESTRO DO AVIÃO NA REGIÃO DO AEROPORTO, EM GOIÁS	19
FIGURA 6 – CENA FEITA POR TAXISTA EM REPORTAGEM DO <i>JORNAL HOJE</i>	67
FIGURA 7 – DOIS MOMENTOS DA APLICAÇÃO DO FORMATO VIRTUAL NO <i>BOM DIA BRASIL</i>	69
FIGURA 8 – IMAGENS DO VÍDEO FEITO PELOS TRAFICANTES E EXIBIDO NO <i>JORNAL NACIONAL</i>	77
FIGURA 9 – CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DE ACORDO COM O INTERESSE GERAL E PÚBLICO (FONTE: CARRO, 2005, p. 203).....	94
FIGURA 10 – UMA DAS IMAGENS DOS PROTESTOS.....	142
FIGURA 11 – TRÊS CENAS CAPTADAS POR COPRODUTORES E REPRODUZIDAS PELO JN	144
FIGURA 12 – HOMENS QUE SE DIZEM SOLDADOS DESERTORES GRAVAM VÍDEO REPRODUZIDO NO JN	144
FIGURA 13 – CENA FEITA PELO COPRODUTOR QUE TRABALHAVA NO GABINETE DO POLÍTICO PRESO.....	146
FIGURA 14 – MOMENTO EM QUE É INSERIDA INFORMAÇÃO TEXTUAL DE QUE A IMAGEM É DE CELULAR	146
FIGURA 15 – MOMENTO EM QUE AS IMAGENS DE COPRODUÇÃO SÃO IDENTIFICADAS	148
FIGURA 16 – MOMENTO EM QUE É POSSÍVEL ESCUTAR A VOZ DE UMA TESTEMUNHA DAS PRISÕES	149

FIGURA 17 – TRÊS INTEGRANTES DO ETA QUE APARECEM NO VÍDEO EXIBIDO NO JN	151
FIGURA 18 – CENA DO NOVO VÍDEO SOBRE A MORTE DE KADHAFI	152
FIGURA 19 – MOMENTO NO QUAL O DIÁLOGO ENTRE AS TESTEMUNHAS DA PRISÃO E O JUIZ É DESTACADO	153
FIGURA 20 – MOMENTOS EM QUE O DIÁLOGO GRAVADO PELA COMISSÃO DE ÉTICA SÃO REPRODUZIDOS	155
FIGURA 21 – TRECHO DESTACADO DO SEGUNDO DEPOIMENTO DO EX-FUNCIONÁRIO DO LABORATÓRIO	156
FIGURA 22 – MOMENTO EM QUE OS POLICIAIS REGISTRAM A ENTRADA NA REITORIA DA USP	158
FIGURA 23 – MOMENTO EM QUE OS POLICIAIS É DESTACADA	158
FIGURA 24 – TRECHOS DOS DIÁLOGOS DOS POLICIAIS CAPTADOS PELOS MESMOS DURANTE A OCUPAÇÃO	160
FIGURA 25 – IMAGENS DOS DOIS VÍDEOS FEITOS PELOS COPRODUTORES SOBRE A MORTE DE KADHAFI	161
FIGURA 26 – CENA CAPTURADA POR COPRODUTOR RETIRADA DA INTERNET.....	162
FIGURA 27 – CENA FEITA PELO COPRODUTOR QUE REGISTRA O DESMATAMENTO	163
FIGURA 28 – MOMENTO EM QUE É POSSÍVEL VER O CRÉDITO COM O NOME DO COPRODUTOR	171
FIGURA 29 – DUAS CENAS USADAS NA ESCALADA SOBRE A MORTE DE KADHAFI.....	174
FIGURA 30 – IMAGEM DA ESCALADA SOBRE O COMUNICADO DO ETA	175
FIGURA 31 – NOVO VÍDEO SOBRE A MORTE DE KADHAFI NA ESCALADA.....	175
FIGURA 32 – IMAGEM DE COPRODUTOR UTILIZADA NA ESCALADA	176
FIGURA 33 – A SOMA DE DUAS IMAGENS REAIS QUE RESULTARAM NA MONTAGEM DA MORTE DE OSAMA BIN LADEN.....	193
FIGURA 34 – IMAGEM DIVULGADA PELA <i>GLOBO NEWS</i>	193
FIGURA 35 – INFORMAÇÃO VISUAL RETIRADA DO FACEBOOK	194
QUADRO 1 – VALOR-NOTÍCIA DE <i>FLAGRANTE ÚNICO</i> PRESENTE NAS CENAS DE <i>COPRODUÇÃO</i> DO JN	183

TABELA 1 – NÚMERO DE BLOCOS E TEMPO DE PRODUÇÃO DENTRO DO PERÍODO DE ANÁLISE.....	137
TABELA 2 – FORMATOS DAS NOTÍCIAS CONTENDO IMAGENS DE COPRODUTORES E A RELAÇÃO ATUALIDADE/FACTUAL	140
TABELA 3 – CLASSIFICAÇÃO DE ACORDO COM A ORIGEM E O FORMATO DA NOTÍCIA	164
TABELA 4 – IDENTIFICAÇÃO DA FUNÇÃO PROFISSIONAL OU DO PAPEL DESEMPENHADO PELO COPRODUTOR	170
TABELA 5 – RELAÇÃO ENTRE O NÚMERO TOTAL DE MANCHETES E DAS MANCHETES COM IMAGENS/SONORAS/TEASER/SOBE SOM	173

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 OS OBJETIVOS	21
1.2 AS RAZÕES DE IMPLEMENTAÇÃO DESTE ESTUDO	23
 2 A CONSTRUÇÃO DO REAL E O JORNALISMO: PERSPECTIVAS E NOVOS CAMINHOS	 25
2.1 A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA REALIDADE	25
2.2 A COMUNICAÇÃO, O JORNALISMO E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA REALIDADE	30
2.3 O CAMPO JORNALÍSTICO: O QUE ESTÁ DENTRO E O QUE ESTÁ FORA DAS FRONTEIRAS	35
 3 O TELEJORNALISMO EM TRANSFORMAÇÃO	 44
3.1 DAS LIGAÇÕES ÀS NOVAS FORMAS DE COPRODUÇÃO	55
3.2 O TELEJORNALISMO E OS FORMATOS DA NOTÍCIA NA TV	59
3.2.1 Os novos formatos da notícia	66
 4 O PAPEL DOS CIDADÃOS E DOS JORNALISTAS NA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS E A APLICAÇÃO DOS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE.....	 71
4.1 ASPECTOS SOBRE AS ROTINAS PRODUTIVAS E OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE.....	80
4.2 OS ESTUDOS SOBRE OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE E SOBRE A COPRODUÇÃO NO BRASIL E NO EXTERIOR.....	98
4.3 AFINAL, O QUE É QUE NÃO É JORNALISMO?	101
 5 O JORNAL NACIONAL E AS ROTINAS PRODUTIVAS NO TELEJORNALISMO	 113
5.1 A ESCOLHA METODOLÓGICA: DA OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE À ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	115
5.1.1 A aplicação da observação participante	119

5.2 A DEFINIÇÃO DA PAUTA: É A HORA EM QUE O JORNAL COMEÇA A SER PLANEJADO	120
5.3 A PRIMEIRA REUNIÃO DO DIA: O PLANEJAMENTO COMEÇA A SER SOCIALIZADO E DISCUTIDO	123
5.4 AS RETRANCAS E O ESPELHO: A EDIÇÃO DO DIA COMEÇA A TOMAR FORMA	125
5.5 É HORA DE DISTRIBUIR AS TAREFAS	127
5.6 COMEÇA A EDIÇÃO: A RECONSTRUÇÃO DA REALIDADE É POSTA EM PRÁTICA	130
5.7 O RESULTADO DE TODO TRABALHO VAI SER ENFIM APRESENTADO...	133
 6 AS LÓGICAS DE SELEÇÃO, EDIÇÃO E APRESENTAÇÃO: A ANÁLISE DE CONTEÚDO DO JN	135
6.1 IDENTIFICANDO OS COPRODUTORES	139
6.2 A ANÁLISE DAS IMAGENS FEITAS PELOS COPRODUTORES NO JN	140
6.2.1 Notas ao vivo com imagens: um formato resumido da notícia.....	141
6.2.2 Reportagem: um formato mais completo	147
6.2.3 Origem do registro feito pelos coprodutores e a visibilidade.....	164
6.2.4 O destaque dentro da edição.....	172
6.2.5 Os valores-notícia no <i>Jornal Nacional</i>	177
6.2.5.1 A linha editorial como critério de noticiabilidade	179
6.2.5.2 O perfil específico do telejornal como critério de noticiabilidade	179
6.2.5.3 O flagrante único de coprodução como critério de noticiabilidade	181
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	188
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	197
APÊNDICE A – ENTREVISTA COM WILLIAM BONNER.....	208
APÊNDICE B – ENTREVISTA COM CHARLES TRICOT	212
ANEXO A	220

1 Introdução

Ao longo de quinze anos de experiência na rotina diária das redações de televisão, nós nos deparamos com as mais diferentes situações e acompanhamos algumas mudanças que começaram a surgir nos ambientes jornalísticos. Vivenciamos a expansão da Internet; a consolidação de portais das emissoras de televisão na rede mundial de computadores; o surgimento de jornalistas multimídia compreendidos pelas empresas de comunicação como habilitados a desempenhar diversas funções (como repórter, cinegrafista e produtor) ou capacitados a produzir, ao mesmo tempo, conteúdos jornalísticos para diferentes mídias (internet, televisão, rádio e jornal).

Presenciamos também o surgimento de redações integradas com jornalistas dos mais diferentes veículos partilhando assuntos, debatendo pautas, compartilhando experiências e discutindo algo que antes, com as redações separadas, parecia quase impossível¹: o respeito ao *furo*, como é chamada, na linguagem jornalística, a reportagem de caráter exclusivo e de destaque, geralmente, de origem investigativa.

Participamos e ainda sentimos os efeitos das transformações proporcionadas pelas mudanças tecnológicas, consolidadas após a troca dos sistemas de captação e edição de imagens. Observamos o descarte gradual das fitas, câmeras analógicas e máquinas de edição lineares. Esses equipamentos e produtos foram substituídos por sistemas de captação de dados, voltados para a edição não-linear², realizada com a ajuda de computadores.

Em meio a tudo o que foi descrito acima, algo nos chamou a atenção. Os jornalistas estavam cada vez menos sozinhos no controle dos processos produtivos. As etapas de produção da notícia - descritas, anteriormente, por Wolf (1997) como recolha, seleção e edição e apresentação das notícias - precisavam ser revisadas e atualizadas. Havia a presença,

¹ Quase impossível, porque um ambiente fisicamente distante possibilita que a concorrência seja mais acirrada entre diferentes veículos que disputam o mesmo mercado jornalístico. Embora a tecnologia tenha facilitado a comunicação e encurtado as distâncias, a relação *face a face* (BERGER; LUCKMANN, 1985) permite que haja um diálogo maior, uma troca de informações sem intermediários, de maneira direta, “olho no olho” e com a chance dos “ruídos” informativos serem menores e do comprometimento ser maior.

² Como observa Piccinin (2008), a “edição não linear” e a “edição linear” possuem várias diferenças. A primeira, por exemplo, é realizada com o auxílio de programas de computador e a segunda é feita por meio de fitas analógicas e de, pelo menos, dois videoteipes, onde um reproduz o conteúdo e o outro grava o que foi selecionado. Nesse último sistema, uma vez estruturada a reportagem, para se fazer qualquer modificação era preciso recomençar toda a gravação, trocando as fitas de videoteipes. Se a fita estivesse no começo e a imagem que você desejasse estivesse no final, era preciso passar por todas as cenas anteriores para se chegar ao ponto escolhido. Já no sistema não linear basta ir à cena escolhida, pois cada imagem feita pelo cinegrafista pode ser registrada em um clipe independente. A alteração de qualquer cena ou entrevista é automática e não demanda recomençar o trabalho novamente.

cada vez maior, de um agente que não podia mais ser chamado de telespectador do ponto de vista etimológico, pois essa palavra é a soma do elemento de composição “tele”, de origem grega, cujo significado é “longe, ao longe, longe de” (CUNHA, 1999, p. 760), com o substantivo masculino “espectador”, que no latim refere-se a *espectador*, ou seja, “aquele que vê qualquer ato, testemunha” (CUNHA, 1999, p. 322) ³.

Não podemos dizer que esse agente não desempenha a função de testemunha ou que ele deixa de assistir ao que vê de longe, pois faz isso ao presenciar um fato, um acontecimento na televisão. No entanto, é alguém que, no contexto atual, também registra o que observa presencialmente e atua mais ativamente na produção das notícias.

Hoje, a tecnologia digital facilita esse processo, pois permite que celulares, câmeras fotográficas e *tablets*⁴, por exemplo, sejam fontes de captação onde quer que se esteja, até mesmo nos locais mais improváveis e de difícil acesso. Na era da tecnologia digital e da internet, qualquer cidadão tornou-se um potencial captador e emissor, algo que altera, profundamente, conceitos consolidados das Teorias de Comunicação e do Jornalismo.

Um dos pilares de embasamento teórico desta tese está alicerçado no estudo dessas mudanças. Já não podemos nos referir apenas aos jornalistas como emissores, tendo em vista que não estão sós nesse processo. E os receptores que do latim vem da palavra *receptor* – que significa aquele que toma e aceita (CUNHA, 1999) – há muito tempo também não se limitam a esse papel. É possível perceber isso observando imagens que obtiveram destaque jornalístico nas televisões brasileiras e mundiais, nos últimos anos.

³ A palavra telespectador que conhecemos, hoje, na língua portuguesa, é uma adaptação da palavra francesa *téléspectateur* (CUNHA, 1999) que começou a ser empregada a partir do século XX.

⁴ Computador portátil e pessoal que está se popularizando, pois pode funcionar como telefone, leitor de livros, câmeras de vídeo e fotográfica, aparelho de *GPS*, além de agregar outras funções de acordo com o fabricante.



Figura 1 – Imagem do vídeo da execução de Saddam Hussein, em 2006 (Fonte: *Globo News*)

Em 2006, cenas captadas por um celular foram disponibilizadas na internet e exibidas em televisões de todo o mundo, mostrando a execução de Saddam Hussein, ex-ditador do Iraque (**Figura 1**). Não foram feitas por nenhum jornalista ou cinegrafista pertencente a alguma emissora de televisão, agência de notícia ou assessoria de imprensa governamental, pois essas pessoas não tiveram acesso ao local. Embora até hoje a origem não tenha sido comprovada, um guarda iraquiano foi preso, um ano depois, acusado de ter feito o registro.

Existem vários exemplos que podemos citar ainda sobre esse papel crescente de coprodução exercido na recolha das imagens no telejornalismo que nos influenciaram na escolha desse tema de estudo. Entre os dias cinco e dez de abril de 2010, a população do Estado do Rio de Janeiro enfrentou uma das piores enchentes da história e a região metropolitana da capital fluminense foi a mais atingida.

O portal de notícias da Rede Globo, o G1⁵, recebeu e disponibilizou, durante esse período, duzentos e setenta e seis vídeos com imagens produzidas por pessoas de diversas profissões que decidiram compartilhar o que presenciaram de perto. Desses vídeos, um dos que receberam mais destaque foi feito por uma jogadora de vôlei da seleção brasileira e da equipe de voleibol “Rio de Janeiro”, pois foi utilizado no dia seis de abril de 2011, no telejornal regional *RJTV Primeira Edição* (exibido ao meio-dia, pela Rede Globo, no Estado do Rio de Janeiro).

⁵ O G1 pode ser acessado no seguinte endereço na internet: <<http://www.g1.com.br>>.



Figura 2 – Uma das cenas captadas pela jogadora Fabi (Fonte: *RJTV Primeira Edição*)

A atleta Fabi registrou com um telefone celular (**Figura 2**) o momento em que o ginásio do Maracanãzinho foi invadido pela água (VIZEU; ROCHA; SIQUEIRA, 2010). Nesse mesmo dia, seis de abril de 2011, à noite, o *RJTV Segunda Edição* (outro telejornal regional da Rede Globo, no Rio de Janeiro) veiculou uma reportagem feita pelo apresentador do programa, Márcio Gomes, que gravou com uma câmera própria a dificuldade que enfrentou para ir ao trabalho, mostrando o percurso feito a pé e também o depoimento das pessoas ouvidas por ele durante o trajeto.



Figura 3 – Márcio Gomes relatando o que vê enquanto segura a câmera (Fonte: G1)

O apresentador aparece no vídeo de boné e, claramente, segurando a câmera (**Figura 3**). Ele se inseriu na reportagem textualmente não como um videorepórter ou videojornalista⁶,

⁶ Há ainda outra expressão com o mesmo significado: repórter-abelha. Todas essas definições são utilizadas por Nachbin (2005, p. 117). O autor refere-se a elas, como sendo a síntese do que seria uma equipe de telejornalismo formada “por uma só pessoa”, capaz de captar imagens e ao mesmo tempo buscar informações, fazer entrevistas, elaborar a reportagem. Nachbin (2005) esclarece essa não é uma atividade nova, pois surgiu no fim da década de 1980, na TV Gazeta de São Paulo.

mas como um morador da capital fluminense, uma testemunha da enchente, como pode ser observado no texto lido, pelo mesmo, na apresentação da reportagem:

Muita gente, você viu aí, só conseguiu chegar, hoje, a algum lugar, a algum destino de um jeito só: andando. Peço licença aqui para contar uma experiência pessoal. Foi exatamente o meu caso. Eu tive que caminhar de casa até aqui o nosso estúdio se eu quisesse, realmente, trabalhar. E assim como muitos cariocas, eu também fui registrando, com uma pequena câmera, simples, o que eu ia vendo, o que acontecia na cidade (G1, 2011).

De fato, Márcio Gomes adotou a postura de testemunha diante do fato, porém se valeu dos conhecimentos jornalísticos para condução das situações que pretendia evidenciar. Após narrar o que encontrou pelo caminho, na mesma reportagem, o jornalista também mostrou quatro das duzentas e setenta e seis imagens, citadas anteriormente, enviadas por coprodutores ao portal de notícias G1.

Em junho de 2010, também o excesso de chuva causou uma das maiores enchentes já vistas em Alagoas e em Pernambuco. Em Pernambuco, a Rede Globo Nordeste recebeu, apenas no dia dezoito de junho de 2010, pela Internet, mais de cento e cinquenta mensagens com vídeos e fotografias feitos por moradores e turistas da região (PE360GRAUS, 2010).

As cenas serviram de subsídios para a realização de matérias e também foram exibidas nos telejornais regionais da emissora (VIZEU; ROCHA; SIQUEIRA, 2010). Além disso, nesse período, um vídeo produzido por um morador da cidade de Rio Largo, em Alagoas, ganhou destaque na edição do dia vinte e três de junho de 2010, no *Jornal Nacional* (JN), da Rede Globo.



Figura 4 – Momento em que a pessoa que fez as imagens é identificada na reportagem (Fonte: JN)

As imagens mostraram o momento em que a água do rio Mundaú invadiu o município. As cenas foram oferecidas pelo cidadão que fez o registro diretamente ao repórter que estava na cidade, fazendo a cobertura da tragédia (VIZEU; ROCHA; SIQUEIRA, 2010). Inclusive, o coprodutor Klismair Almeida foi identificado, como pode ser observado acima, por meio do crédito ⁷ de cinegrafista amador (**Figura 4**).

Essas informações audiovisuais percorrem diferentes caminhos até chegar à redação das emissoras de televisão. Ao longo desta tese abordaremos outras questões relativas aos meios de envio, mas antes cabe destacar outro exemplo de relevância no meio televisivo e jornalístico relacionado à coprodução. Diz respeito ao sequestro de um avião monomotor que causou a morte de duas pessoas (pai e filha) em Goiânia, Goiás, no ano de 2010.

O *Jornal da Globo*, da Rede Globo, mostrou durante três edições seguidas – doze, treze e dezesseis de março de 2009 – cinco imagens captadas sobre o assunto provenientes de diferentes coprodutores.

⁷ O crédito é como são chamadas as identificações “(o nome) de repórteres, entrevistados, cidades, estados ou país” (PATERNOSTRO, 1999, p. 140) que são inseridas dentro dos programas televisivos. Nos telejornais, o crédito é empregado para facilitar a compreensão, para que as pessoas que assistem as notícias possam saber quem é que está falando naquele determinado momento, quem é o repórter e onde ele está, quem fez as imagens, quem fez a produção, qual o nome do apresentador, qual o nome da cidade mostrada, etc.



Figura 5 – Cena registrada do sequestro do avião (Fonte: *Jornal da Globo*)

Entendemos que as cenas possibilitaram a visualização de três novos pontos de vista sobre a queda da aeronave que vão além da perspectiva da equipe de reportagem ou de qualquer simulação criada para ilustrar os fatos: o ponto de vista de quem estava trabalhando no aeroporto e acompanhou as ameaças de colisão feitas pelo piloto (**Figura 5**), a perspectiva dos moradores dos prédios que presenciaram os rasantes sobre os bairros de Goiânia e ainda das testemunhas do acidente que chegaram perto do avião logo depois da queda (VIZEU; ROCHA; SIQUEIRA, 2010).

Todos esses fenômenos relatados acima foram descritos a partir de observações que realizamos - antes e durante o desenvolvimento desta tese - dos telejornais brasileiros e também dos portais de notícias na internet das emissoras de televisão sediadas no Brasil.

Além disso, também pesquisamos a visão que os cidadãos que enviam fotos e vídeos têm do jornalismo a partir de um estudo feito no *Citizenside*, um sítio que funciona como uma agência de notícias na internet, ligada a France-Presse - terceira maior agência de notícias do mundo (CITIZENSIDE, 2012). Todo o conteúdo de imagens postado no *Citizenside* é feito por colaboradores de vários países.

Analisamos o que essas pessoas pensam sobre a profissão, se elas já trabalharam como jornalistas profissionais e se elas se consideram jornalistas. Dos que responderam as perguntas enviadas por correio eletrônico (MOYA; RAIGADA, 2010), a maioria afirmou nunca ter trabalhado como jornalista profissional, embora alguns considerem que, de certa forma, também são jornalistas. Eles também apresentaram diferentes visões sobre a profissão (SIQUEIRA; VIZEU, 2013).

Nesta tese, chegamos a cogitar a hipótese de analisarmos o ponto de vista dos coprodutores no telejornalismo, como uma continuação do estudo que realizamos no

Citizenside (SIQUEIRA; VIZEU, 2013). Porém, ao contrário do sítio de notícias na internet que disponibiliza informações dos cidadãos (como *e-mail*, *blogs*, páginas pessoais nas redes sociais), na televisão não ocorre da mesma maneira.

Não é possível contatar diretamente as pessoas que enviam imagens às emissoras de televisão. Em função da dificuldade de acesso a elas, optamos por não seguir com essa ideia adiante.

As emissoras de televisão até possuem um documento interno feito por resguardo jurídico, que permitiria a comunicação com alguns desses agentes. É um termo de cessão dos direitos de imagem, com nome, números da carteira de identidade e do Cadastro de Pessoa Física (CPF) e endereço. No entanto, esse documento não é usado em todas as circunstâncias.

Há casos em que a imagem é retirada da internet - em um local de domínio público como o sítio *YouTube*⁸ - ou chega por outros meios, como, por exemplo, estava no celular de um criminoso preso pela polícia ou no aparelho eletrônico de uma pessoa vítima de alguma tragédia. Em função dessas variáveis, optamos, por hora, em focarmos as atenções na lógica dos processos de produção.

Levando em consideração a crescente divulgação de fotografias e vídeos captados por pessoas que não são cinegrafistas das emissoras de televisão, nem de agências de notícias ou assessorias de imprensa -, concentramos nossos esforços em investigar os impactos dessa relação entre os jornalistas e esses cidadãos nas rotinas produtivas dos telejornais⁹ e nos processos de reconstrução da realidade.

Esses novos agentes a que nos referimos, são entendidos neste estudo como pessoas de várias profissões - donas de casa, professores, engenheiros, pedreiros, policiais, cozinheiros, etc -, que no dia a dia exercem outras funções, no entanto, eventualmente, captam imagens selecionadas e utilizadas nos programas jornalísticos de televisão.

Não são, portanto, cinegrafistas profissionais das emissoras, nem cinegrafistas de agências de notícia ou de assessorias de imprensa, embora esses dois últimos também possam ser considerados coprodutores, mas sob outra lógica. Ambos possuem caráter oficial e usual sob a ótica colaborativa, como facilitadores dos processos produtivos das mídias, sendo difícil

⁸ Portal de compartilhamento de vídeos na internet de grande expressividade mundial (<<http://www.youtube.com>>). Castells (2009, p. 104) afirma que o “*YouTube* y otros sitios web con contenidos creados por los usuarios son medios de comunicación de masas. No obstante, son distintos de los medios tradicionales. Cualquiera puede colgar un vídeo en *YouTube*, con algunas restricciones. Y el usuario elige el vídeo que quiere ver y comentar entre una enorme lista de posibilidades. Por supuesto, hay presiones sobre la libre expresión en *YouTube*, especialmente amenazas legales por infracción del copyright y censura de los gobiernos sobre el contenido político en situaciones de crisis.”

⁹ Os telejornais são integrantes dos subgêneros do hipergênero informativo (GORDILLO, 2009).

diferenciar o que foi realizado por eles ou por cinegrafistas das emissoras, pois utilizam equipamentos semelhantes, possuem conhecimentos jornalísticos, exercem essa função de captação de imagens profissionalmente, e não há, geralmente, referência textual nas reportagens sobre a origem das imagens feitas por eles. São, portanto, coprodutores institucionalizados, formalizados e oficiais, com a finalidade específica de servir à imprensa e, no caso das assessorias, também de servir a quem os contrata, seja uma instituição, um governo, um político, um sindicato, uma empresa ou algum profissional ou personalidade.

Por todas essas razões citadas acima, consideramos que não estão enquadrados dentro da proposta de coprodução analisada neste estudo explicitada anteriormente. Os coprodutores que estudamos, aqui - mais uma vez reiteramos - não são cinegrafistas profissionais das emissoras de televisão, embora possam auferir lucro por meio da comercialização eventual¹⁰ de vídeos oferecidos aos meios de comunicação; também não são cinegrafistas profissionais de assessorias de imprensa ou de agências de notícia; nem atuam como videorepórteres (cinegrafistas e repórteres); nem tão pouco são jornalistas multimídia, cuja tarefa está em desempenhar diversos afazeres¹¹ diários, para diferentes meios de comunicação.

Não é a primeira vez que nós utilizamos as palavras “coprodução” e “coprodutores” (VIZEU; SIQUEIRA, 2009), no entanto, neste estudo procuramos avançar. O nosso entendimento é de que há uma divisão clara entre o que é jornalismo e o que é informação visual (fotografias) ou audiovisual (vídeos), fruto da produção desses agentes. E essa é apenas uma das questões que nós vamos abordar.

1.1 Os objetivos

Optamos por estudar os impactos dessa relação entre os jornalistas e os coprodutores sob a perspectiva dos critérios de noticiabilidade e da construção social da realidade. Para isso, traçamos o seguinte objetivo geral: analisar os critérios de noticiabilidade empregados pelos jornalistas para selecionar as informações audiovisuais produzidas pelos coprodutores

¹⁰Sem vínculo empregatício ou contrato de prestação de serviços.

¹¹ Entre essas tarefas, pode estar incluída a função de captação de imagens em movimento e fotografias.

para identificar os valores-notícia¹² utilizados e como os profissionais do campo jornalístico reconstróem a realidade a partir dessas cenas. Nós trabalhamos com a hipótese de que os jornalistas usam novos valores-notícia para selecionar as informações audiovisuais¹³ provenientes dos coprodutores e um deles é o *flagrante único de coprodução*, com a intenção de criar um *efeito de participação do real representado*.

O *flagrante único de coprodução* é entendido como um valor-notícia empregado pelos jornalistas, ao lado de outros critérios de noticiabilidade, para selecionar as imagens provenientes da coprodução. A diferença é que este é um valor-notícia específico, ligado as cenas captadas por cidadãos, em locais onde os cinegrafistas profissionais das emissoras de televisão, das assessorias de imprensa e das agências de notícia não estiveram presentes. É um *flagrante único*, que acrescenta um novo ponto de vista dentro do trabalho jornalístico.

O *efeito de participação do real representado* diz respeito ao fato de que na televisão a *participação* não ocorre de maneira direta, pois é mediada pelos profissionais que trabalham no veículo. É, portanto, um *efeito de participação*. E a realidade é reconstruída por meio de imagens, ou seja, não é o real em si, mas uma representação do mesmo. A nossa hipótese é de que os jornalistas - ao realizar a seleção por meio do *flagrante único de coprodução* - procuram criar um *efeito de participação do real representado* nas pessoas que vão assistir as notícias, para que estas passem a atuar como coprodutores. É um estímulo empregado com a intenção de que os cidadãos façam parte dos processos produtivos, de que eles visualizem que podem ter envolvimento na produção de informações audiovisuais.

Estabelecemos também alguns objetivos específicos. Entre eles, está o de compreender de que forma a realidade social é construída e o papel do jornalista na construção social da realidade. Também procuramos verificar as mudanças, principalmente, tecnológicas, econômicas e sociais que permitiram o crescimento do envolvimento dos coprodutores no telejornalismo brasileiro e de que forma os modelos de convergência entre as mídias (CEBRIÁN HERREROS, 2004; JENKINS, 2008) possibilitaram o crescimento da oferta de imagens às emissoras.

Além disso, ainda analisamos e revisamos os conceitos da Teoria da Comunicação e também as definições de valores-notícia, descritas por vários autores, entre eles: Areal (2001), Carro (2005), Pastoriza (2003), Traquina (2008) e Wolf (1997), tendo em vista o cenário de

¹² O conceito de valor-notícia é explicitado no **capítulo quatro**.

¹³ Quando abordamos o termo audiovisual, neste trabalho, estamos nos referindo aqui a soma da imagem e do som, ou seja, ao vídeo captado de diversas formas: por celular, câmeras fotográficas, câmeras de vídeo, *tablets*, etc. Entendemos também a televisão como um meio audiovisual (ROSE, 2002; BECKER; TEIXEIRA, 2009; REZENDE, 2000).

crescimento da oferta de informações visuais e audiovisuais dos coprodutores em várias mídias, especialmente, no telejornalismo.

O estudo é desenvolvido tendo como problema de pesquisa a seguinte formulação: quais são e como são definidos os valores-notícia empregados pelos profissionais de telejornalismo para selecionar as informações audiovisuais produzidas pelos coprodutores e de que forma os jornalistas reconstroem a realidade a partir desses registros? Por se tratar de uma pesquisa de abordagem teórico-empírica, que ocupa a perspectiva construcionista dos estudos relacionados às rotinas produtivas jornalísticas, o foco centrou-se na lógica dos processos de produção e organização do trabalho (WOLF, 1997; TRAQUINA, 2008; ALSINA, 2009).

1.2 As razões de implementação deste estudo

Entendemos que é um tema atual, que vem sendo construído na sociedade contemporânea e que necessita de reflexão. Além de procurar compreender aspectos da evolução tecnológica (entre eles, o da convergência entre as mídias), buscamos ainda elucidar as possíveis transformações nas rotinas produtivas dos profissionais de telejornalismo em razão do novo contexto, uma vez que os cidadãos e as cidadãs passaram a ter um envolvimento maior na produção de imagens de uma maneira mais efetiva. Em uma época em que muito se questiona sobre o que é jornalismo e o que não é, acreditamos que trazemos contribuições que poderão ajudar a traçar os limites desse campo.

Outro ponto de destaque é o fato de utilizar como referência os jornalistas do telejornal de maior audiência do país, com tradição de mais de quatro décadas na cobertura de assuntos nacionais e internacionais. Analisamos se há o surgimento de novos valores-notícia empregados pelos profissionais do *Jornal Nacional* para exibir ou não essas informações audiovisuais produzidas pelos coprodutores, bem como as lógicas de reconstrução da realidade utilizadas pelos jornalistas desse telejornal.

Por ser um cenário novo, até o presente momento, não conhecemos nenhuma tese de doutorado com o enfoque específico deste trabalho. Reside, neste fato, o ineditismo deste estudo, que abre caminho para outras pesquisas, que mais adiante detalharemos.

Após este **capítulo um** de introdução, discutimos, no **capítulo dois**, as perspectivas de diferentes autores sobre a construção social da realidade e sobre como o jornalismo é inserido dentro desse processo. Além disso, também analisamos o papel ocupado pelos jornalistas na sociedade atual, frente ao aumento da inserção dos coprodutores.

No **capítulo três** tratamos das transformações ocorridas na televisão e no telejornalismo. O cerne está nas mudanças tecnológicas, sociais e econômicas que aconteceram, especialmente, na produção de imagens - do surgimento da televisão no Brasil, há mais de sessenta anos, até os dias atuais - e de que forma esses avanços vem alterando os processos de “participação” no jornalismo. Abordamos também as transformações que ocorreram nos formatos das notícias no telejornalismo.

No **capítulo quatro**, analisamos as alterações nos conceitos de receptor e emissor da Teoria da Comunicação e o surgimento da audiência comunicativa (SAPERAS 2000), frente ao momento atual vivido pelas mídias, especialmente, a televisão. Analisamos a Teoria do Jornalismo, com enfoque nas rotinas produtivas, com a finalidade de revisar as definições de valor-notícia, frente à coprodução. Apresentamos ainda um panorama dos estudos com temática semelhante ao deste trabalho que foram desenvolvidos e apresentados, nos últimos anos, por pesquisadores brasileiros e de fora do país. E retomamos a discussão sobre o papel ocupado pelos jornalistas dentro desse novo cenário de coprodução.

As lógicas de produção do *Jornal Nacional* sob a perspectiva do *newsmaking* e da construção social da realidade são analisadas no **capítulo cinco**, com os resultados obtidos por meio da revisão da bibliografia existente sobre o JN, bem como da observação participante. As rotinas produtivas do referido telejornal são descritas e discutidas.

Dando continuidade ao estudo, no **capítulo seis**, delimitamos o universo de coprodutores a ser estudando. Além disso, as lógicas de produção do JN são confrontadas com os resultados da análise de conteúdo realizada a partir da gravação, diária, do telejornal, durante o período de sete semanas e com as informações das entrevistas abertas semiestruturadas (MOYA; RAIGADA, 2010) feitas com o editor-chefe, William Bonner, e com o editor e produtor, Charles Tricot. A hipótese da aplicação do valor-notícia de *flagrante único de coprodução* é verificada.

Por fim, no **capítulo sete**, são discutidos os resultados finais obtidos, a aplicação da hipótese de criação de um *efeito de participação do real representado*, as contribuições deste trabalho para o meio acadêmico e quais futuros estudos poderão ser feitos a partir dessa temática.

2 A construção do real e o jornalismo: perspectivas e novos caminhos

Compreender o papel desempenhado pelo jornalismo e pelos jornalistas na sociedade foi uma questão que sempre nos instigou. Diversos autores também demonstraram essa preocupação em seus trabalhos, sob diferentes perspectivas, como destacaremos ao longo deste capítulo. Mas antes de abordarmos esse assunto, é necessário, primeiro, discutirmos aspectos que vão além do debate sobre o campo jornalístico. É preciso compreender de que forma a realidade social é apreendida e construída, especialmente, nesse novo cenário onde os coprodutores, no caso da televisão, tem um papel mais ativo e colaborativo, impondo novos desafios.

2.1 A construção social da realidade

Nem todos os pesquisadores têm a visão de que a realidade é construída socialmente. Searle (1997, p. 22) cita o exemplo de uma criança para explicar que ela cresce em uma cultura por meio da qual a realidade social é dada. O automóvel é um automóvel, a cédula de dinheiro é uma cédula de dinheiro, ou seja, isso tudo é um processo natural. Para Searle (1997, p. 24), a realidade “es creada por nosotros para nuestros propósitos, y nos parece tan prestamente inteligible como los propósitos mismos”.

Além disso, “la realidad social, en general, puede entenderse sólo a la luz de ella. Los rasgos relativos al observador son siempre creados por los fenómenos mentales intrínsecos a los usuarios, observadores, etc., de los objetos en cuestión” (SEARLE, 1997, p. 31).

Já Berger e Luckmann (1985, p. 11) têm outra visão a respeito da forma como a realidade é construída. Para os dois autores, trata-se de um fenômeno social, ou seja, “a realidade é construída socialmente” e a sociologia do conhecimento tem a tarefa de analisar de que forma esse fato acontece. Nesse sentido, o entendimento é de que a sociologia do conhecimento tem por finalidade analisar as relações que existem entre o pensamento humano e o contexto por meio do qual esse pensamento surge, tendo por fim a tarefa de:

ocupar-se com o que os homens “conhecem” como “realidade” em sua vida cotidiana, vida não teórica ou pré-teórica. Em outras palavras, o “conhecimento” do senso comum, e não das “idéias”, deve ser o foco central da sociologia do conhecimento. É precisamente este “conhecimento” que constitui o tecido de significados sem o qual nenhuma sociedade poderia existir. [...] A sociologia do conhecimento, portanto, deve tratar da construção social da realidade (BERGER E LUCKMANN, 1985, p. 29-30).

Berger e Luckmann (1985) fazem a análise da vida cotidiana sob o aspecto da fenomenologia. Quem também se apoia na fenomenologia é Schutz (2004) para estudar a construção social da realidade. Para Schutz (2004), a realidade é constituída pelo sentido de nossas experiências, ou seja, está relacionada ao conceito de tipificação, que compreende o contexto biográfico e o acervo de conhecimento que o ser humano possui. E é a partir dessas informações que o homem age tipicamente no dia a dia.

Si el mundo del sentido común es, desde un primer momento, un mundo reinterpretado; si todos los elementos de este mundo tienen sus horizontes de tipicidad, y si las nociones de la situación biográficamente determinada, el acervo de conocimiento a mano y la definición de la situación son guías seguras para interpretar la realidad social, debe existir algún principio subyacente de selección que explique las lecciones, actitudes, decisiones y adhesiones del individuo expresa y realiza. [...] Decido un curso de acción en un sentido y no en otro, a la luz de lo que considero significativo con respecto a mis más profundas convicciones e intereses (SCHUTZ, 2004, p. 27).

Isso representa que a ação é autoconsciente e é justamente isso que diferencia a fantasia da ação, pois há um propósito que está por trás do ato de agir. Schutz (2004, p. 24) também diz que: “La acción nunca está aislada, desvinculada de otra acción, divorciada del mundo. Manifiesta o latente, toda acción tiene sus horizontes de relacionalidad con la realidad social”. E por estar relacionada com a realidade social, não existe apenas uma forma de agir.

Se tomarmos como base a ação dos coprodutores, podemos dizer que é autoconsciente no momento em que eles têm por finalidade registrar determinada informação audiovisual. E é evidente que cada um deles o fez por diferentes propósitos: uso próprio, oferecer a alguma emissora de televisão, disponibilizar na internet, registrar uma determinada ação para posterior análise, por resguardo jurídico, como prova de algum crime e etc. O fato desse registro ter ido parar nas mãos dos jornalistas também implica em uma série de ações de apuração, validação, seleção e transformação em notícia.

Além da ação propriamente dita, há também a não ação. Isso é possível, pois no momento em que se escolhe não realizar determinado ato, está se tomando uma decisão, um caminho, que, de alguma forma, terá implicações na sociedade. É o caso, por exemplo, quando um determinado jornalista opta por não divulgar determinada imagem enviada por algum coprodutor, por entender que não é adequada ao perfil do telejornal, abrindo espaço para que a mesma cena possa ser ofertada à concorrência. A ação de não divulgar também é uma forma de ação que traz consequências.

Outro conceito importante definido por Schutz em seus trabalhos é o da atitude natural, que pode ser definida como a suspensão da dúvida. Isso quer dizer que, no nosso dia a dia, não nos questionamos a respeito de tudo que está na nossa volta. Não refletimos sobre todas as situações que surgem na nossa rotina e esse não é um processo autoconsciente, ou seja, não nos damos conta que realizamos a suspensão da dúvida. Simplesmente, não refletimos sobre isso (CORREIA, 2005).

Mas não permanecemos em atitude natural o tempo todo, o que é evidente. É o que descreve Schutz (2004, p. 30):

De la ansiedad fundamental surgen los muchos sistemas interrelacionados de esperanzas y temores, de necesidades y satisfacciones, de oportunidades y riesgos que incitan al hombre de la actitud natural a tratar de dominar el mundo, superar obstáculos, esbozar proyectos y llevarlos a cabo (SCHUTZ, 2004, p. 30).

Embora haja influência na forma de tentar superar obstáculos, elaborar projetos e colocá-los em prática, as nossas decisões não estão embasadas apenas no que pensamos, pois existe um intercâmbio social. Agimos com base nos conhecimentos que herdamos dos nossos antepassados, da nossa história biográfica e também no que pensamos sobre as pessoas que virão após a nossa partida (CORREIA, 2005).

No entanto, conforme Schutz (2004, p. 21),

la mayor parte de mi intercambio social tiene lugar con contemporáneos y asociados, a quienes, también en este caso, conozco mediante las tipificaciones del mundo del sentido común. La relación “face a face” é fundamental para todas as demais estruturas de relacionamento social (SCHUTZ, 2004, p. 21).

Defendemos que as escolhas que os jornalistas fazem do que será ou não apresentado, por exemplo, são baseadas muito nas tipificações e, especialmente, no intercâmbio entre associados e contemporâneos, estabelecido nas relações *face a face*, *projetada* e *virtual*.

Se levarmos a discussão especificamente para o processo de seleção das notícias, podemos dizer que as escolhas são influenciadas, entre outros elementos, pela imagem que os jornalistas têm do público (relação *projetada*), pelas relações *face a face* no ambiente da redação e pelas relações *virtuais* com colegas que trabalham em outras emissoras (contato por telefone, *e-mail* e videoconferência) e também pela visão que possuem do enfrentamento com a concorrência (relação *projetada*, *virtual* ou *face a face*). Em geral, os editores, produtores e editores-chefes estabelecem um contato profissional mais distante com os concorrentes, ao contrário dos repórteres que travam um contato mais direto (*face a face*) durante o processo de elaboração da notícia.

No que diz respeito à relação entre os coprodutores e os jornalistas no telejornalismo, as relações *face a face* ocorrem de maneira esporádica, principalmente, nos casos em que os coprodutores encontram algum repórter na rua e oferecem a imagem ou decidem ir à emissora para comunicar que possuem algum registro. Há casos também em que algum jornalista é designado para encontrar o coprodutor e conseguir a informação audiovisual. Apesar de todos os casos citados, o que acontece com mais frequência é o estabelecimento de uma relação *virtual*, pois os registros são enviados por *e-mail* ou postados na internet, são repassados de um celular a outro ou chegam pelo sistema das agências de notícias.

Berger e Luckmann (1985, p. 39) consideram que as relações *face a face* estão ligadas a realidade da vida diária, isso quer dizer que “a realidade da vida cotidiana está organizada em torno do ‘aqui’ de meu corpo e do ‘agora’ do meu presente. Este ‘aqui e agora’ é o foco de minha atenção à realidade da vida cotidiana”. No entanto, os mesmos autores afirmam que a realidade não se esgota no “aqui e agora”, pois a vida cotidiana é experimentada

em diferentes graus de aproximação e distância, espacial e temporalmente. A mais próxima de mim é a zona da vida cotidiana diretamente acessível à minha manipulação corporal. Esta zona contém o mundo que se acha ao meu alcance, o mundo em que atuo a fim de modificar a realidade dele, ou o mundo em que trabalho. [...] Sei, evidentemente, que a realidade da vida cotidiana contém zonas que não me são acessíveis desta maneira. Mas, ou não tenho interesse pragmático nessas zonas ou meu interesse nelas é indireto, na medida em que podem ser potencialmente zonas manipuláveis por mim. Tipicamente meu interesse nas zonas distantes é menos intenso e certamente menos urgente (BERGER; LUCKMANN, 1985, p. 39).

Acreditamos que as pessoas registram, com mais frequência, na atualidade, a realidade da vida cotidiana por meio de celulares e câmeras digitais não apenas por uma questão de acesso fácil à tecnologia, mas também em uma tentativa de aproximar o mundo que está ao alcance delas do que está visível para elas e para os outros na internet e na televisão.

É uma perspectiva que vai ao encontro do que afirmam Berger e Luckmann (1985). Para os referidos autores, a realidade da vida cotidiana “apresenta-se a mim como um mundo intersubjetivo, um mundo de que participo juntamente com outros homens” (BERGER; LUCKMAN, 1985, p. 40).

É dentro desse ponto de vista construtivista, que Sábada (2007, p. 40) diz que o sujeito assume o papel de agente, pois não é apenas um espectador, conforme relata a seguir:

El sujeto es creador de la realidad social, no mero espectador o transmisor, sino que crea con cada una de sus interpretaciones el mundo social. La realidad social se apoya en la intersubjetividad, de modo que las interpretaciones de cada persona configuran nuevos significados con los que el resto de las personas se manejan también en el mundo, en una interacción continua. Los nuevos significados al llegar a su *reificación* o cosificación, son ‘reutilizados’ por otros en la creación de un contexto coherente, que configura, en palabras de Peter Berger y Thomas Luckmann, ‘la vida cotidiana’ (SÁBADA, 2007, p. 40).

Levando em consideração o que foi exposto, entendemos que a forma como nós percebemos o mundo depende de uma série de fatores. De acordo com Moscovici (2003, p. 30),

nós percebemos o mundo tal como é e todas nossas percepções, idéias e atribuições são respostas a estímulos do ambiente físico ou quase físico, em que nós vivemos. O que nos distingue é a necessidade de avaliar seres e objetos corretamente, de compreender a realidade completamente; e o que distingue o meio ambiente é a sua autonomia, sua independência com respeito a nós, ou mesmo, poder-se-ia dizer, sua indiferença com respeito a nós e a nossas necessidades de desejos (MOSCOVICI, 2003, p. 30).

Seguindo alguns aspectos traçados por Schutz (2004), os autores Berger e Luckmann (1985, p. 49) chamam os esquemas de classificação da realidade da vida cotidiana de tipificações. Nesses esquemas, para Berger e Luckmann, é que definimos como apreendemos as outras pessoas, seja pelo gênero, origem, profissão, idade, humor, entre outros aspectos. A partir dessas tipificações são “estabelecidos os modos como ‘lidamos’ com” essas pessoas “nos encontros face a face”.

Hoje, esses encontros estão saindo, com frequência, da esfera *face a face* para se tornarem *virtuais*. Estamos nos ambientando a classificar a realidade da vida cotidiana também por meio das relações que estabelecemos com as pessoas pela internet e pelo celular multiplataformas¹⁴, estendendo a aplicação dessas tipificações à convergência desses meios com a televisão, o rádio, a revista e o jornal impresso.

2.2 A comunicação, o jornalismo e a construção social da realidade

Correia (2005 p. 125) faz uma análise voltada para o campo da comunicação (e mais especificamente do jornalismo) com base nas visões de Schutz (2004) sobre a construção social da realidade. Entretanto, o autor compreende que há implicações que devem ser levadas em conta quando se estuda os meios de comunicação na atualidade, pois essa experiência “transcende em muito aquela que era a experiência comunicativa primordial detectada por Schutz” nas relações *face a face*.

A internet, o rádio, a televisão, o jornal e a revista estão cada vez mais convergentes e inseridos no cotidiano das pessoas, por meio da portabilidade, em aparelhos pequenos, que podem ser levados e acessados em qualquer lugar. Além disso, os cidadãos também estão compartilhando o que visualizam com mais rapidez, repassando informações visuais e audiovisuais para outras pessoas por meio da televisão e da internet. São laços que superam, em diversos momentos, os estabelecidos no contato direto.

Outra constatação feita por Correia (2005, p. 125) diz respeito à realidade construída pelos meios de comunicação, que embora supere “o mundo ao meu alcance imediato, trata das experiências dos nossos contemporâneos”. Isso quer dizer que o mundo ao meu alcance imediato não precisa estar ligado diretamente às relações físicas de proximidade, pois posso ter acesso a uma informação e agir imediatamente a partir dela, mesmo se o objeto ou a pessoa com o qual estou interagindo não esteja no mesmo país ou continente que eu.

Outro aspecto descrito por Correia (2005, p. 127-128) é que:

¹⁴ O celular na atualidade é considerado um aparelho de multiplataformas por possuir várias funções que vão além da comunicação por voz. Dependendo do modelo, pode servir como câmera fotográfica e de vídeo, GPS, ferramenta de jogos eletrônicos, mecanismo de acesso rápido à internet e etc.

O que os *media* fazem é alterar ou consolidar sistemas de relevância, ou seja, dar conhecimento público do que se entende ser importante discutir. Nesta abordagem teórica, a relação dos actores com o horizonte social é organizada em termos de ‘zonas de relevância’, um termo que diz respeito à maior ou menor proximidade face ao aqui e agora da esfera imediata de actividade dos indivíduos. Com efeito, é o nosso interesse mais imediato que motiva todo o nosso pensar, projectar e agir e que, portanto, estabelece os problemas a serem seleccionados pelo nosso pensamento e os objectivos a serem atingidos pelas nossas ações (CORREIA, 2005, p. 127-128).

Os sistemas de relevância seriam definidos no ambiente das redações jornalísticas e estariam atrelados às rotinas produtivas e aos valores-notícia, que fazem parte dos objetivos de análise desta tese.

O jornalista é visto como um especialista no tratamento das informações, ou seja, “um observador de agentes que protagonizam determinados acontecimentos no mundo da vida” (CORREIA, 2005, p. 136) e “a realidade passa a ser uma construção, um produto de uma actividade especializada, dependendo, em grande parte, das práticas produtivas das profissões ligadas às produções mediáticas, designadamente a profissão jornalística” (CORREIA, 2005, p. 132).

Vilches (1996, p. 133) define o produto do trabalho do jornalista, ou seja, a notícia, como um recorte de informação, cuja seleção é feita com base na organização das rotinas produtivas, como o autor relata a seguir:

Los periodistas desenvuelven su actividad dentro de un marco de limitaciones y lo que dan al público no es la ‘verdad’ sino un programa (o un espacio periodístico) sometido a limitaciones temporales con acontecimientos ya seleccionados. Es cierto que los periodistas indagan en el entorno social y político, pero el procesamiento y la manufactura de un acontecimiento. La noticia es un producto y como tal contiene a la sociedad y a la organización del trabajo que la produce. Esta organización determina quién toma la decisión de lo que es noticia. Entre las fuerzas más importantes que dan forma a las noticias se hallan el medio periodístico, la audiencia y la organización de las noticias (VILCHES, 1996, p. 133).

Berger e Luckmann (2004, p. 68) detalham que os meios de comunicação de massa, entre eles, a televisão, são instituições que possuem “um papel-chave na orientação moderna de sentido ou, melhor, na comunicação de sentido”. São instituições que servem como referência e orientam o homem moderno, que está imerso numa crise de sentido. São, portanto,

intermediadoras entre a experiência coletiva e a individual, oferecendo interpretações típicas para problemas definidos como típicos. Tudo o que outras instituições produzem em matéria de interpretações da realidade e de valores, os meios de comunicação selecionam, organizam (empacotam), transformam, na maioria das vezes no curso desse processo, e decidem sobre a forma de sua difusão (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 68).

Por sua vez, Wolf (1997, p. 115) afirma que não se deve considerar apenas o aspecto de institucionalização quando se fala da construção social da realidade pelos meios de comunicação, pois “los media pueden construir las definiciones sociales de los contextos de significado más amplios que enmarcan el plano de la experiencia en el ámbito de la vida cotidiana, pero en este proceso no actúan aisladamente”.

Mayo (2004, p. 7-37) procura demonstrar que, cada vez mais, o que nós denominamos de realidade se produz de forma massiva e no cotidiano “en el ámbito de los ‘medios de comunicación’ y, de manera hegemónica, en el medio televisivo”. Para desenvolver seus estudos, o autor cita os trabalhos desenvolvidos pela Escola de Annenberg, que realiza uma descrição empírica e objetiva da realidade criada pelos meios de comunicação. Trata-se de um estudo sobre os efeitos da realidade midiática produzida pela televisão sobre os seus consumidores.

Nessas pesquisas, a realidade é confrontada em termos de seus objetivos como realidade secundária, que é produzida pela mídia. São levados em consideração o tempo de exposição das pessoas aos conteúdos televisivos e os impactos que isso têm nas concepções de realidade dessas pessoas (MAYO, 2004).

Esses estudos da Escola de Annenberg, no entanto, receberam muitas críticas por uma série de fatores, inclusive, por desconsiderarem o contexto social desses cidadãos e apenas classificá-los conforme a assiduidade com que assistem aos programas televisivos. Alguns contextos sociais que não são abordados e que podem interferir no resultado das pesquisas são: escolaridade, idade, renda familiar, o acesso à tecnologia e etc.

No Brasil, também são desenvolvidos estudos que relacionam os meios de comunicação com o processo de construção social da realidade. É o caso de Fausto Neto (2003), que elaborou um trabalho sobre as razões da vitória do presidente Luís Inácio Lula da Silva nas Eleições Presidenciais de 2002. O autor apontou que as questões políticas são, em muitos momentos, superadas por questões midiáticas na televisão. Os próprios atores políticos entendem a necessidade de se atender as demandas da mídia, pois o veículo é um dos meios de criação de sentidos.

Também há pesquisadores do campo da comunicação, não apenas no Brasil, preocupados em estudar a forma como percebemos a realidade, sob outro ponto de vista, o das imagens, que tem a ver também com o nosso objeto de estudo. Sontag (2004, p. 180-193) observa que “possuir o mundo na forma de imagens é, precisamente, reexperimentar a realidade e o caráter distante do real”. Um real que não está próximo fisicamente, mas na forma de imagem. Nesse sentido, a autora afirma que

as câmeras implementam a visão instrumental da realidade por reunir informações que nos habilitam a reagir de modo mais acurado e muito mais rápido a tudo o que estiver acontecendo. A reação, é claro, pode ser repressiva ou benevolente: fotos de reconhecimento militar ajudam a aniquilar vidas, radiografias ajudam a salvá-las (SONTAG, 2004, p. 180-193).

Essa realidade pode ser definida pelas câmeras de duas formas que são “essenciais para o funcionamento de uma sociedade industrial avançada: como um espetáculo (para as massas) e como um objeto de vigilância (para os governantes)” (SONTAG, 2004, p. 195). Como espetáculo, pode ser disponibilizada na forma de entretenimento (no cinema, por exemplo) ou, mesmo, como elemento integrante das notícias jornalísticas, captadas pelas lentes das emissoras, assessorias de imprensa, agências de notícia ou pelos coprodutores.

Como objeto de vigilância, pode ser realizada pela imprensa, por cidadãos ou por meio de câmeras instaladas nas ruas, nas empresas e nos locais públicos. Essas seriam apenas algumas das possibilidades.

Cabe ressaltar também, que no momento em que as pessoas olham nos telejornais imagens que lembram ações que se tornaram comuns nas telas de cinema, a noção entre o que é realidade e fantasia pode, de certa forma, se tornar confusa. De acordo com Žižek (2003, p. 34),

é necessário ter a capacidade de distinguir qual parte da realidade é “transfuncionalizada” pela fantasia, de forma que, apesar de ser parte da realidade, seja percebida num modo ficcional. Muito mais difícil do que denunciar ou desmascarar como ficção (o que parece ser) a realidade é reconhecer a parte da ficção na realidade “real” (ŽIŽEK, 2003, p. 34).

Žižek (2003) afirma ainda que há um grau de distanciamento propiciado pela profusão de imagens que invadem a nossa rotina, pois

a Realidade Virtual simplesmente generaliza esse processo de oferecer um produto esvaziado de sua substância: oferece a própria realidade esvaziada de sua substância, do núcleo duro e resistente do Real – assim como o café descafeinado tem o aroma e o gosto do café de verdade sem ter o café de verdade, a Realidade Virtual é sentida como a realidade sem o ser. Mas o que acontece no final desse processo de desvirtualização é que começamos a sentir a própria ‘realidade real’ como uma entidade virtual. Para a grande maioria do público, as explosões do WTC aconteceram na tela dos televisores, e a imagem exaustivamente repetida das pessoas correndo aterrorizadas em direção às câmeras seguidas pela nuvem de poeira da torre derrubada foi enquadrada de forma a lembrar as tomadas espetaculares dos filmes de catástrofes, um efeito especial que superou todos os outros, pois – como bem sabia Jeremy Bentham – a realidade é a melhor aparência de si mesma (ŽIŽEK, 2003, p. 25).

Talvez por esse motivo, seja cada vez mais frequente ouvir a expressão “parecia um filme” para se relatar a experiência de ver o real muito próximo de algo mostrado nas telas do cinema, ou seja, que pertence ao mundo da fantasia. Seja de casa, das empresas, dos centros comerciais ou das ruas, as pessoas têm registrado esse real e compartilhado as imagens do que viram com os outros pela internet (redes sociais, sítios de compartilhamento) ou pela televisão. Quem assiste pode sentir essa realidade como algo real e ao mesmo tempo virtual, *representado*.

Tendo em vista todos os conceitos apresentados até aqui (levando em consideração o uso de imagens, o papel dos meios de comunicação na forma como as pessoas compreendem o mundo onde vivem e a descrição do embasamento teórico sobre a realidade social), percebemos que a maioria dos autores relatados neste trabalho possui o entendimento de que a realidade não vem pronta ou é tida como natural.

A sua apreensão ocorre por meio de um processo de construção que ocorre no meio social, que está em constante mudança e essas transformações também atingem o jornalismo. Por esse motivo, fazemos a seguinte pergunta: Será que o jornalismo ainda ocupa um papel central no processo de recontextualização do mundo e de reconstrução da realidade? É isso o que nós vamos discutir a seguir.

2.3 O campo jornalístico: o que está dentro ou fora das fronteiras

Bourdieu (1997, p. 105) apresentou as propriedades do campo jornalístico como sendo um espaço dominado por uma lógica que é específica e “propriamente cultural, que se impõe aos jornalistas através das restrições e dos controles cruzados que eles impõem uns aos outros e cujo respeito (por vezes designado como deontologia) funda as reputações de honorabilidade profissional”.

Bourdieu (1997) também argumenta que esse é um campo de lutas, de enfrentamentos, de concorrência, que influencia outros campos, como os de produção cultural, mas também sofre forte influência de outros.

[...] assim como o campo político e o campo econômico, e muito mais que o campo científico, artístico ou literário ou mesmo jurídico, o campo jornalístico está permanentemente sujeito à prova dos veredictos do mercado, através da sanção, direta, da clientela, ou indireta, do índice de audiência (ainda que a ajuda do Estado possa assegurar certa independência com relação às pressões imediatas do mercado) (BOURDIEU, 1997, p. 106).

No entendimento do referido autor, os jornalistas sofrem diariamente pressões externas, exercidas por outros campos e também por fatores comerciais e de marketing. Esses profissionais também convivem com aspectos deontológicos, com regras de conduta que procuram seguir consciente ou inconscientemente e enfrentam sanções internas e concorrência entre os profissionais da área.

Blázquez (2000, p. 72) define os códigos deontológicos como um

[...] conjunto de principios, normas y perceptos concretos expuestos de forma lógica y sistematizada por iniciativa del propio sector informativo para orientar de la forma más correcta posible su trabajo, habida cuenta de la complejidad del mismo como servicio al bien común. Se llaman “deontológicos” porque, como el mismo nombre indica, se refieren antes que nada a los deberes del profesional hacia su público (BLÁZQUEZ, 2000, p. 72).

Existem outros aspectos que também são determinantes e que podem ser adquiridos, que vão além das normas, dos códigos. É o que Bourdieu (2000) define como *habitus*. O

habitus pode ser compreendido tanto como um conhecimento formado a partir das nossas primeiras experiências na sociedade e também desenvolvido ao longo de nossa vida adulta.

Corcuff (2001, p. 53) complementa o que diz Bourdieu (2000), afirmando que o *habitus* é formado por um “conjunto limitado de esquemas de ação e de pensamento”, mas que pode produzir diferentes respostas, dependendo de como é confrontado. Se for confrontado por situações habituais, pode apenas reproduzir o que está registrado nos seus “princípios geradores”, mas se enfrenta situações inéditas, poderá ser levado a inovar.

Neveu (2006) também demonstrou interesse pelos estudos do campo jornalístico sob o ponto de vista sociológico ao analisar o espaço ocupado pela profissão, especialmente, na sociedade francesa. Para o autor, a noção de campo

convida a pensar o espaço do jornalismo como um universo estruturado por oposições ao mesmo tempo objetivas e subjetivas, a perceber cada publicação e cada jornalista dentro da rede de estratégias, de solidariedades e de lutas que o ligam a outros membros do campo. Ele chama a pensar o campo jornalístico na sua relação com outros espaços sociais (NEVEU, 2006, p. 63).

No Brasil, o campo jornalístico tem passado por vários desafios. Podemos afirmar que um deles está ligado à interferência da coprodução e outro também ao que Bourdieu (2000) chama de disputa pelo poder simbólico. Estamos vivenciando um período em que muito se questiona sobre os limites do que é jornalismo e do que não é, especialmente no Brasil, onde também se discute quem pode ou não atuar profissionalmente.

Depois de anos de debates, o Supremo Tribunal Federal, órgão máximo da justiça brasileira, chegou a retirar a obrigatoriedade do diploma de jornalista para exercer a profissão no ano de 2009, por entender que restringia a liberdade de expressão e também porque os ministros compreendiam que não havia necessidade de curso superior específico para desempenhar as atividades.

Até o presente momento, o embate continua e envolve profissionais da área, sindicatos, empresas de comunicação, universidades, políticos e juristas. Recentemente houve a sinalização de que a obrigatoriedade voltará a entrar em vigor, pois no final de 2011 os senadores brasileiros aprovaram, em primeiro turno, a Proposta de Emenda à Constituição (PEC), determinando a volta da exigência do diploma. Em agosto de 2012, a votação foi a segundo turno no Senado e a PEC voltou a ser aprovada. A emenda agora terá que ser votada em primeiro e segundo turnos na Câmara dos Deputados.

Marques de Melo (2009, p. 16-17) destaca que uma das reações no campo acadêmico a essa “crise de identidade vivenciada, neste início do século XXI, pela profissão” foi a criação da Sociedade Brasileira dos Pesquisadores do Jornalismo (SPBJor), em 2003.

Por meio de seus congressos anuais, essa organização tem, de acordo com o autor, “fortalecido o espírito de corpo da emergente comunidade, além de” ter influenciado “o resgate da auto-estima jornalística no interior das universidades”.

Há ainda outras batalhas a serem vencidas. Mesmo que se decida, de vez, pelo retorno do documento que comprove a formação superior em jornalismo como obrigatório para o desempenho das funções, nem assim a controvérsia cessará. Essa é uma luta que tem por trás interesses políticos e econômicos e não é apenas do ponto de vista legal que a profissão é posta à prova. É também por conta das mudanças que ocorrem nos meios de comunicação e, especialmente, na forma como as pessoas se relacionam com eles.

É visível que os cidadãos e cidadãs assumiram uma postura mais ativa nas rotinas produtivas. Eles criam fóruns de discussão na internet, *blogs*, compartilham informações, trocam ideias e até produzem assuntos em um formato muito semelhante ao da notícia jornalística, porém sem a preocupação de verificar, validar e ouvir todos os lados envolvidos nos fatos, que são princípios do jornalismo.

O que executam, no nosso entendimento, portanto, é produção de informação e não de notícias e no caso dos coprodutores, a informação pode ser visual (fotografias) ou audiovisual (vídeos).

Ao analisar o momento que vivenciamos na sociedade da informação¹⁵, Alsina (2009) afirma que é evidente que presenciamos mudanças na realidade que está ao nosso entorno e nos meios de comunicação e que esse fenômeno não iniciou hoje, porém a novidade é que o ritmo das transformações está mais acelerado.

Com isso, ampliaram-se os rearranjos comunicacionais. Pena (2008, p. 23) afirma que “a natureza do jornalismo está com medo. O medo do desconhecido, que leva o homem a querer exatamente o contrário, ou seja, conhecer”. E esse é um sentimento que acompanha a profissão em diversas fases.

Do ponto de vista cronológico, Marques de Melo (2009) ressalta três momentos do pensamento jornalístico brasileiro: emancipação (século XIX), identificação (século XX) e autonomia (século XXI). A emancipação é marcada “pelo distanciamento gradual entre as matrizes portuguesas, remanescentes da colonização, e os padrões brasileiros, que afloram

¹⁵ (CASTELLS, 1998).

durante o Primeiro Reinado” (MARQUES DE MELO, 2009, p. 7) e também pela presença de duas correntes de pensamento: embrionário e precursor.

Na etapa da identificação, surgem os pensamentos fundador, sistematizador, polemizador e consolidador. Na fase da autonomia, as tendências emergentes são os pensamentos problematizador e institucionalizador. Esses dois últimos estão relacionados com a revitalização das pesquisas sobre o jornalismo e com a preocupação ampliada dos estudiosos em investigar a imagem e o lugar ocupado pelos profissionais desse campo na sociedade.

Marcondes Filho (2009) por sua vez procurou estabelecer outro tipo de classificação, com foco não no pensamento jornalístico brasileiro, mas na atividade profissional, no mundo. Ele traçou quatro fases: imprensa informativa; imprensa de opinião, política e literária; crescimento dos monopólios e concentração na imprensa, e era eletrônica. Na primeira fase, já com o uso da produção tipográfica, a circulação de notícias é algo que surge para facilitar a comercialização de mercadorias, ou seja, é um instrumento econômico.

A segunda etapa começa a partir do final do século XVIII com a criação das redações dos jornais. “É a época dos jornais eruditos, das revistas moralistas, época em que escritores e políticos escrevem em suas páginas” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 139). Mas esse também foi um período em que o jornalismo deixou de ser uma “livre manifestação de indivíduos isoladamente, forma de externalização de idéias e posições políticas” (MARCONDES FILHO, 2009, p. 143) para ser controlado pelas pessoas que detinham capital para abrirem seus próprios jornais.

A terceira fase refere-se à concentração de veículos de comunicação nas mãos dos monopólios. Esse movimento restringiu a área de atuação das produções com opiniões divergentes das dominantes. E a última etapa diz respeito ao momento atual que vivenciamos, de grande revolução tecnológica, que atinge diferentes mídias. Sobre esse momento, Marcondes Filho (2009, p. 157) faz a seguinte observação:

Se a maior revolução ocorrida no curso histórico do jornalismo como instrumento de propaganda de classe (quer da forma diretamente política de produzir notícias, quer da forma “camuflada” de vender a ideologia, por meio da mensagem publicitária) foi desencadeada com a introdução de novos instrumentos e aparelhos de impressão – mudanças tecnológicas, portanto, que obrigaram a empresa jornalística a se alinhar junto às demais empresas em direção à forma monopolística de dimensionar o mercado e de excluir as pequenas empresas –, então a nova transformação, cujos sinais estamos começando a sentir, traz mudanças estruturais igualmente sérias. Não há condições de se fazer uma previsão de seu desenvolvimento a longo

prazo, mas isso não impede que se faça a projeção e a avaliação do significado dessas inovações no presente e nos próximos anos (MARCONDES FILHO, 2009, p. 157).

É essa avaliação de alguns significados dessas inovações que estamos desenvolvendo neste trabalho. Na atualidade, é evidente que a quantidade de informação disponível não é apenas maior como também chega por diferentes meios (principalmente pela internet), aumentando a responsabilidade dos jornalistas no trabalho de apuração. Ao mesmo tempo, também é delegada a eles a função de ordenar o caos, determinando o que é noticiável.

Alsina (2009, p. 228) afirma que “embora as fontes possam pretender mostrar o que é importante na informação que elas oferecem, será o jornalista, em último caso, que terá de decidir onde está a notícia”. O autor ainda argumenta que:

O jornalista tem como matéria-prima do seu trabalho a construção da realidade social que as fontes de informação criaram. Quando alguém se torna, por exemplo, testemunha de um acontecimento, confere sentido ao que percebe. Constrói, portanto, uma realidade social, objetiva o fenômeno observado. Uma forma de conferir sentido a um fenômeno é quando o contextualizamos. Assim, uma fonte pode relatar um roubo dizendo que “existem muitos imigrantes no bairro”. Mas o jornalista precisa ir além da construção da realidade social de primeiro grau que a fonte faz. O primeiro que o jornalista se questiona, é se o acontecimento relatado é notícia, ou inclusive, que parte da informação relatada é passível de se tornar notícia. A fonte se inclinará pelo que for mais importante para ela, porém, o jornalista tem outro ponto de vista. Vai se questionar o que pode ser mais importante ou interessante para os leitores. Isso o obrigará a re-contextualizar o acontecimento pois de repente, no exemplo no roubo, o roubo em si nada tem a ver com a imigração (ALSINA, 2009, p. 229).

Os coprodutores entram dentro dessa descrição feita por Alsina (2009), da reconstrução da realidade pelo jornalismo. Esses agentes procuram conferir sentido a determinados fatos que observam e realizam objetivações por meio de imagens, mas o que captam não é notícia. Será somente após passar pelas mãos dos jornalistas que recontextualizarão os acontecimentos.

O autor citado acima fez referência a uma questão importante e que necessita de reflexão, especialmente, neste estudo que aborda a forma como os jornalistas selecionam e reconstróem a realidade a partir de imagens que foram produzidas por terceiros e não por equipes de reportagem, como já foi exposto anteriormente. Se a construção social da realidade feita pela “fonte” é de primeiro grau, a recontextualização realizada pelo jornalista é de

segundo grau. Trata-se, portanto, de uma reconstrução do real, que é *representado* por meio de imagens, da notícia.

De acordo com Coutinho (2009a), no telejornalismo essa reconstrução acontece da seguinte forma:

Entende-se que o produto oferecido aos telespectadores é uma (re) construção da realidade, operada via coleta de imagens, redação de texto, edição, cujo poder de verdade, de celebração do fato é reforçado muitas vezes pela flexão dos verbos no presente do indicativo (COUTINHO, 2009a, p. 69).

Oliva e Sitjà (2007) colocam o jornalista na posição de narrador, de um contador de histórias reais, estruturadas com elementos narrativos.

El periodista es un narrador con la voluntad de producir noticias que dejen algún impacto en la audiencia. Hemos de aprovechar las condiciones que tienen estos medios para capturar la audiencia, y hacer que aprenda algo, despertando sus sentimientos o emociones. Todos sabemos que una noticia es una narración ordenada de un hecho que ha sido verificada por un periodista, pero como todo hecho contado verbalmente puede ser narrado como una historia. Las historias tienen una estructura característica formada por una exposición, el nudo y el desenlace y también tienen personajes, acción y emoción. En las historias tampoco pueden faltar las anécdotas y los detalles, que acercan la historia al público. Sin embargo, las noticias contadas en forma de historia tienen que ser fieles a la verdad. Como cualquier noticia, nuestra historia tiene que haber sido verificada y escrita de manera rigurosa y honesta (OLIVA; SITJÀ, 2007, p. 132).

Vizeu e Correia (2008) apresentam outro aspecto que cabe ser ressaltado sobre a relação entre os jornalistas e o público, de uma maneira geral. Para os dois autores, o jornalismo ocupa um lugar de referência, ou seja, “uma espécie de lugar de orientação nas sociedades complexas que homens e mulheres recorrem para o bem e para o mal” (VIZEU; CORREIA, 2008, p. 19). Desempenha uma função muito semelhante ao da família, da igreja, das escolas etc.

A televisão, em especial, seria uma referência de

estabilidade, diante da violência da insegurança e da complexidade do cotidiano. Os telejornais funcionariam como uma janela para a realidade, mostrando que o mundo circundante existe, está lá e tudo não se transformou num caos e a vida segue a sua normalidade (VIZEU; CORREIA, 2008, p. 21).

Em um estudo sobre a recepção entre jovens universitários cariocas, Travancas (2007, p.88) constatou justamente que o *Jornal Nacional* funcionava como uma referência para os estudantes, como uma “fonte de sentimentos os mais variados, que vão do amor ao ódio, jamais da indiferença”. Travancas (2007, p. 95-96) acrescenta ainda que “não é à toa que alguns comentavam que, embora o jornal mostrasse tragédias e notícias negativas, assistir a ele dava uma sensação de tranquilidade. E comentavam que viam o JN também para relaxar de suas rotinas estressantes e corridas de uma grande metrópole”.

No que diz respeito ao trabalho dos jornalistas, os profissionais desse campo também utilizam a confiabilidade que está por trás do nome deles (no caso dos que possuem reconhecimento público) ou da empresa da qual representam, para atestar a validade de determinado acontecimento. É o que Alsina (2009, p. 231) chama de contrato pragmático fiduciário.

Para o referido autor, a mídia possui como primeira função o “fazer saber” e para atingir esse objetivo os meios de comunicação propõem esse contrato com “a pretensão de que acreditemos que o que os meios de comunicação dizem, é verdade, e ao mesmo tempo nos propõem que confiemos no discurso informativo desses meios”.

Alsina (2009) diz também que:

O contrato pragmático fiduciário dos meios de comunicação é um produto histórico da institucionalização e da legitimação do papel do jornalista. A partir do século XX, o jornalismo tornou-se uma verdadeira profissão com um status específico e com diversas escolas de formação. Nas nossas sociedades, o trabalho dos jornalistas se converteu na profissão daqueles que nos contam o que ocorrem no mundo. Isso não quer dizer que o tal contrato pragmático fiduciário fique estipulado de maneira que não possa ser contestado (ALSINA, 2009, p. 231).

Como o autor citado acima relata, colocar a informação em dúvida também é possível, tendo em vista que há outras informações que podem ser postas como contrapontos e as pessoas podem fazer interpretações próprias dos fatos. O contrato pragmático fiduciário não é algo determinado, mas “é uma proposta para um pacto em que as coisas são de uma forma e não de outra” (ALSINA, 2009, p. 232).

Vizeu (2008) atribui outro nome a essa relação entre os jornalistas e os cidadãos: contrato de confiança. Consideramos esse termo mais adequado, pois a palavra “fiduciário” remete a questões jurídicas que fogem um pouco do universo jornalístico.

Espiritusanto e Rodríguez (2011, p.6) vão um pouco além. Os autores argumentam que esse contrato foi ultrapassado na conjuntura atual, pois “la democratización de las

herramientas, el abaratamiento de la tecnología y el software libre han permitido a los ciudadanos crear su propio contenido e informarse entre ellos, sin necesidad de la financiación o el respaldo de una gran empresa mediática”.

Como foi dito por Espiritusanto e Rodríguez (2011), de fato, o acesso mais fácil à tecnologia, por exemplo, permitiu a produção e a circulação de informação por outros meios que vão além dos estabelecidos pela mídia tradicional. Entretanto, por mais que se possa tentar diminuir, no contexto atual, o papel das rádios, das emissoras de televisão, dos jornais impressos, das revistas e dos portais na internet dessas mídias, não podemos deixar de ver também o outro lado. Não devemos seguir apenas o discurso de que houve uma perda de confiança da sociedade, que viu nesses veículos o reflexo das grandes corporações, que informam de acordo com pressões econômicas e sociais (ESPIRITUSANTO; RODRÍGUEZ, 2011).

Casero e Marzal (2011, p. 54-55) possuem uma visão que complementa o nosso argumento anterior. Para os autores, os meios de comunicação e o jornalismo têm ganhado força, especialmente, porque os cidadãos sentem-se perdidos em meio à multiplicidade de fontes de informação oferecidas a ele, ou seja, é preciso haver alguém que organize a realidade.

Lo que se pide es una necesidad de interpretación de la realidad, una evaluación. Se está reforzando la necesidad de ofrecer una perspectiva al relato de la realidad. Es preferible depender de alguien con una visión del mundo que permita organizar el significado de los acontecimientos. La riqueza informativa añade otra necesidad al sistema periodístico: ofrecer esquemas cognitivos para ordenar el caos de la realidad (CASERO; MARZAL, 2011, p. 54-55).

Os autores citados acima dizem também que isso tem causado impacto na relação entre os cidadãos e o pacto de confiança. Os jornalistas não apenas precisam ordenar o caos, mas ter opinião sobre o que ocorre no mundo.

Lo que está cambiando es el pacto de confianza entre el destinatario final y el sistema periodístico. El periodismo ha representado un sistema abierto que, en palabras de Giddens (1994), permite a cualquier persona asumir datos sobre la realidad y clasificarlos en un sistema de prioridades legitimado por la credibilidad del sistema periodístico que, a lo largo dos años, ha desarrollado un sistema de confianza basado en la credibilidad de las formas de selección y presentación de la información, en la habilidad para reconocer la adecuación de las fuentes seleccionadas y en lo que Stuart Hall (1978) denominó definidores primarios, es decir, sujetos que tienen la legitimidad de definir puntos de vista y perspectivas culturales en los diferentes campos argumentativos. Ahora este campo se redefine por la

consciencia de la integridad de la mirada periodística y la pluralización de las formas de representación de la realidad, de manera que lo que se le pide al periodismo es tener una opinión sobre lo que sucede en el mundo (CASERO; MARZAL, 2011, p. 54).

E as notícias necessitam ser, além de tudo, analíticas. No Brasil, é nos veículos tradicionais que as pessoas se apoiam, que procuram se informar. É comum, inclusive, usarem a internet para debater o que viram na televisão. Como afirma Coutinho (2012, p. 21), “os telejornais constituem na contemporaneidade” uma “nova praça pública, onde significativa parcela da população brasileira celebra senão o único, ao menos o mais importante encontro cotidiano com informações de caráter jornalístico”. Ou seja, o contrato de confiança ainda existe, porém há questões que provocam certa interferência ou confusão, tendo em vista que na atualidade, as fronteiras entre o que é e o que não é jornalismo estão muito tênues. Mais adiante retomaremos essa discussão. Todavia, primeiro, é preciso compreender outras mudanças que estão em curso, especialmente, no telejornalismo, que é o foco deste estudo.

3 O telejornalismo em transformação

Por mais que a internet e a venda de computadores tenham avançado, a televisão ainda é o bem durável mais presente nas casas dos brasileiros. Prova disso é o que aponta a Síntese de Indicadores do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, o IBGE (IBGE, 2009). Em 2009, o aparelho de televisão era o equipamento eletrônico mais presente nos domicílios particulares permanentes urbanos, pois foi encontrado pelos pesquisadores do instituto em 95,7% dos lares. Se comparado com os eletrodomésticos, perdia apenas para o fogão, encontrado em 98,4% dos domicílios e superava a geladeira, que estava presente em 93,4% das casas. A proporção de residências com microcomputador ainda era pequena se comparada com os demais indicadores, pois alcançava 35%.

É evidente que o percentual de computadores deve ter aumentado bastante, nos últimos anos, mas não o suficiente para superar o de televisores. A existência de tantos aparelhos de TV é um indicador do papel central que o veículo ocupa no cotidiano das famílias brasileiras e na tarefa de reconstrução social da realidade. Mas será que sempre foi assim? Nós fomos em busca de respostas para essa pergunta. Neste capítulo, apresentamos uma retrospectiva, com a finalidade de contextualizar algumas mudanças, que são fundamentais para a compreensão dos objetivos desta tese, que envolve a inserção dos coprodutores nos telejornais.

Adotamos um traçado temporal para mostrar as fases que foram cruciais para que o telejornalismo brasileiro se tornasse o que é hoje. Procuramos dar ênfase em algumas questões, como: tecnologia, rotinas produtivas e relação dos jornalistas com os cidadãos. Entretanto, não deixamos de lado também os demais aspectos políticos, econômicos e sociais, pois foram essenciais para o desenvolvimento do jornalismo na televisão.

Conforme destaca Mattos (2010, p. 16-17), a história da televisão “sofreu a influência direta e indireta das mudanças do contexto” e por esse motivo, “não pode ser analisada como um objeto independente” do ambiente onde está inserida.

Hoje, a maioria da população brasileira vive nas cidades e a maior parte das pessoas que reside na área rural possui acesso à energia elétrica e tem um aparelho de televisão em casa (nem que seja a bateria). Mas nem sempre foi dessa maneira.

De acordo com Mattos (2010, p.31), em 1950, “20% da população do país era urbana, enquanto 80% vivia na área rural”. Em 2000, essa proporção se inverteu. Apenas 20% dos brasileiros moravam nas áreas rurais.

Na década de 1950, durante o surgimento da televisão no Brasil, os primeiros telejornais tinham algumas características em comum: a herança técnica e de produção do rádio. Isso podia ser facilmente percebido no *Repórter Esso*, um dos principais programas jornalísticos dessa época.

Coube ao Repórter Esso a responsabilidade de estabelecer o primeiro modelo de telejornalismo no Brasil. Um paradigma nas décadas de 50 e 60. Era um noticiário de credibilidade, porém inflexível em sua forma, com poucas imagens e muitas notas amarradas por locutores. Ainda assim, foram dele as primeiras inovações (TOURINHO, 2009, p. 106).

Além disso, o processo de captação de imagens externas não era fácil, pois as emissoras utilizavam filmes. A película precisava ser revelada quimicamente e montada para posterior apresentação. Ainda não havia sido estabelecida uma rotina produtiva específica para o telejornalismo.

Como seria razoável supor, os telejornais eram produzidos precariamente e careciam de um nível mínimo de qualidade. As falhas se originavam tanto das grandes deficiências técnicas quanto da inexperiência dos primeiros profissionais, a maioria procedente das emissoras de rádio (REZENDE, 2000, p. 106).

Poucas pessoas assistiam aos telejornais por conta do custo alto de se ter um aparelho e tinham um acesso restrito aos jornalistas, podendo, no máximo, mandar cartas, telefonar (o que também não era tão comum quanto hoje) ou falar pessoalmente (relação *face a face*). Era mais restrito ainda o acesso aos equipamentos de gravação de imagens. No geral, apenas as emissoras de televisão, as agências de notícias privadas e do governo e os cineastas possuíam câmeras cinematográficas.

Nessa época, os programas jornalísticos eram mais falados do que visuais do ponto de vista da diversidade de imagens. Isso começou a mudar na década seguinte, em 1960, com a chegada do videoteipe, encomendado para a inauguração de Brasília, um evento de caráter político (REZENDE, 2000; TOURINHO, 2009). Os equipamentos “tinham quase dois metros de altura e pesavam cerca de uma tonelada” e “as fitas de gravação tinham duas polegadas de largura” (TOURINHO, 2009, p. 59), mas permitiram uma revolução do ponto de vista tecnológico e também na forma como o jornalismo era realizado na TV.

Esses aspectos são destacados também por García (2002, p. 394), que afirma que a substituição definitiva das salas de edição de “corte”, onde os filmes eram selecionados e

montados, pelo videoteipe foi um grande avanço. Antes, não era possível criar efeitos de maneira rápida e fácil, pois os equipamentos não possibilitavam

más que el paso de una imagen a otra por cambio o permutación, con lo que cualquier efecto de transición que fuera necesario (encadenado, cortinilla, etc.) había que prepararlo y reproducirlo mediante el mezclador de un control de realización o dejarlo preparado en dos cintas para, en una fase posterior, posproducirlo junto con los títulos (GARCÍA, 2002, p. 394).

A inserção do nome dos entrevistados nas reportagens e do cargo ocupado por eles, por exemplo, exigia muito trabalho manual. Aos poucos, o processo de edição com as fitas e o videoteipe permitiu a produção de reportagens em maior quantidade. A presença dos jornalistas no vídeo nas coberturas televisivas aumentou significativamente, como observa Tourinho (2009, p. 116):

Quando as câmeras cinematográficas foram substituídas pelas eletrônicas e sua maior facilidade de gravação e repetição da gravação, o desempenho dos repórteres foi alterado. Apoiado no telejornalismo norte-americano, a presença do repórter na matéria tornou-se o padrão dominante no País (TOURINHO, 2009, p. 116).

Paralelamente a isso, a presença dos coprodutores também ganhava destaque nesse período, embora não existisse a tecnologia digital. As cenas do assassinato do presidente americano John Kennedy, em 1963, foram feitas por meio de um equipamento amador, analógico (SQUIRRA, 1995).

Foi nessa época que a televisão também começou a se consolidar como um veículo popular, com uma programação adaptada e voltada para a rotina das famílias, especialmente, no que diz respeito à divisão da programação, que passou a articular melhor tanto o lazer quanto o trabalho, ajustando-se as rotinas de horários das famílias.

A idéia de que a família era o público por excelência da televisão, por exemplo, ainda que fosse uma herança do rádio adquire feições, nos anos 1960, que são diferentes das antecedentes. A televisão se incorpora à rotina das famílias de forma diferente do rádio. A própria idéia de adaptação da programação da televisão à rotina de uma casa traz, em si mesma, um germe modificador dessa rotina, pois dela precisa fazer parte a televisão (BERGAMO, 2010, p. 81).

Tourinho (2009, p. 61) também destaca outros fatores surgidos na década de 1960 e no início da década de 1970 que contribuíram para a consolidação da televisão no país: “a implantação da rede nacional de micro-ondas, pela Embratel, as transmissões via satélite e a TV em cores”. Essa rede de micro-ondas, por exemplo, permitiu que as imagens fossem transmitidas para todo Brasil.

O sistema interligou emissoras distantes geograficamente e foi criado pelo governo militar, que ao mesmo tempo em que procurava estabelecer a ideia de integração nacional, restringia, cada vez mais, a liberdade de expressão dos jornalistas e dos demais profissionais de televisão. A rede era utilizada com finalidades políticas, como destaca Mattos (2010, p. 40):

Criando condições operacionais para as telecomunicações brasileiras (facilitando o acesso à rede de micro-ondas, cabo coaxial, satélite, televisão a cor etc), principalmente para o sistema telefônico, o regime militar contribuiu para o desenvolvimento técnico da televisão, a qual também foi usada para promover as ideias do regime autoritário (MATTOS, 2010, p. 40).

Esse foi o período da criação do Ato Institucional nº 5. Uma época de forte censura a todos os meios de comunicação existentes: rádio, televisão, jornais e revistas. Paralelo a isso, sob o ponto de vista tecnológico, cresceu, no Brasil, na década de 1970, o uso de câmeras super-8 de forma não profissional, tornando viável o registro de imagens por pessoas que não faziam parte dos veículos de comunicação, nem de agências privadas e do governo, nem do meio cinematográfico ou de assessorias de imprensa.

No entanto, é importante ressaltarmos que devido à dificuldade de conversão para o sistema utilizado pelas emissoras, raramente esse material era exibido nos telejornais, pois era necessário passar as cenas feitas da película de super-8 para as fitas analógicas.

No fim dos anos 1970 e início de 1980 surgiu outra tecnologia de captação de imagens, o *Video Homem System* (VHS). Como o próprio nome diz, o sistema de vídeo doméstico permitiu o registro de imagens em uma escala maior e a reprodução delas no aparelho de televisão, através do videocassete.

A oferta de vídeos dos coprodutores para as emissoras começou a se expandir, mas ainda possuía limitações. As empresas usavam videoteipes analógicos, mas com outros sistemas de fitas (diferentes do VHS) e os jornalistas precisavam fazer a conversão para o formato adequado à exibição.

Na década de 1990, os equipamentos de gravação de imagens se tornaram de fácil manuseio, entretanto não era possível estar sempre com eles à mão para registrar algum fato. As pessoas de fora do campo jornalístico permaneciam, em geral, sem “participar” dos processos produtivos das emissoras de televisão (dentro da perspectiva de captação de imagens), pois era necessário ter paciência e disponibilidade.

As cenas tinham que ser encaminhadas pessoalmente ou por algum meio de transporte físico, como: carro, ônibus, avião e dependendo do formato gravado, não era possível exibí-las. Nesse período, o envio pela internet ainda era algo raro, no Brasil, em função da lentidão das conexões e da dificuldade de conversão do meio analógico para o digital.

Brittos e Simões (2010, p. 220) também observam outras transformações ocorridas durante a década de 1990 que tiveram um forte impacto no campo da comunicação e do telejornalismo: a “livre concorrência, com a ampliação do número de emissoras televisivas e o acirramento” das lógicas de mercado.

Na economia e na política, foi uma época de privatizações das empresas estatais realizadas por governos estaduais e federal. Essas privatizações provocaram polêmica, mas permitiram mudanças no setor de telecomunicações, abrindo caminho para a convergência entre as mídias. Mais adiante abordaremos com mais detalhes o conceito de convergência adotado nesse trabalho.

Antes é importante que façamos outras considerações a respeito das transformações tecnológicas. Os primeiros passos para o processo de digitalização das emissoras de televisão começaram ainda em 1990, como afirmam Fechine e Figueirôa (2010), ao se referirem à aquisição de equipamentos voltados para o formato digital.

Contudo, a consolidação do uso desse sistema ocorreu apenas nos anos 2000. Foi quando as emissoras realizaram, em larga escala, o processo de transição do meio analógico para o digital. As mudanças aconteceram tanto no registro de imagem quanto na edição, que deixou de ser “linear” e passou a ser “não-linear”, ou seja, as máquinas analógicas (os videoteipes) foram substituídas por computadores¹⁶.

Nesse mesmo período, as indústrias passaram a produzir em larga escala equipamentos de gravação no formato digital. Atualmente, as filmadoras não são as únicas a gravar imagens. Isso resultou em uma alteração profunda no sistema de captação.

¹⁶ Outras explicações sobre a diferença entre a edição analógica e a digital foram citadas no capítulo de introdução.

Hoje, qualquer pessoa pode captar uma cena por meio de um aparelho de telefone celular ou por uma máquina fotográfica digital, um *tablet*. Depois, pode, facilmente, enviar essa imagem para ser exibida na televisão ou disponibilizada na internet.

É o que observa Santaella (2006, p. 187):

Conforme os equipamentos de vídeo foram se tornando mais acessíveis a quaisquer pessoas, tanto no preço quanto no manuseio, foi se expandindo e se tornando mais trivial o seu poder de registro dos acontecimentos. As antigas e nítidas distinções entre produtores e receptores da imagem televisiva começaram a se borrar, pois qualquer pessoa com uma câmera na mão tornou-se potencialmente um produtor (SANTAELLA, 2006, p. 187).

Santaella (2006, p. 173) chama de “imagens digitais proliferantes” ou “imagens voláteis” as que são captadas por meios digitais (câmeras digitais, *webcams*, celulares, etc) e que “são teletransportáveis” e viajam “pelas redes de um ponto qualquer para qualquer outro ponto do globo”.

De acordo com Cebrián Herreros (2004), o que facilita esse processo é a convergência da televisão com a internet e a telefonia móvel, pois o que foi registrado em um celular, por exemplo, pode ser postado na rede mundial de computadores e utilizado por uma emissora de televisão. Também pode ser enviado pela internet ou por mensagem telefônica diretamente para uma empresa de comunicação.

Há muitos pesquisadores atentos as transformações. É o caso de Mattos (2010, p. 85), que divide as fases da televisão brasileira em seis momentos distintos. As cinco primeiras são: elitista (de 1950 a 1964), populista (de 1964 a 1975), de desenvolvimento tecnológico (de 1975 a 1985), de transição e expansão internacional (de 1985 a 1990), de globalização e da TV paga (de 1990 a 2000) e de convergência e qualidade digital (de 2000 a 2010). Atualmente, estamos vivenciando o momento da portabilidade, mobilidade e da interatividade digital e o principal instrumento que impulsiona esse processo, para o referido autor, é o celular.

Ao assumir a função de nova mídia digital, de alta mobilidade e portabilidade, capaz de receber, transmitir e armazenar conteúdos de todas as outras mídias, além de fotografar, filmar e enviar mensagens de texto, com o usuário assumindo uma postura ativa, participando como agente transformador e construtor da realidade, interagindo, sendo fonte, receptor e transmissor simultaneamente, pode-se afirmar que o celular entra nesta reestruturação do mercado como um papel de extrema importância (MATTOS, 2010, p. 186).

Não podemos, no entanto, dizer que o celular é o centro dessa transformação, pois é apenas um facilitador da coprodução de informações visuais e audiovisuais. Como ressalta Jenkins (2008, p. 28), “a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros”.

Quando abordamos o termo convergência, temos consciência que o mesmo é tratado com diferentes enfoques. De acordo com Pena (2008, p. 183), é comum a mídia abordar o conceito de convergência relacionado ao aspecto tecnológico quando se fala em televisão digital, ou seja, o termo é definido como “simbiose de mídias e a combinação de redes de telefonia, internet, televisões etc”. É a convergência vista pela proximidade entre os veículos de comunicação e também pela união de múltiplas funções que podem estar dentro de um mesmo aparelho e esse aparelho não precisa ser necessariamente a televisão. Pode ser um telefone móvel, que pode funcionar como TV, rádio, computador portátil com acesso à internet etc.

Conforme Souza e Silva (2006, p. 27), “os espaços híbridos combinam o físico e o digital num ambiente social criado pela mobilidade dos usuários conectados via aparelhos móveis de comunicação”.

Cebrián Herreros (2004, p. 202) enfatiza que no modelo da televisão convergente com a Internet “el comportamiento de los interactivistas va más allá de la concepción tradicional de la participación de las audiencias en los programas de televisión”. As pessoas são estimuladas a “participar” e entre as diversas opções podem produzir e enviar vídeos, pois contam com as facilidades propiciadas pela internet e telefonia móvel.

Tsui (2009) diz que a tecnologia tem afetado o jornalismo de diversas formas e que isso nos convida a repensar o jornalismo sob diferentes perspectivas. Entretanto, é importante deixarmos claro que acreditamos que a tecnologia sozinha não é agente de transformação social, tendo em vista que “as técnicas, é óbvio, evoluem, mas isso não é suficiente para transformar as sociedades” (WOLTON, 2007, p. 18), pois

o essencial não está nisso, nem nas performances sempre sedutoras, mas na compreensão dos laços, em maior ou menor grau, contraditórios entre o sistema técnico, o modelo cultural e o projeto de organização da comunicação. São, sempre, estes três elementos que possibilitam compreender o estatuto da comunicação de uma época (WOLTON, 2007, p. 15).

Jenkins (2008) é contra a ideia da convergência sob a perspectiva tecnológica da união de diversas funções em um mesmo aparelho. Para o referido autor, trata-se de “uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e a fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (JENKINS, 2008, p. 27-28). É dentro dessa perspectiva que entendemos a convergência.

Todavia, essa busca pelo novo não significa que os antigos meios de comunicação, como a televisão, por exemplo, irão acabar, embora alguns autores já tenham afirmado isso. É o caso de Losada (2010, p. 13), que argumenta que a televisão está passando por um momento de profunda transformação, que culminará com o fim do modelo que conhecemos atualmente.

La televisión convencional, tal y como la conocemos hoy por hoy, ha llegado a su fin. La producción de televisión contemplativa tiene los días contados. La llegada de nuevas tecnologías como la TDT, Internet, las redes sociales y otros muchos y variados sistemas *on line*, ha modificado el panorama habitual de audiencias, creando y aportando estas nuevas autovías de la interactividad, nuevos públicos – infinitamente más activos – y aportando y creando nuevos negocios que, naturalmente, las grandes productoras quieren controlar (LOSADA, 2010, p. 13).

É uma afirmação contestável, uma vez que há muito tempo a televisão convencional não é totalmente contemplativa, se é que um dia o foi. As pessoas que a assistem sempre tiveram espaço para, de alguma forma, se posicionar, opinar, sugerir mudanças e reagir diante do que observam na tela.

Há outros autores que são até mais radicais do que Losada (2010). Pérez de Silva (2002), no começo da década passada, fez uma previsão um tanto exagerada das transformações que ainda estavam por vir.

Lo que está claro es que al aterrizar en el año 2000, la revolución digital se ha concentrado en torno a la red. La primera década del siglo XXI traerá sin ningún género de dudas cambios de largo alcance y grandes terremotos en la economía, la política, la educación, el entretenimiento y la sociedad mundial. Ahora, estamos presenciando los primeros y turbulentos días de una revolución tan importante como cualquier otra en la historia. Una transformación que pocos visionarios han conseguido vislumbrar y apuntar en los tiempos que corren (PÉREZ DE SILVA, 2002, p. 17).

O autor foi categórico, afirmando que a televisão como a conhecemos iria acabar e o que surgiria no lugar seria um novo modelo, que uniria a internet e a televisão. Todos

sabemos, hoje, que as televisões na internet nunca foram uma concorrência para o modelo tradicional.

Se trata de la globalización, de la tercera revolución industrial, de la convergencia de la Red y de la televisión tradicional, de la muerte de ésta última en aras de un nuevo aparato hipermedia. Y queremos convertirnos en cronistas de ese nuevo orden en la información y el entretenimiento mundial, sumándonos al nacimiento de esta época de transformaciones ya bautizada como e-TV (por no utilizar otros términos que se emplean comercialmente, del estilo de Net TV o Web TV). O podemos acogernos si lo preferimos a términos más “científicos”, como posttelevisión, hipertelevisión o cosmotelevisión, siguiendo a uno de nuestros grandes gurús, Juan Cueto, que descubre en su obra *Exterior noche* que “la modernidad ya no se escribe a base de sufijos innovadores (como los ismos), sino de prefijos reiterativos (ciber, mega o hiper) (PÉREZ DE SILVA, 2002, p. 16-17).

Acreditamos que o crescimento da internet e das tecnologias digitais estão longe de ser uma ameaça à televisão, ao telejornalismo. Outros autores compartilham dessa mesma visão. González e Sánchez (2009, p. 70) dizem que

los nuevos medios de comunicación masiva conviven sinérgica y armoniosamente con los tradicionales. En España, como en el resto del mundo, Internet es un medio más al que aún le queda mucho camino por recorrer para alcanzar la capacidad de influencia de otros medios como la televisión o la radio. No obstante, la creciente penetración de la Red en determinados sectores y perfiles sociales ha convertido a este medio en un nuevo objetivo para toda estrategia de la comunicación masiva (GONZÁLEZ; SÁNCHEZ, 2009, p. 70).

E não é apenas na Espanha que isso acontece, nos países latino-americanos, como o Brasil, também. O surgimento dos novos meios de comunicação juntamente com o crescimento do papel dos cidadãos nos processos produtivos são uma oportunidade de crescimento e de inovação para o jornalismo televisivo, que não está “al margen de las transformaciones socio-tecnológicas de nuestros días” (GONZÁLEZ; SÁNCHEZ, 2009, p. 70), pois

las nuevas formas de consumo de información y entretenimiento a través de Internet y de la telefonía móvil están provocando la adopción de nuevos métodos de creación y distribución de contenidos y, por lo tanto, las rutinas de producción periodística y, por extensión, las de producción de publicidad y entretenimiento cambian también (GONZÁLEZ; SÁNCHEZ, 2009, p. 70).

O que estamos vivenciando, de acordo com Jenkins (2008) é mais uma mudança de paradigma.

Nos anos 1990, a retórica da revolução digital continua uma suposição implícita, e às vezes explícita, de que os novos meios de comunicação eliminariam os antigos, que a internet substituiria a radiodifusão e que tudo isso permitiria aos consumidores acessar mais facilmente o conteúdo que mais lhe interessasse. [...] Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas (JENKINS, 2008, p. 29-31).

Casadevall e Pascual (2012) também abordam a interação e dizem que as transformações na internet, na televisão, nos jornais digitais, nas rádios são constantes e na última década foram percebidas de uma maneira mais efetiva.

Hace apenas 10 años no existían Facebook, Twitter ni YouTube, las versiones digitales de los principales medios impresos tenían un carácter embrionario y experimental, la televisión digital era apenas una naciente apuesta de futuro, y los teléfonos eran sólo teléfonos. Diés años después, redes sociales como Facebook o Twitter se han convertido en canales globales de comunicación con el mayor tráfico imaginable a diario entre sus millones de usuarios, YouTube es el mayor contenedor y servidor de contenidos audiovisuales de la historia de la humanidad hasta la fecha, las versiones digitales de los principales medios se han convertido en activas y dinámicas plataformas multimedia que superan y alimentan en mucho el radio de acción comunicativo de sus fuentes impresas, la televisión digital es el presente, y los teléfonos, son mucho más que teléfonos: son complejos dispositivos multimedia que centralizan tanto la comunicación profesional y social, como el ocio y el entretenimiento de sus usuarios (CASADEVALL; PASCUAL, 2012, p. 9-10).

Gordillo (2009) está atenta a essas transformações e ao impacto delas, especialmente, na televisão. Após analisar as fases propostas por Eco (1983) e abordadas e ampliadas por Casetti (1996), a referida autora propõe um novo conceito para definir o momento atual da televisão mundial: a *hipertelevisão*. Essa fase abarca três modelos que se completam: a televisão generalista; a multitemática (de diferentes plataformas) e a que é convergente com a telefonia móvel e internet.

As fases anteriores a *hipertelevisão* são a *paleotelevisão* e a *neotelevisão*. Conforme Godillo (2009), *paleotelevisão* refere-se aos primeiros anos do meio televisivo, caracterizado por pouco desenvolvimento tecnológico e também por uma hegemonia dos canais estatais na maior parte do mundo. Além disso,

los contenidos estaban representados por una jerarquía sociocultural donde solamente los que detestaban la cúspide de los saberes, del poder político y económico y de las distintas y variadas manifestaciones artísticas y culturales podían tener protagonismo en la pequeña pantalla. Los géneros más desarrollados eran el informativo – con grande influencia de la radio –, el ficcional – que absorbía elementos de otros modos de representación como el cine y el teatro –, y el entretenimiento (musicales, concursos, galas y magazines sobre todo) (GORDILLO, 2009, p. 12).

A segunda etapa, chamada de *neotelevisão*, diz respeito a um período de revoluções em termos de conteúdos e também de processos de recepção. Com relação a essa fase, Gordillo (2009, p. 12) explica que:

la proliferación de emisoras y empresas televisivas supuso una competencia que influyó en la evolución de los programas, de la publicidad y de la tecnología, con el desarrollo y popularización del mando a distancia que dio lugar al fenómeno televisivo del *zapping*. La proliferación de canales supuso la multiplicación de horas de televisión que, a su vez, implicó una apertura en los contenidos. Los protagonistas dejaron de ser exclusivamente los políticos, artistas, y otras personalidades destacadas y reconocidas para ceder sitio al individuo común, que empezaba a exhibir su vida privada (GORDILLO, 2009, p. 12).

É importante ressaltar que para Gordillo (2009, p. 13) essas fases não representam o fim de determinadas estruturas ou conteúdos. A *hipertelevisão* é “la exageración de los estilos ya esbozados, la acumulación de las tendencias esenciales y la culminación de un proceso comenzado a finales de los años ochenta, con el surgimiento de la neotelevisión”. Isso quer dizer que o início de um período não significa o fim do seu antecessor, mas a sua evolução e transformação.

Embora o modelo proposto por Gordillo (2009) tenha sido inspirado na televisão europeia, entendemos que é aplicável, em parte, à realidade brasileira, pois vivenciamos momentos diferentes. Enquanto na Europa, as emissoras estatais foram as primeiras a serem estruturadas e fortalecidas, no Brasil, desde o princípio foram as televisões privadas que obtiveram mais espaço e o processo de digitalização começou antes lá do que aqui.

No Brasil, recentemente, é que começamos a perceber os efeitos da *hipertelevisão*. A abertura de espaço para os coprodutores tornou-se mais evidente, mas apesar de todas as influências e mecanismos de convergência, a televisão não deixou de ser televisão.

3.1 Das ligações às novas formas de coprodução

A maneira como as pessoas se relacionam com os jornalistas do meio televisivo mudou nas diferentes fases da televisão. No Brasil, as relações *face a face*, de contato direto e raro entre quem produzia os telejornais e quem os assistia foi uma das características que marcou o período entre os anos de 1950 a 1980. A carta e o telefone eram formas de aproximação mais usuais de envio de sugestões, denúncias, críticas, apelos etc. O envio de imagens, entretanto, era algo muitíssimo escasso.

Na década de 1990, a participação telefônica começa a ganhar destaque, com o uso de votações, por exemplo, para escolha de assuntos de reportagens, para se saber a opinião das pessoas sobre determinado tema, entre outros aspectos. Os jornalistas elaboravam uma pergunta com respostas determinadas e o resultado final, com o percentual de ligações, era divulgado ao longo da edição, ao vivo.

Esse sistema de “participação” que ainda hoje é posto em prática é definido por Primo (2007, p. 25) como um “estágio intermediário entre a televisão unidirecional e o formato que” permite “relacionamentos interpessoais de fato”, pois

o espectador deve ligar para um número telefônico divulgado e votar em uma das alternativas oferecidas (normalmente 2 ou 3 opções). Não há como defender outras vias, nem apresentar uma argumentação. Sendo assim, o espectador só pode “reagir” à pergunta do programa (desde que dentro das regras impostas) (PRIMO, 2007, p. 25-26).

Se o telespectador reage, então, é uma visão que diferente totalmente da apresentada por Dans (2010) sobre a televisão. Para o referido autor,

la televisión, como la radio, también es un medio unidireccional: los ciudadanos no tienen acceso a la emisión, se limitan a ser espectadores o audiencia, un papel claramente pasivo que se refleja perfectamente en la denominación que los televidentes reciben en los Estados Unidos: *couch potatoes*, o “patatas de sofá”. El televidente se sitúa en un salón, en actividad televisión es cierto, no admite discusión (DANS, 2010, p. 82).

É uma perspectiva que é totalmente oposta ao que defendemos aqui. A compreensão da televisão como apenas unidirecional é algo que consideramos ultrapassado e como já vimos, os cidadãos estão atuando nos processos produtivo se, portanto, também na emissão.

Vivenciamos a coexistência de um modelo de gestão de informação verticalizado e hierarquizado, paralelo ao surgimento de uma comunicação transversal e dialógica, de uma mídia massiva para uma mídia distribuída marcada pela possibilidade de exercício da cidadania em grande escala. Diferentes grupos de pessoas vão a quase qualquer parte em busca tanto de experiências de entretenimento e consumo quanto de apropriação dos dispositivos técnicos no ambiente digital para prática do ativismo, reafirmando o valor das audiências nos atuais processos de comunicação midiáticos (JENKINS, 2008; DYER-WITTERFORD, 1999), ainda que a participação das audiências nem sempre contribua para uma prática jornalística de maior qualidade (KISCHINHEVSKY; IORIO; VIEIRA, 2011, p. 20-21).

Os autores citados acima ainda reforçam que a “participação” dos cidadãos no jornalismo, atualmente,

é muito dependente das grandes organizações de mídia, e das ofertas de participação e consumo sugeridas pelas empresas da comunicação, interessadas em proliferação de bens digitais e em investir em mercados segmentados. E, no atendimento a essa demanda, as audiências tendem a buscar mais entretenimento do que informações jornalísticas de qualidade [...]. Além disso, os usos das tecnologias digitais permitem aos usuários estabelecer novos espaços de ação e formas de comunicação interpessoal na web, o que não significa, necessariamente, uma produção de conteúdos e formatos jornalísticos inovadores e mais contextualizados (KISCHINHEVSKY; IORIO; VIEIRA, 2011, p. 21).

Chillón (2010, p. 266) afirma que a “participação” que é oferecida aos cidadãos pelos jornalistas e pelos meios de comunicação pode ser dividida em duas formas: tradicionais e tipicamente contemporâneas. Os meios tradicionais estariam ligados as “cartas al director, artículos de opinión, interpelaciones al defensor del lector, participación en tertulias, programas específicos de ciudadanos que exponen públicamente sus cuestiones etc” (CHILLÓN, 2010, p. 266). Já os contemporâneos, estariam relacionados com os comentários das notícias na Internet, entre outros.

Na atualidade, é a convergência com a internet que está mais em evidência e tem interferido na relação entre os cidadãos e os jornalistas. A “participação” do público passou a ser estimulada com maior ênfase, como destaca Cebrián Herreros (2004, p. 170):

Nunca como ahora la televisión ha buscado con mayor insistencia incorporar la participación de la audiencia en el estudio y, sobre todo, por vía telefónica, tanto con mensajes desde los móviles como la aportación de la opinión o del voto a favor de una u otra idea que se expone en el programa. Se vincula, además, a Internet para dar otras opciones de correo electrónico, chat o foro. Los noticiarios tratan de ofrecer otras vías de acceso mediante la

inclusión en Internet de los documentos audiovisuales para que los internautas puedan acceder a ellos en otros momentos (CEBRIÁN HERREROS, 2004, p. 170).

Conforme Cebrián Herreros (2004, p. 209) isso permitiu uma aproximação entre quem trabalha no meio jornalístico e os cidadãos. O modelo de interatividade termina com a posição privilegiada do jornalista de ser um “informador unidireccional para convertirse en un comunicador horizontal y multidireccional con sus seguidores. Ésta es la auténtica dimensión de la nueva comunicación interactiva más allá de los artilugios técnicos que la propician”.

Entretanto, como já abordamos, não podemos negar que a interação existe, porém é limitada no telejornalismo. É mais um *efeito de participação* do que uma “participação”, propriamente dita, em função do papel de mediação jornalística.

De qualquer forma, é possível perceber que os cidadãos estão mais cientes da função que desempenham e passam a dominar a linguagem do meio televisivo e digital. Para Fechine e Figueirôa (2010, p. 282-283), há dois resultados visíveis sobre o processo de digitalização na televisão, na primeira década dos anos 2000:

o acesso da população de maior poder aquisitivo a uma imagem de alta definição e um ‘aprendizado’ sobre interatividade propiciado, tanto a produtores quanto a telespectadores, pela articulação de conteúdos da televisão com a internet. Este aprendizado tem se dado, de modo geral, pela remissibilidade de conteúdos de um meio a outro e pelo estímulo à participação direta do espectador nos programas (FECHINE; FIGUEIRÔA, 2010, p. 282-283).

No nosso entendimento, de todas as transformações relatadas no telejornalismo, a que remete aos coprodutores é diferente, porque causa mudanças mais efetivas nos processos produtivos. Se antes as pessoas chamavam os jornalistas para registrar determinadas situações e denúncias, agora, elas já oferecem a informação visual ou audiovisual. Querem a divulgação legitimada do que testemunharam.

Cebrián Herreros (2004, p. 190) afirma que

los videoaficionados están en todos los lugares. Pueden convertirse en una de las fuentes más abundantes, pero sólo lo logran en algunos casos excepcionales y cuando la noticia no ha sido cubierta por las agencias o las cámaras del canal. Han quedado ya como hitos históricos el registro de asesinato de Kennedy, el atentado contra Aznar, el incendio de un barco con petróleo en un puerto y otras situaciones llamativas. Pero no se han constituido todavía en una vía frecuente de fuente informativa (CEBRIÁN HERREROS, 2004, p. 190).

Os jornalistas precisam ter critérios para escolher o que será exibido ou não, tendo em vista a oferta crescente desse tipo de informação audiovisual. Do contrário, o telejornal será transformado em uma sucessão de flagrantes, sem qualquer contextualização.

Quando essas imagens são selecionadas para serem levadas ao ar, os profissionais de comunicação utilizam as cenas como uma ferramenta de informação. Isso significa que elas são acontecimentos, que precisam da interferência do jornalista para que sejam recontextualizadas e transformadas em notícias dentro do telejornal, ganhando assim a credibilidade e o aval emprestados pelo veículo jornalístico e pelo profissional de comunicação.

Uma das maneiras empregadas pelos jornalistas de pôr em prática o processo de recontextualização e de transformação dos acontecimentos em notícia é por meio da escolha dos formatos. Ao tomar essas decisões, ao longo do dia, os profissionais do campo jornalístico determinam quais assuntos terão um aprofundamento maior e quais serão abordados de forma mais abrangente. No telejornalismo, essas escolhas estão, na maioria das vezes, relacionadas ao tempo destinado a cada notícia.

Para García (2002, p. 405),

La noticia televisiva por excelencia es aquella que presenta la recogida en vivo de los hechos (noticia pura), de los protagonistas y de los testigos (noticia reportada), además, con frecuencia incluirá el relato del informador desde el lugar de los hechos (directo a cámara o entrada) como testimonio de la veracidad y exigencia de la autoenunciación y reconocimiento de las cadenas y, a veces, imágenes procedentes del archivo (hechos pretéritos) como referencia contextualizadora de la causa de lo que se relata (GARCÍA, 2002, p. 405).

O tempo destinado à notícia a que nos referimos anteriormente tem a ver com uma série de fatores: a capacidade de apuração dos fatos, a possibilidade de designar um ou mais repórteres para determinados assuntos, o horário em que o acontecimento que será transformado em notícia ocorreu, a forma como a notícia foi oferecida ao editor-chefe, etc.

Quanto mais precisa e completa for a apuração, mais subsídios os responsáveis pelo telejornal terão para decidir qual o melhor formato e o tempo que será dado à notícia. Mas de nada adianta a apuração ser bem feita e o assunto considerado importante se não há repórteres disponíveis para desenvolvê-lo. Sem a presença dele, no nosso entendimento, a notícia perde a força, o impacto perante o público e tem o tempo também reduzido.

O horário muitas vezes também determina qual será o formato da notícia. É preciso ter um certo tempo para apurar, para editar ou montar uma estrutura para participação ao vivo de

algum repórter no telejornal. Os fatos que os jornalistas tomaram conhecimento, por exemplo, durante a exibição do programa dificilmente serão transformados em algo além de um registro, a não ser que haja alguma estrutura previamente montada de profissionais que possam entrar ao vivo ou algum helicóptero da emissora que esteja preparado e tenha condições de sobrevoar a região, captar e transmitir, em tempo real, as imagens.

3.2 O telejornalismo e os formatos da notícia na TV

Nós iremos apresentar agora algumas questões sobre os formatos da notícia na TV, cruciais para a análise de conteúdo, pois por meio delas é possível compreender de que maneira ocorre a reconstrução da realidade a partir das informações audiovisuais captadas pelos coprodutores e apresentadas no *Jornal Nacional*.

De acordo com Dhalgren (2000, p. 54), os formatos podem ser compreendidos como “the manner in which material is defined, shaped, structured and presented, constituting a mediating link joining technology, subject matter, economics and audiences”.

Há várias formas de apresentação da notícia na televisão. A principal delas é a reportagem ou matéria. De acordo com Lage (1993, p. 61), é “o gênero jornalístico que consiste no levantamento de assuntos para contar uma história verdadeira, expor uma situação ou interpretar fatos” e é também “o setor da redação incumbido de apurar e redigir notícias e reportagens”. De certa maneira, é uma definição um pouco ambígua. Além de atribuir dois conceitos ao mesmo tema, também traz a palavra “verdadeira”.

O que seriam as demais “histórias” contadas com outra formatação? Não seriam verdadeiras? Deixariam de ter importância por não serem reportagens? Acreditamos que não. A diferença entre esse e os outros formatos está na maneira como as informações são recolhidas, organizadas, estruturadas e apresentadas.

Maciel (1993, p. 48) afirma que os formatos são escolhidos e utilizados “conforme a existência ou não de imagens e fontes para serem entrevistadas ou conforme a necessidade do telejornal” e podem ser divididos em: nota ao vivo; nota coberta, boletim ou *stand up* (gravado ou ao vivo) e reportagem. No entendimento do referido autor, o primeiro é a nota lida pelo apresentador quando não há imagens ou quando há, porém essas cenas não chegaram à emissora no tempo certo para exibição. Esse formato também possui como finalidade, “dar

mais ritmo ao telejornal, já que a nota ao vivo é sempre mais curta do que a reportagem” (MACIEL, 1993, p. 49).

A nota coberta, por sua vez, é entendida por Maciel (1993, p. 52) como “a forma mais simples de apresentação de notícias com imagens na televisão”, sendo dividida em duas partes: cabeça e *off*. A cabeça corresponde à introdução do assunto pelo apresentador e o *off* ao texto que aparece logo em seguida e é narrado pelo mesmo, enquanto as imagens são exibidas. O conceito de *stand up* ou boletim está atrelado a participação ao vivo ou gravada do repórter, que aparece no vídeo e narra determinado acontecimento de uma forma menos complexa que a reportagem, que incorpora outros elementos, como as entrevistas, a participação mais ativa do repórter, detalhando imagens, histórias e informações.

Essa classificação de Maciel (1993) é um tanto restrita no nosso entendimento, pois na atualidade existem muitas outras opções possíveis de estruturação das notícias no telejornalismo. Rezende (2000) por exemplo agrega outros elementos. O autor fez um estudo comparativo entre três telejornais: *TJ Brasil*, do SBT ¹⁷; *Jornal Nacional*, da Rede Globo, e *Jornal da Cultura*, da TV Cultura. Para fazer a análise dos conteúdos apresentados, Rezende (2000) adotou cinco formatos de classificação de Marques de Melo (1985) relativos ao gênero jornalístico informativo: nota, notícia, reportagem, entrevista e indicador. Utilizou também três formatos identificados por Marques de Melo (1997) como integrantes do gênero jornalístico opinativo: editorial, comentário e crônica.

Dentro dessas classificações, a nota é entendida como “o relato mais sintético e objetivo de um fato” e a notícia, como “o relato de um fato mais completo que a nota, por combinar a apresentação ao vivo e a narração em *off* coberta por imagens” (REZENDE, 2000, p.157). Já a reportagem é compreendida como

a matéria jornalística que fornece um relato ampliado de um acontecimento, mostrando suas causas, correlações e repercussões. Em sua estrutura completa, constitui-se de cinco partes: cabeça, *off*, boletim, sonoras (entrevistas) e pé, mas pode configurar-se também sem uma ou mais dessas partes. De modo algum, porém, deve prescindir é da intervenção – direta ou em *off* – do repórter (REZENDE, 2000, p. 157).

A cabeça como foi dito anteriormente é a introdução do assunto que é feita pelo apresentador do telejornal. Na reportagem, o *off* é o texto gravado pelo repórter e que é

¹⁷ Dos três telejornais analisados, é o único que não está em exibição, no momento. Possuiu grande repercussão, na época, por conta do desempenho do apresentador Boris Casoy (REZENDE, 2000). No horário do TJ Brasil, atualmente, é apresentado o SBT Brasil.

sobreposto por imagens. O que Rezende (2000) chama de boletim também pode ser atribuído o nome de passagem ou encerramento.

A passagem é feita pelo repórter no local do fato e inserida dentro da matéria com a finalidade de se registrar a presença da equipe. De certa forma, a intenção é conferir credibilidade à informação apurada e apresentada. Também pode ser utilizada para se destacar algo constatado no local do fato, para fazer a transição entre dois assuntos ou situações e ainda para relatar informações que a equipe não tem imagens para mostrar.

O encerramento é semelhante à passagem, pois tem a presença do repórter que se expressa para a câmera. Porém a principal diferença está na posição de ambos dentro da matéria. Como o próprio nome diz, o encerramento é inserido no fim, pois é gravado para concluir determinado assunto.

As sonoras são as falas dos entrevistados e o “pé”, que Rezende (2000) cita é, na realidade, o que optamos por chamar de nota-pé, pois é a expressão mais empregada nas redações jornalísticas. É uma informação complementar falada pelo apresentador após a exibição da reportagem ou de outro formato. Pode ser, por exemplo, a divulgação de um endereço de inscrições de um curso profissionalizante, a declaração de alguém que foi acusado por algum crime mostrado no telejornal e que não foi entrevistado ou uma informação de última hora, como, a atualização do estado de saúde de pessoas que ficaram feridas em um acidente, etc.

Embora García (2002, p. 406) faça referência à reportagem em um contexto mais amplo que o dos telejornais, como um gênero dentro do gênero informativo, também traz considerações que cabem ser destacadas. Para o referido autor, pode ser caracterizada da seguinte forma:

por tres líneas predominantes: 1) la profundización de la noticia que lo sitúa en los límites del periodismo interpretativo – análisis y valoración de los hechos -; 2) la narración de la realidad, no es admisible la ficción ni la dramatización, cuya incorporación al formato en la realidad-; y 3) la originalidad en el tratamiento y presentación de los hechos de la realidad, que contribuirá a su carácter espectacular por lo que tiene de combinación de múltiples formas (entrevista, encuesta, testimonio, animación, etc.), de originalidad (trabaja a partir de hechos ya conocidos sobre los que se desvela lo que otros no llegaron a mostrar) y de innovación (absoluta libertad formal y de tratamiento para reunir cuantas técnicas sean oportunas) (GARCÍA, 2002, p. 406).

Tendo em vista esses aspectos, há outras questões apontadas por García (2002) que consideramos relevantes, pois são elementos que diferenciam a reportagem dos demais formatos. Por meio deles é possível perceber o empenho do repórter e do repórter cinematográfico, o detalhe da notícia e o cuidado com a informação.

Testimonio y valoración de los sujetos implicados: protagonistas, testigos, expertos, etc. Todos ellos caben en el reportaje y cada cual reclama su peculiar tratamiento: sobrio en ocasiones, más espectacular y dinámico en otras (con el reportero en imagen preguntado, en movimiento, con planificaciones de plano y contraplano, etc.) (GARCÍA, 2003, p. 406).

Claro que existem alguns recursos descritos que estão em desuso no telejornalismo brasileiro. É o caso do plano e contraplano do entrevistador e entrevistado¹⁸, usados durante a edição de imagens, mas, no geral, o que García (2002) diz é relevante por ressaltar a importância da valorização das pessoas implicadas nas matérias. Levando isso em consideração, podemos dizer que a reportagem é um espaço viável e considerável para a utilização de imagens e testemunhos dos coprodutores.

O autor citado acima ainda divide as matérias em quatro grupos: notícia reportagem, reportagem de atualidade, grande reportagem ou reportagem em profundidade e reportagem de investigação.

As notícias-reportagem são definidas como:

noticias (información de hechos de interés periodístico con la máxima actualidad) que incorporan en su elaboración alguno de los rasgos caracterizadores del reportaje (género periodístico), tales como la profundización en el hecho (sus antecedentes y consecuencias), el relato directo, testimonial, de los implicados y la valoración de los expertos; en definitiva, contexto, relato directo y valorización (GARCÍA, 2002, p. 420).

A reportagem de atualidade é utilizada, de acordo com García (2002), nas revistas de atualidade e tem uma duração maior, em torno de dez a quinze minutos. Possui como finalidade principal aprofundar discussões de atualidade através da apresentação tanto de fatos que antecederam os acontecimentos quanto à valorização das consequências, com a presença

¹⁸ O plano é definido por Paternostro (1999, p. 147) como a “angulação da câmera”, que pode ir desde uma imagem onde é possível ver todo o cenário a outra que permite ver o detalhe da cena. Já o contraplano é definido como um “recurso de imagem para ser usado na edição. Contraplano do entrevistado: quando ele aparece calado, olhando para o repórter. Contraplano do repórter: quando ele aparece em close fazendo uma pergunta para o entrevistado ou escutando-o atentamente” (PATERNOSTRO, 1999, p. 139-140).

de especialistas discutindo os temas. Seriam as notícias veiculadas, por exemplo, no *Fantástico*, da Rede Globo, no *Domingo Espetacular*, da Rede Record.

A diferença da reportagem de atualidade para a grande reportagem é o tempo de produção que é ainda maior: mais de 40 minutos. Nessa classificação estão o *Globo Repórter*, da Rede Globo; *SBT Repórter*, do SBT, e *Repórter Record*, da Rede Record.

A reportagem de investigação por sua vez é o resultado de um trabalho aprofundado de apuração, com prazo incerto de produção e divulgação. Não concordamos com o autor que se refere a reportagem de investigação como a que possui temas que não são atuais. Nem sempre. Tudo depende do que vai ser investigado pelas equipes de reportagem. Pode ser um caso de corrupção recente em determinado setor do governo, a venda e o consumo de drogas que aumentou em determinada região. São assuntos atuais e que vão necessitar de um trabalho grande de apuração e que poderão ser inseridos dentro de um telejornal e não como um programa independente.

Barbeiro (2005, p. 69) considera a reportagem como “a melhor forma de passar as informações para que o telespectador possa tirar suas próprias conclusões sobre o fato relatado”.

Retomando a classificação exposta anteriormente sobre Rezende (2000), convém destacar que o autor também entende a entrevista como um formato a parte, dentro do gênero jornalismo informativo. Trata-se de um

diálogo que o jornalista mantém como entrevistado, pelo sistema de perguntas e respostas, com o objetivo de extrair informações, idéias e opiniões a respeito dos fatos, questões de interesse público e/ ou de aspectos da vida pessoal do entrevistado. De todos os gêneros jornalísticos, a entrevista é a que mais se utiliza do estilo coloquial, mais próximo da linguagem popular. O caráter espontâneo e improvisado de sua produção, fortalecido pela circunstância dialogal com que se manifesta, é típico do estado de oralidade da língua (REZENDE, 2000, p. 157).

Rezende (2000) apresenta ainda o indicador como uma forma específica de construção das notícias nos telejornais. É o caso das previsões meteorológicas, das pesquisas eleitorais, dos números do mercado financeiro, das informações sobre as condições de trânsito.

Já o formato editorial (dentro do gênero jornalismo opinativo) é compreendido como o texto lido pelo apresentador, expressando a opinião da emissora sobre determinado assunto. O comentário refere-se à análise, a interpretação dos fatos do dia a dia por um jornalista especializado ou especialista/comentarista e a crônica fica “no limite entre a informação

jornalística e a produção literária”, pois “vai além da simples avaliação jornalística do real” (REZENDE, 2000, p. 159).

Oliva e Sitjà (2007) dividem os formatos das notícias nos telejornais de uma maneira muito sucinta: notícias sem imagem, notícias com imagens lidas pelo apresentador e o vídeo editado. Este último é o que alguns autores citados a cima chamam de reportagem. É definido por Oliva e Sitjà (2007, p. 113) como “el formato de la noticia más habitual en los informativos de televisión es el que combina las imágenes editadas en un vídeo y su sonido ambiente con una información en off, leída por el periodista”. Pode também incluir a parte em que o jornalista aparece diante da câmera falando alguma informação (passagem ou encerramento) e também sonoras ou entrevistas, que os autores chamam de “declaraciones”.

Mayoral et al (2008) estabelece que os gêneros jornalísticos no telejornalismo podem ser classificados da seguinte forma: gêneros informativos, interpretativos e de opinião. Os informativos são entendidos como

aquellos que están al servicio del desarrollo y la presentación de relatos sobre hechos de interés público, entendidos tales relatos en su dimensión más factual u objetiva. Los elementos valorativos (es decir, aquellos que permiten opinar a partir de un hecho noticioso) en principio no deben aparecer en estos géneros, aunque en los últimos tiempos la división es cada vez menos clara, lo que opera en detrimento de los géneros informativos considerados puros (MAYORAL et al, 2008, p. 57).

Quanto a apresentação das notícias, Mayoral et al (2008, p.63) afirma que há uma série de formatos próprios que foram desenvolvidos na televisão e que por esse motivo “resulta tan importante dominar la terminologia y los conceptos asociados a los diferentes formatos”.

O autor citado acima apresenta uma nova terminologia e combinação das formas de apresentação das notícias, comuns na televisão espanhola, mas que também, de certa maneira, são empregadas no telejornalismo brasileiro, porém com outros nomes.

Os formatos são divididos em: *colas*, *VTR*, *total*, *colas+total*, *directos*, *falso directo*, *sumario* y *titulares* e *breves* (MAYORAL et al, 2008). As *colas* são as notas lidas pelo apresentador com a presença de imagens que são inseridas por cima, ao vivo. O VTR é um nome que provém da expressão *Video Tape Recorder*. É o que chamamos no Brasil de reportagem, com texto lido por um jornalista que não é o apresentador, com a presença de imagens e também pode conter entrevistas, mapas e infografias, com duração de até um minuto e meio.

O que Mayoral et al (2008) chama de *total* é o testemunho de alguém que viu determinado acontecimento e que pode ser inserido dentro do VTR ou como um formato independente. É o que chamamos no telejornalismo brasileiro de entrevistas ou sonoras. As *colas+total* são uma combinação de formatos, onde há inserção de imagens enquanto o apresentador lê a notícia ao vivo e, logo em seguida, também são exibidas entrevistas que complementam a notícia. É uma forma de economizar tempo e ganhar em rapidez na edição.

Os *directos* são as entradas ao vivo do repórter em qualquer ponto onde ocorreu, está acontecendo ou vai se desenrolar algum fato de interesse noticioso. O *falso directo* é a participação do repórter semelhante à entrada ao vivo, com a única diferença de ter sido gravada previamente a exibição, seja porque a televisão não teve condições técnicas ou tempo hábil para realizar a entrada ao vivo, ou seja, corresponde ao que chamamos de *stand up* (MACIEL, 1993).

O sumário é o que no Brasil conhecemos por escalada. Trata-se da apresentação das notícias no começo do telejornal, na forma de manchetes. O que Mayoral et al (2008) chama de “breves” é uma espécie de resumo da notícia com tempo total de 20 segundos, sem entrevistas, apenas imagens, uma frase que aparece escrita na tela e um texto curto lido pelo apresentador. É um formato que o *Jornal Hoje*, da Rede Globo, costuma exibir em uma espécie de resumo dos principais acontecimentos do dia, com indicação de que as informações complementares estão na internet.

Apesar da existência do VTR, Mayoral et al (2008) não descarta o uso de reportagens mais aprofundadas no telejornalismo.

Está especialmente indicado para profundizar en aquellas informaciones que requieren contextualizar y explicar de manera amplia los distintos aspectos y antecedentes de la noticia. Si el reportaje está destinado a un informativo diario, un noticiero, puede durar hasta cuatro minutos. Una extensión superior no es imposible, pero sí excepcional. Los que se emiten en programas informativos especiales o no diarios alcanzan incluso los 60 minutos, aunque lo normal es que duren entre 15 a 30 minutos. El reportaje exige la elaboración de un guión que lleve al espectador desde el planteamiento hasta la conclusión. Este tipo de pieza debe ofrecer, además de las imágenes específicas del hecho, los antecedentes, las consecuencias, su contexto, el testimonio de sus protagonistas, las opiniones de expertos, datos de documentación, fragmentos de encuestas y otros elementos (MAYORAL et al, 2008, p. 61).

A matéria não serve apenas para descrever dados básicos da notícia, mas também para contextualizar a informação e também repercutir as suas possíveis consequências.

3.2.1 Os novos formatos da notícia

Ao observarmos todos esses formatos descritos acima (BARBEIRO, 2005; MACIEL, 1993; REZENDE, 2000; MAYORAL et al, 2008; OLIVA; SITJÀ, 2007; GARCÍA, 2002) e compararmos com o momento atual vivenciado pelos jornalistas televisivos brasileiros, percebemos que há algumas diferenças que refletem também as transformações pelas quais passaram e ainda passam o telejornalismo.

São mudanças propiciadas pelo desenvolvimento tecnológico, pelos recursos técnicos, pela transição do sistema analógico para o digital, pelas alterações nas rotinas produtivas, pela convergência, pelo aumento da “participação” dos coprodutores, entre outros fatores.

Hoje em dia, os formatos mais comuns de notícia no telejornalismo diário brasileiro podem ser divididos, no nosso entendimento, em: nota, nota ao vivo com imagens, nota coberta, reportagem, vivo, *stand up*, *display*, entrevista, *audio tape*, comentário, virtual (SIQUEIRA, 2012) e integrado .

A nota ainda possui a mesma função de ser utilizada na televisão para se falar de alguma notícia da qual não se tem imagens. Porém, seu uso está se reduzindo por conta da facilidade de acesso e transmissão de imagens ou fotos e também pela elaboração de recursos gráficos na forma de mapas e de simulações, aplicadas para facilitar o entendimento.

As notas ao vivo com imagens, no entanto, são cada vez mais frequentes, primeiro, porque são a maneira mais fácil de editar imagens que chegam de última hora e segundo, porque possibilitam dinamismo ao telejornal, pois permitem que um número maior de notícias ilustradas seja divulgado, tendo em vista que podem ocupar o mesmo tempo da nota (geralmente entre vinte e trinta segundos).

Esse formato combina o texto lido, ao vivo, pelo apresentador, com cenas ou recursos gráficos que são inseridos por cima, sem a necessidade de se gravar o *off* previamente. A exibição é simultânea e o jornalista pode fazer alterações no texto de última hora e a reedição das imagens também é mais rápida.

A nota coberta é muito semelhante à nota ao vivo com imagens, porém seu processo de elaboração - que não sofreu transformações - envolve a gravação do *off* pelo apresentador. Em geral, é utilizada quando há muitos detalhes a serem mostrados e o editor acha mais seguro optar por esse formato. A vantagem em relação à nota ao vivo com imagens é a possibilidade de se inserir previamente sonoras com mais facilidade na hora da edição.

Se a nota coberta não teve alterações, o mesmo não podemos dizer da forma mais completa e complexa do jornalismo nos telejornais – a reportagem. Basta observarmos com atenção para notarmos que há mudanças.

Pode ser considerada uma reportagem a matéria que é construída sem *off* e sem a presença do repórter, mas com imagens captadas por coprodutores, com a fala dessas pessoas feitas no momento dos acontecimentos, com recursos gráficos e com as cenas e os depoimentos de testemunhas contando à equipe de jornalistas o que viram? Acreditamos que sim. É mais complexo que uma nota coberta, pois reúne uma série de elementos e um trabalho exaustivo de apuração para uni-los.

Podemos utilizar como exemplo disso uma reportagem exibida no dia trinta de maio de 2011, pelo *Jornal Hoje*, outro telejornal da Rede Globo.



Figura 6 – Cena feita por taxista em reportagem do *Jornal Hoje* (Fonte: *Jornal Hoje*)

A reportagem com um minuto e três segundos de duração apresentou todos esses elementos relatados acima. A notícia era sobre uma denúncia de falta de atendimento médico, cujo ponto de partida foi o flagrante feito por um taxista (**Figura 6**), que pelo celular, registrou o sofrimento de uma família que tentava internar um motociclista em um hospital, em João Pessoa, na Paraíba (VIZEU; SIQUEIRA, 2011).

Na atualidade, a forma como as reportagens são editadas também gera influência na maneira como os assuntos são apresentados. Na edição linear, uma vez estruturada a reportagem, era difícil fazer qualquer mudança, pois para se inserir ou retirar uma sonora, por exemplo, era preciso trocar a fita analógica de videoteipe e recomeçar o processo de edição em outra fita. Com a edição não linear, o processo se tornou mais fácil e a inserção de recursos gráficos, detalhes e experimentações também. Caso não corresponda ao resultado esperado, é fácil substituir ou retornar para as versões anteriores salvas no computador.

Há também outras questões relacionadas com a tecnologia, como a facilidade de transmissão de sinal pela internet ou com os equipamentos de microondas ou via satélite. Tudo isso possibilitou o crescimento das participações ao vivo de locais, onde antes, nem se imaginava que um dia um repórter pudesse aparecer de maneira imediata. E foi por conta desse aumento, que o *stand up* (muito semelhante à entrada ao vivo, porém gravado) caiu muito em desuso, embora ainda seja utilizado como um recurso para situações em que não há tempo hábil para montagem do sinal ou para facilitar a edição de notícias de última hora e que não possuem muitas imagens.

O *display* é uma evolução do que Rezende (2000) aborda como indicador. É uma nota acrescida de uma arte inserida, ao vivo, no estúdio, ao lado do apresentador como se fosse um painel virtual com dados, geralmente, ligados a indicadores financeiros, pesquisas, resultados de competições esportivas (quadro de medalhas) e etc.

A entrevista também passou por algumas mudanças relativas às questões técnicas, que permitiram o aumento do acesso aos entrevistados. Antes dos anos 2000, operacionalmente, esse formato podia ser executado no estúdio ou em outros ambientes pelos jornalistas, de maneira gravada ou ao vivo. No presente momento, as câmeras acopladas, principalmente, aos computadores ampliaram essas possibilidades de execução. O uso da internet trouxe facilidades, permitindo o acesso rápido em situações em que não se pode esperar até que as equipes de reportagem cheguem aos locais onde estão as pessoas que se pretende entrevistar. Por conta disso, também está cada vez mais difícil para autoridades, por exemplo, darem explicações de que não podem falar com a imprensa.

O comentário é um formato que não sofreu qualquer alteração ao longo dos anos. Pode ser gravado ou ao vivo, no estúdio ou em qualquer outro ambiente. É utilizado para complementar alguma informação e prescinde, impreterivelmente, da imagem e da fala de um comentarista ou de um jornalista especialista em determinado assunto (política, economia, futebol, etc.).

O *audio tape* é aplicado apenas nos casos extremos. É um recurso empregado quando a equipe de reportagem está em algum lugar distante ou de difícil acesso e sem possibilidade de enviar ou gerar cenas gravadas ou ao vivo. Nesse caso, o repórter relata o que vê por telefone e no lugar das cenas podem ser inseridos recursos gráficos (foto do repórter, mapa com a localização, simulação gráfica do acontecimento) e, quando for o caso, imagens de arquivo e fotografias.

O virtual está atrelado à presença de um cenário construído artificialmente por imagens computadorizadas, onde o apresentador e/ou comentarista e/ou repórter podem se

deslocar para falar de algum assunto específico. O seu uso é cada vez mais comum, principalmente, na previsão do tempo, e também em outras situações, onde são recriadas até maquetes dentro desse cenário virtual para exemplificar ações que ainda estão em planejamento.

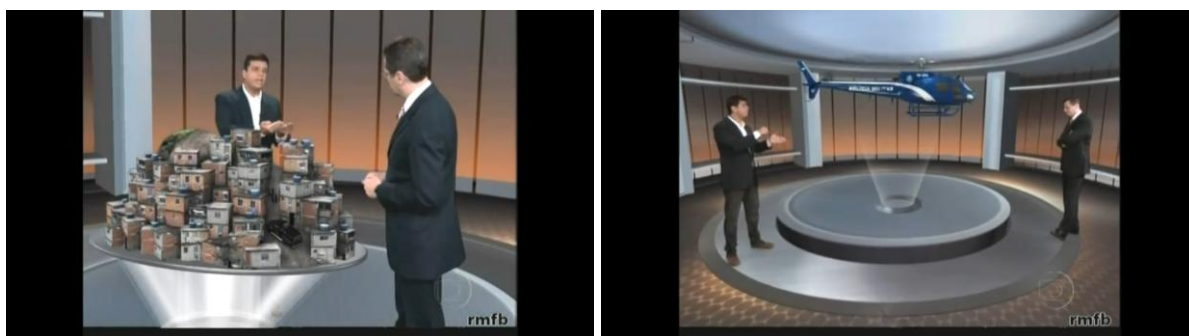


Figura 7 – Dois momentos da aplicação do formato virtual no *Bom Dia Brasil* (Fonte: *Bom Dia Brasil*)

A aplicação do formato virtual pôde ser visto, por exemplo, na comemoração de dois anos de criação das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs), no Rio de Janeiro, em 2010. No *Bom Dia Brasil*, da Rede Globo, o repórter e um comentarista de segurança explicaram em detalhes, como funciona a ação da polícia com o auxílio de uma maquete virtual, que reproduzia o cenário das favelas. Era possível ver ainda os helicópteros utilizados (**Figura 7**).

Nas eleições municipais de 2012, esse formato ganhou destaque novamente, na Rede Globo, por meio da participação do repórter Márcio Gomes em um cenário virtual. As informações atualizadas sobre as pesquisas eleitorais e os resultados das apurações podiam ser visualizados ao mesmo tempo em que os dados eram informados pelo jornalista.

Além de todos os formatos descritos até o presente momento, há outro que vem ganhando espaço nos telejornais. Não se trata exatamente de um único modelo, mas de um conjunto que é utilizado de forma agrupada para transmitir uma determinada notícia.

Em um estudo publicado recente chegamos a chamar esse formato de “híbrido” (SIQUEIRA, 2012), porém em uma nova análise optamos pelo o uso de um novo termo: integrado. Consideramos o nome mais apropriado pois transmite de uma forma mais direta a ideia que o mesmo representa.

O integrado pode ser, por exemplo, “a combinação da nota ao vivo com imagens [...] com a sonora previamente gravada. O uso de entradas ao vivo intercaladas por reportagens e declarações ou por um display seguido de uma nota coberta” (SIQUEIRA, 2012, p. 185).

Não cabe aqui neste trabalho fazer uma investigação aprofundada do uso de todos esses formatos no telejornalismo sob a perspectiva das rotinas produtivas. Isso poderá ser realizado, com mais detalhes, em pesquisas futuras. Essa classificação, no entanto, foi implementada, como já foi explicitado anteriormente, tendo em vista apenas a aplicação da análise de conteúdo, que é um dos métodos empregados nesta tese. A finalidade é visualizar de que forma a realidade é reconstruída pelos jornalistas do JN a partir dos registros feitos pelos coprodutores. Antes de apresentarmos o resultado dessa análise, que possui também o auxílio da observação participante, é preciso compreender, primeiro, outros conceitos importantes que envolvem os jornalistas, os cidadãos e os critérios de noticiabilidade.

4 O papel dos cidadãos e dos jornalistas na produção de notícias e a aplicação dos critérios de noticiabilidade

Acreditamos que é primordial realizarmos a revisão de alguns conceitos da Teoria da Comunicação por entendermos que alguns termos já não se aplicam mais, no contexto atual, da forma como foram concebidos. As fronteiras estão cada vez mais tênues por conta da atuação dos coprodutores.

Além disso, há questões que precisam ser revisadas. É o que afirma também Pineda de Alcázar (2005, p. 223-224), que fez um estudo sobre os processos de comunicação nos meios interativos. A autora apresentou algumas conclusões, entre elas:

la constatación de que los modelos y las teorías que se han utilizado para explicar el proceso de la comunicación resultan hoy insuficientes para dar cuenta de los cambios, porque corresponden a una racionalidad epistemológica y científica que encuentra agotadas sus respuestas para enfrentar las nuevas realidades de las comunicaciones contemporáneas (PINEDA DE ALCÁZAR, 2005, p. 223-224).

Os jornalistas não são mais, por exemplo, os detentores do papel de emissão, pois dividem espaço com outras pessoas nesse processo. Antes de abordarmos essas mudanças dentro do ponto de vista deste estudo é necessário refletirmos também sobre como alguns conceitos são apresentados por diferentes autores. Berlo (2000, p. 46) aborda a comunicação sob uma perspectiva simbólica que não é exatamente a dos meios de comunicação, mas da comunicação humana, de uma maneira geral, pois cita que:

Podemos decir que toda comunicación humana tiene alguna fuente, es decir, alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación. Una vez dada la *fente*, con sus ideas, necesidades, intenciones, información y un propósito por el cual comunicarse, se hace necesario un segundo componente. El propósito de la *fente* tiene que ser expresado en forma de *mensaje* (BERLO, 2000, p. 27).

De acordo com o referido autor, a mensagem antes de tudo precisa ser compreendida, mas não de qualquer forma. O receptor deve entender qual é a razão do processo, pois do contrário pode ter uma interpretação muito diferente das intenções do emissor, ou seja, é

como se o emissor fracassasse no que diz respeito aos seus interesses estabelecidos inicialmente (BERLO, 2000).

Iramain (2006, p. 31) compartilha de uma visão parecida, tendo em vista que diz que “la acción comunicativa sólo se consuma cuando el receptor del mensaje lo percibe a través de los sentidos, lo que decodifica y lo que entiende, según su particular punto de vista”, ou seja, é necessário que o destinatário da mensagem capte o significado.

Como destaca Martín Algarra (2003, p. 62), a comunicação possui como característica o fato de ser um ato social, ou seja, “la comunicación siempre está orientada al otro, a afectar – en el sentido más neutro posible de la palabra – a alguien más neutro posible de la palabra – a alguien distinto del yo”.

Dentro do ponto de vista jornalístico, Galdón (2001, p. 48) faz outra consideração. O autor afirma que esse conhecimento que é repassado não precisa ser perfeito, mas “si lo es, mejor; y a esa meta hay que tener. Pero también vale un saber de sobresaliente, de notable e, incluso, de aprobado”.

Galdón (2001) faz referência ainda aos termos desinformação (qualificado como conhecimento superficial, equivocado, vazio, irrelevante e um não saber) e manipulação (desinformação proposital). Não os abordaremos nesta tese, pois não fazem parte dos objetivos desse trabalho, embora tenhamos consciência da existência de ambos dentro dos processos comunicativos.

O nosso interesse específico está mais centrado na discussão entre os conceitos de emissor e receptor. Há alguns autores que preferem não utilizá-los. É o caso de Martín Serrano (2010) que não os emprega por considerá-los reducionistas e fontes de confusão nos campos da comunicação e da informação. O autor prefere chamar esses dois agentes de participantes do processo de interação comunicativa, de atores e os divide também em “ego” e “alter” para realizar a diferenciação. Sobre esses dois últimos termos, trata-os da seguinte forma:

Ciertamente, los trabajos comunicativos de Ego y de Alter están acoplados. Las actividades expresivas que inicia Ego van teniendo su correlato en otra sucesión de actividades receptivas de Alter que son complementarias. De este modo es posible el intercambio de señales que sirven para indicar cosas. Pero las tareas que realizan los comunicantes son diferentes, cuando ocupan la posición del Ego y cuando se desempeñan como el Alter. [...] Las actividades que hace un Actor cuando está en el lugar del Ego, las denomino “trabajos expresivos”. Y “trabajos receptivos” a la correspondiente secuencia de actividades que realiza un Actor cuando está en la posición de Alter (MARTÍN SERRANO, 2010, p. 76).

No nosso entendimento, esses conceitos (“alter” e “ego”) não podem ser aplicados para definir o papel dos coprodutores de informações audiovisuais no telejornalismo, uma vez que os mesmos podem atuar em mais de uma posição ao mesmo tempo, como já foi abordado anteriormente. Além disso, acreditamos que essa classificação também pode causar certo estranhamento se aplicada as lógicas comunicativas do telejornalismo, pois remete a termos mais ligados ao campo da psicologia.

MacQuail (2005) é outro que apresenta uma visão um pouco restrita dentro desse aspecto, já que trata a relação entre os que enviam e recebem o que é produzido pelos meios de comunicação de massas de uma forma que não leva em consideração os cidadãos que, na atualidade, participam ativamente desse processo.

The most obvious feature of the mass media is that they are designed to reach the *many*. Potential audiences are viewed as large aggregates of more or less anonymous consumers, and the relationship between sender and receiver is affected accordingly. The 'sender' is often the organization itself or a professional communicator (journalist, presenter, producer, entertainer, etc) whom it employs. If not this, it is another voice of society given or sold access to media channels (advertiser, politician, preacher, advocate of a cause, etc). The relationship is inevitably on-directional, one-sided and impersonal, and there is a social as well as a physical distance between sender and receiver. The former usually has more authority, prestige or expertise than the latter. The relationship is not only asymmetrical; it is often calculative or manipulative in intention. It is essentially non moral, based on a service promised or asked for in some unwritten contract with 'no mutual obligation' (MACQUAIL, 2005, p. 55).

É uma abordagem que difere do contexto que nós estudamos. No telejornalismo, por exemplo, não se pode mais colocar quem envia e quem recebe em locais opostos e específicos. A audiência comunicativa (SAPERAS, 2000) faz parte do processo e sua capacidade de atuar na emissão de informações audiovisuais é cada vez mais presente.

Nem todos pesquisadores, na atualidade, compartilham dessa visão, pois ainda tratam o universo dos emissores e receptores como algo separado. García Jiménez (2007) por exemplo fez uma pesquisa sobre as teorias de comunicação social na Espanha e constatou que na maioria das pesquisas há uma referência direta entre o papel do emissor e o do jornalista. O que existe é uma identificação entre os dois termos como se fossem quase sinônimos, sendo quase inexistente a observação de outros tipos. Além disso, García Jiménez (2007) argumenta que a maior parte dos estudos analisados estava focada nas rotinas e atitudes profissionais e nos processos de seleção.

Em relação aos receptores, os pesquisadores espanhóis estudados pela referida autora abordaram em seus trabalhos, principalmente, os efeitos dos meios de comunicação sobre a audiência. Não foram tão frequentes outras temáticas, como: “cambios en la naturaleza de la audiencia debido a la incidencia del desarrollo tecnológico” e “profundización en la propia fase de interpretación del mensaje” (GARCÍA JIMÉNEZ, 2007, p. 228).

Outro autor que também faz uma clara divisão entre o papel dos receptores e dos emissores é Wolf (1997), pois trata a emissão como sendo uma função jornalística e delimita o estudo da Teoria dos Emissores, voltando-o à análise das rotinas produtivas dos profissionais dessa área. Igartua Perosanz (2006, p. 24) segue esse mesmo caminho, ao dizer que “el emisor suele ser un comunicador profesional (periodista, comunicador, creadores, etc.)”.

O papel jornalístico de emitir notícias permanece e cremos que não perdeu sua força. O que ocorreu foi a entrada de um novo agente nesse processo, que não divide espaço em termos de igualdade no telejornalismo, pois neste setor a seleção do que será ou não transmitido depende, diretamente, do trabalho desempenhado pelos jornalistas.

Trata-se de mais um agente que tem a possibilidade de atuar no processo que culminará com a emissão, porém de forma específica e monitorada no meio televisivo. Ou seja,

el periodista ha dejado de tener el monopolio en la intermediación entre un acontecimiento y su relato. El periodista y su empresa ya no son los únicos que tienen las herramientas para construir y divulgar noticias. Comienza una época de colaboración entre diferentes mundos informativos (ESPIRITUSANTO; RODRÍGUEZ, 2011, p. 9).

Espiritusanto e Rodríguez (2011) acrescentam que não estamos diante de um fenômeno novo, porém houve uma ampliação proporcionada pela tecnologia, pelo crescimento da “colaboração” e também pela interferência dos meios de comunicação.

Prova disso, é que na década de 1970, Benito (1978, p. 63) já falava sobre o papel “participante” das pessoas no jornalismo.

El individuo – y ello es potenciado hoy por los instrumentos informativos – es esencialmente participante, y no hay participación posible si previamente no existe una información auténtica, responsabilizada y sin trabas que convierta a la opinión pública en nuestros días en una exigencia de la democracia: libre y autónoma (BENITO, 1978, p. 63).

Lecaros (1989, p. 98-99) também compartilha de uma visão parecida. Para o referido autor, os cidadãos podem ser receptores com atitude ativa dentro dos processos comunicativos.

La persona puede ser actor pasivo o activo de realidades noticiables; puede, a su vez, ser fuente que acreciente y enriquezca la información. Y es siempre público, destinatario del proceso informativo. En cualquiera de estos roles sigue manteniendo intacta sus características esenciales y, por tanto, informativamente hablando, plantea exigencias. Cuando la persona es objeto de la información, parte de la realidad noticable – como actor o como fuente – es exigible al periodismo que sepa dar cuenta de ella con toda la gama de la riqueza y dignidad que cada persona, y por tanto cualquier persona, posee. Es este uno de los desafíos periodísticos más complejos y exige una enorme capacidad de observación, conocimiento previo, apertura para aceptar la capa de misterio que cubre a cada persona y una gran destreza en la expresión – cualquiera se el lenguaje utilizado – para no traicionar la riqueza a la que apunta esa realidad (LECAROS, 1989, p. 98-99).

As pessoas estão assumindo funções que antes não pertenciam ao universo delas. É o que constata Pineda de Alcázar (2005, p. 200) ao estudar as mudanças propiciadas pelas transformações tecnológicas nas realidades comunicativas. A autora afirma que “en general, lo que todas esas realidades comunicativas están alterando en la comunicación es la antigua relación emisor-receptor, que establecía un contrato separado y bipolar entre ambos”.

Pineda de Alcázar (2005) também faz considerações em relação ao conceito de emissor, dizendo que este está mais aberto e não está mais centrado em quem tem o poder de comunicar, ou seja, dos detentores dos meios de comunicação. É algo que vai ao encontro do que afirmamos nesta tese.

Embora Igartua Perosanz (2006, p. 24-25) diga que nos meios de comunicação os emissores geralmente são comunicadores profissionais - como é o caso dos jornalistas -, o autor também admite que há mudanças.

Sin embargo, definir el término ‘comunicador’ es una tarea no exenta de dificultades. Tradicionalmente se ha reducido a los periodistas, pero el desarrollo actual de las nuevas tecnologías y la aparición de distintos perfiles profesionales en este campo obliga a considerar como comunicadores también a los productores, realizadores, relaciones públicas, publicitarios, directores de comunicación, jefes de prensa (IGARTUA PEROSANZ, 2006, p. 24-25).

No momento atual, o público virtual (BERROCAL GONZALO; GARCÍA DE TORRES, 2001) tem a possibilidade de ser inserido no processo de criação de mensagens e

imagens. E isso não está relacionado apenas com a internet, pois os celulares também são uma ferramenta que permite a interatividade.

Casadevall e Pascual (2012, p. 12) possuem um pensamento semelhante ao nosso, pois afirmam que, hoje,

la audiencia todavía es masiva pero ya no es de masas en el sentido tradicional, donde unos pocos emisores emitían para una masa de receptores. Ahora disponemos de una multiplicidad de emisores y de receptores y por lo tanto de multiplicidad de mensajes y la audiencia se ha vuelto activa y selectiva (CASADEVALL; PASCUAL, 2012, p. 12).

Ao tratar da ética e dos novos desafios sociais, Aznar (2005, p. 46) chama a atenção para o “aumento e diversificación de los agentes sociales relacionados con la actividad de los medios, como ONG y colectivos de todo tipo”. O autor argumenta que essas pessoas também “no sólo se convierten en nuevas fuentes informativas que dada su creciente relevancia social [...], sino que en bastantes casos se convierten ellos mismos en emisores de comunicados, campañas publicitarias o vídeos informativos”.

Não são apenas as pessoas que estão ligadas às ONGs ou outros coletivos que têm essa possibilidade. Qualquer pessoa pode se transformar em um emissor, desde que tenha acesso ao conhecimento e aos meios necessários para isso. Quanto ao interesse, à vontade de se tornar um emissor, ela nem sempre é necessária, pois o cidadão pode ser inserido no processo produtivo, no telejornalismo, sem jamais ter imaginado isso. Um exemplo que pode ser dado a esse respeito é um vídeo feito por traficantes que gravaram o transporte de duzentos e cinquenta quilos de maconha do Paraguai em direção ao Brasil.



Figura 8 – Imagens do vídeo feito pelos traficantes e exibido no *Jornal Nacional* (Fonte: JN)

Os traficantes fizeram as imagens para uso próprio, por diversão, no entanto, foram parados pela polícia quando pensavam que estavam livres da fiscalização, em território brasileiro, a quase trezentos quilômetros de distância da fronteira. A câmera foi apreendida e as cenas acabaram sendo exibidas em uma reportagem do *Jornal Nacional*, no dia dezanove de julho de 2012 (**Figura 8**). Ou seja, os traficantes se tornaram “participantes” do processo de emissão sem ter pensado em exercer essa função naquele momento e o vídeo (informação audiovisual) foi transformado em prova do crime realizado por eles.

Os policiais que os prenderam também atuaram no processo de emissão, nesse caso, intencionalmente, pois realizaram dez fotografias (informação visual) da prisão na delegacia que foram usadas na reportagem, pois as cenas não foram registradas por cinegrafistas profissionais. Além do mais, provavelmente, naquele momento, os policiais não tinham se interado da informação audiovisual existente dentro da câmera apreendida, algo que posteriormente chamou a atenção deles, despertou o interesse dos jornalistas e foi transformado em reportagem do JN.

Espiritusanto e Rodríguez (2011) estão preocupados com esse crescimento do papel dos cidadãos como emissores, principalmente, com as transformações que ocorrem nos meios de comunicação e com os impactos dessas mudanças no campo do jornalismo. Os autores acreditam que os jornalistas não devem acompanhar esse momento de longe. O que precisam fazer é participar do processo e se antecipar a ele, tornando-o uma oportunidade de crescimento, uma nova maneira de exercer a profissão.

Si los ciudadanos quieren ser emisores de información, ¿por qué no van a hacerlo cuando tienen las herramientas necesarias para ello? Los periodistas profesionales tendrán que colaborar con ellos y repensar sus funciones en la recogida, transmisión, análisis y diseminación de información, así como los diferentes campos en los que puede ejercer su profesión: periodismo de bases de datos, de visualización, o incluso en la experimentación de nuevos formatos y maneras de presentar la información (ESPIRITUSANTO; RODRÍGUEZ, 2011, p. 6).

Berlo (2000, p. 114) trata de outro conceito dentro desse universo: a interação. Algo que de acordo com o autor faz parte do processo de comunicação.

El concepto de interacción es primordial para una comprensión del concepto de proceso en la comunicación. La comunicación representa el intento de unificar dos organismos, de llenar la brecha entre dos individuos por medio de la emisión y recepción de mensajes que tengan un significado para ambos. En el mejor de los casos, ésta es una tarea imposible. La comunicación interactiva se acerca a este ideal. Cuando dos personas interactúan, se colocan en el lugar del otro, tratan de percibir el mundo en la misma forma en que lo hace el otro, procuran prever de qué manera habrá de responder aquél. La interacción implica la asunción recíproca de un rol, el empleo mutuo de habilidades empáticas. El objeto de la interacción es obtener una perfecta combinación de sí mismo y del otro, una capacidad total de saber anticipar, predecir y conducirse de acuerdo con las mutuas necesidades de sí mismo y del otro. Podemos decir que la interacción es el ideal de la comunicación, el fin hacia donde tiende la comunicación humana (BERLO, 2000, p. 114).

A interação está agora posta em outro aspecto mais prático, de envolvimento dos cidadãos nas notícias, de inserção dos mesmos nos processos produtivos.

Há alguns autores que ao invés de abordar os termos cidadão ou receptor, usam a palavra audiência para definir as pessoas que recebem e interpretam as notícias dos meios de comunicação. É o caso de Maciá Mercadé (2006), que faz uma crítica à televisão como meio de alienação e de empobrecimento cultural de crianças, jovens e adultos. É uma visão da qual não compartilhamos em totalidade¹⁹, no entanto, o autor realiza observações que consideramos pertinentes sobre as mudanças no perfil da audiência, que não é vista apenas como um número para servir de ferramenta de negociação publicitária²⁰, mas como um conjunto de cidadãos de várias profissões e classes sociais.

¹⁹ Acreditamos que há falhas, mas também qualidades na televisão e especialmente no telejornalismo, que possui uma função social importante em um país como o Brasil, onde quase todos possuem um aparelho de TV em casa e procuram se informar por meio deste veículo.

²⁰ Quem compreende a audiência em uma perspectiva de ferramenta de negociação publicitária é Arana (2011, p. 56), que a entende como: “El conjunto de personas que han estado en contacto con un medio de comunicación

La audiencia de los mass media [...] se está desmasificando como consecuencia de la pluralidad de medios y de las nuevas tecnologías de la comunicación que conjugan lo global con lo individual. La **audiencia** está dejando de ser masa única para segmentarse, primero, en variedad de públicos receptores singularizados, y luego, en conjunto humano de **personas con nombres y apellidos**, personas que se asocian, que ejercitan su libertad de expresión y reivindican el derecho a un tratamiento digno (MACIÁ MERCADÉ, 2006, p. 255).

Quem também afirma que a audiência deve ser vista como um grupo de cidadãos é Cebrián Herreros (2004, p. 181-182):

No debería olvidarse nunca que por encima de concepto de audiencia está el de ciudadano, el de un ser que vive en una democracia y que requiere que se le trate con todo el respeto y dignidad que merece, que se fomente el cumplimiento de los derechos humanos y que se promuevan los valores constitucionales. Sin embargo, la información televisiva actual se construye no para el conocimiento y formación de la actitud crítica y dialogante sino para incrementar el consumo televisivo. La televisión trabaja con discursos simbólicos, con ideas; su oferta adquiere una dimensión educativa-antieducativa y cultural-anticultural. No es un centro de formación curricular, pero sí una dinamizadora de la educación y cultura sociales. Como medio de comunicación social debe atender a su responsabilidad pública y no convertirse en una fábrica de negocios económicos o de *marketing* político (CEBRIÁN HERREROS, 2004, p. 181-182).

Castells (2009) apresenta outro conceito que está ligado ao papel dos coprodutores que nos parece interessante. O autor chama de “autocomunicação de massas” o fenômeno que está relacionado com uma nova forma de comunicação social estabelecida pelas pessoas no mundo virtual da internet.

Castells (2009, p. 108) afirma que existe uma interação mais rica entre as pessoas, que passam a desempenhar a função tanto de emissores quanto de receptores, como pode ser observado a seguir: “Éste es un nuevo ámbito de comunicación y, en última instancia, un nuevo medio sustentado por redes de ordenadores que hablan un lenguaje digital y cuyos emisores están repartidos e interaccionan por todo el mundo”.

No contexto que estudamos, da televisão, o que ocorre é um pouco diferente, pois não existe possibilidade dos coprodutores, por exemplo, executarem a função de emissores sem um trabalho de mediação. Os jornalistas são os emissores-diretos, de primeira instância,

durante un periodo de tiempo determinado. Así por ejemplo, para los estudios de audiometría en España, permanecer cinco segundos frente al televisor encendido tras haberse identificado es suficiente para ser considerado audiencia del medio (el tiempo mínimo varía por países, así en Francia es de sólo un segundo, mientras que en el Reino Unido o Grecia es de 30 segundos”.

aqueles que apuram, selecionam, editam e apresentam o que será exibido ao público. Os coprodutores seriam, então, emissores-indiretos, de segunda instância, pois podem, no máximo, argumentar e tentar fazer com que o jornalista publique um vídeo ou fotografia feito por eles em um telejornal, mas não têm como decidir se aquele conteúdo vai ou não ser mostrado e nem como será apresentado, se obterá destaque ou será um simples registro.

Isso ocorre por conta dos processos produtivos do jornalismo televisivo que são diferentes da autocomunicação (Castells, 2009) que existe na internet. Esse é o assunto que trataremos a seguir. Iremos sair um pouco da discussão entre o papel dos emissores e receptores para partirmos para as rotinas produtivas e os critérios de noticiabilidade, para por fim compreendermos onde atuam os jornalistas e coprodutores dentro da lógica de produção da televisão.

4.1 Aspectos sobre as rotinas produtivas e os critérios de noticiabilidade

Como este é um estudo que envolve o processo de seleção de informações audiovisuais feitas por parte dos jornalistas, consideramos fundamental que se compreenda as questões que fazem parte das rotinas produtivas dos profissionais dessa área.

Para Areal (2001), no jornalismo, o processo produtivo é entendido da seguinte forma:

El proceso, que se inicia con el encuentro con el acontecimiento, consta de varios pasos hasta que llega al público la información. Primero hay una selección, después otras selecciones, y luego una elaboración y después el ofrecimiento al público de esa mercancía delicuescente que llamamos noticia o mensaje informativo, perecedera, y en esa presentación cabe igualmente otra selección a la hora de determinar su encuadre, a la hora de titular, de situarla en un puesto destacado o menos destacado, etc. (AREAL, 2001, p. 79).

Há uma teoria que é comumente empregada nesses estudos, com temática voltada para as rotinas produtivas. É o *newsmaking*, de abordagem sociocultural, cuja ênfase está na compreensão dos processos de comunicação de massa. O questionamento básico na aplicação dessas pesquisas está na ligação entre a imagem do mundo difundida pelos meios de comunicação e o processo cotidiano de construir notícias. Existem vários enfoques que podem

ser abordados, desde os critérios de noticiabilidade, a estrutura organizacional dos veículos de comunicação, até a construção da audiência e as rotinas de produção, etc.

Segundo Wolf (1997, p.169), as investigações ligadas ao *newsmaking* estão centradas na imagem do mundo que é passada pelos noticiários e em como essa imagem se conecta com as exigências das rotinas de produção nas redações. Tendo em vista essa linha de atuação, os seguintes aspectos precisam ser levados em consideração: “a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos de produção. As conexões e as relações entre os dois aspectos constituem o ponto central desse tipo de pesquisa” (WOLF, 1997, p. 169).

De fato, não há como estudar, por exemplo, a seleção dos conteúdos produzidos pelos coprodutores no telejornalismo sem entender a lógica profissional e organizacional que está por trás de tudo isso, ou seja, sem analisar qual a estrutura de trabalho, como é implementada na prática, qual o papel de cada jornalista no processo produtivo, etc.

Wolf (1997, p. 189) diz também que há dois aspectos que devem ser considerados: as convenções relativas às funções dos órgãos de comunicação e dos jornalistas na sociedade e também a concepção de notícia e “às modalidades que superintendem à sua confecção”, formando uma série de paradigmas e práticas profissionais utilizadas rotineiramente. “Há as restrições ligadas à organização do trabalho, sobre as quais se criam convenções profissionais”, que determinam o conceito de notícia e legitimam todo o processo de produção. Surgem, assim, a rotinização e os critérios de noticiabilidade, que fazem parte da cultura organizacional das redações.

No entanto, ao empregarmos os estudos de *newsmaking* não podemos apenas visualizar o ambiente jornalístico, nem o tratarmos como uma investigação dentro da Teoria dos Emissores (WOLF, 1997), entendendo os emissores como sendo apenas um conceito atrelado ao universo dos profissionais do jornalismo. É preciso estarmos atentos ao que ocorre no entorno a fim de identificarmos se existe algo que está provocando mudanças, pois a decisão do que será transformado em notícia ou não sofre influências sociais, econômicas, políticas, tecnológicas, etc. Além disso, os coprodutores, como já foi afirmado, possuem um papel importante dentro desse processo.

Gomis (2001, p. 125) faz uma ponderação que deve ser destacada a respeito do conceito de notícia: “La noticia no es, en efecto, una mercancía uniforme y estable; su producción se gobierna por tantas influencias conscientes e inconscientes y demandas tan inflexibles que, igual que pasa con la poesía, preguntar qué es parece una amenaza de que quien la hace”. O autor afirma que os jornalistas, as vezes, sentem-se um pouco incomodados

quando são solicitados a aplicar uma definição. Realmente, não é uma tarefa fácil. A nossa experiência no ambiente das redações tem comprovado isso. Há múltiplas visões sobre o que é notícia.

De acordo com Travancas (2011, p. 39), no meio impresso, “cada jornalista tem uma ou várias ‘imagens e fantasias’ a respeito de seu leitor. Na maioria das vezes ele não conhece bem o seu perfil, até porque ele abarca diferentes segmentos sociais”.

Na televisão, por mais que se tenha acesso às pesquisas de audiência com informações detalhadas, os profissionais têm dificuldade em dizer, claramente, quem pretendem atingir ao utilizar informações audiovisuais provenientes da coprodução na elaboração das notícias.

É o que ocorre no *Jornal Nacional* por conta da abrangência. Bonner (2009, p. 18) explica que o telejornal procura mostrar “aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo”, porém há o desafio da “característica universal do público que assiste ao JN: todas as idades, todos os níveis de escolaridade, todas as faixas socioeconômicas etc, etc. Num público variado como este, variam também os interesses imediatos”.

Coutinho e Musse (2010, p. 8) chamam a atenção para o fato de haver no JN um “esforço de constituição de uma narrativa que [...] se pretende nacional, capaz de gerar interesse e identificação em todo o país, junto ao contingente potencial de telespectadores”.

Os mesmos autores citados acima dizem que apesar dessa intenção,

quer pela estrutura de produção da emissora, ou pela orientação editorial, o *Jornal Nacional* é na prática um telejornal especialmente do eixo São Paulo Rio-Recife-Brasília, reservando para outras localidades um tipo de cobertura que em geral tem a marca do factual de “Cidade” ou “Polícia”. As exceções são matérias especiais, em geral sobre manifestações culturais, e séries de reportagem (COUTINHO; MUSSE, 2010, p. 06).

Acreditamos que o telejornal não se situa apenas nesse eixo, pois há outras regiões que obtêm espaço, como, por exemplo, Minas Gerais, onde há uma emissora que pertence à Rede Globo. A cobertura internacional também recebe atenção em função da rede de correspondentes e do contexto atual, que envolve as consequências da “Primavera Árabe²¹” e da crise financeira, que abala a Europa e os Estados Unidos.

É evidente que as regiões que possuem uma equipe de jornalistas mais estruturada e com repórteres experientes tendem a possuir um espaço maior do que outras que não têm os

²¹ Abordamos outras questões relativas a “Primavera Árabe no **Capítulo 6**.

mesmos recursos. Mas esses não são os únicos critérios que influenciam na escolha do que será transformado em notícia.

Para Vizeu (2005) os jornalistas fazem uso da “audiência presumida” no cotidiano, pois, mesmo sem saber exatamente quem está assistindo aos programas, os profissionais desse campo

constroem antecipadamente a audiência a partir da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (as regras de redação), da língua e das regras do campo das linguagens para, no trabalho de enunciação, produzirem discursos. E o trabalho que os profissionais do jornalismo realizam, ao operar sobre os vários discursos, resulta em construções que, no jargão jornalístico, podem ser chamadas de notícias (VIZEU, 2005, p. 94-95).

Embora os jornalistas possam trabalhar sem ter uma noção específica do público, desenvolvem suas atividades por meio da seleção e produção das notícias, que são tarefas que possuem relação direta com o que estamos estudando aqui.

É por isso que nós temos interesse em compreender o seguinte questionamento: O que é notícia? Há vários autores interessados em encontrar resposta para essa pergunta, entre eles, está Puente (1999), que apresenta um conceito bem resumido. Para a autora, notícia é o mesmo que mudança e representa “los cambios que se producen en la vida del hombre. Aquellos que muestran al hombre en sus distintas facetas” (PUENTE, 1999, p. 41).

Casero e Marzal (2011, p. 50-51) afirmam que para um determinado acontecimento ser transformado em notícia não basta seguir a fórmula e contentar-se com responder apenas algumas questões básicas dos antigos manuais jornalísticos. A profissão mudou e como ela a forma como se faz jornalismo, pois há exigência de um empenho maior.

El periodismo asume nuevas responsabilidades y una nueva conciencia. Ya no se puede transformar el acontecimiento en noticia, simplemente utilizando las cinco preguntas básicas del periodismo (qué, quién, dónde, cuándo y por qué). Ahora se tiene que plantear preguntas acerca de las nuevas razones relacionadas con un acontecimiento concreto y acerca de las consecuencias provocadas por la publicidad que se le ha dado. La importancia social de los medios de comunicación sugiere que por cada uno de los acontecimientos que tiene visibilidad pública, la cobertura periodística se convierte en un campo estratégico en el que insisten todos los actores involucrados en el propio acontecimiento. La pluralización de los puntos de vista representados y la multiplicación de las definiciones de las situaciones subrayan la ambivalencia del trabajo periodístico, que ya no es capaz de reducir sólo a uno el mundo mediante una representación real de la realidad, sino que se ve forzado a mostrar la variedad de lo posible. De esta manera, la proporción que supervisa la construcción de la agenda de los medios

periodísticos es menos clara debido a la desarticulación del conocimiento. La riqueza de lo que se ha dicho hace más elaborados los procedimientos de las máquinas informativas, pero de este modo queda claro el papel de la negociación que caracteriza al proceso de construcción de las noticias, donde se involucran muchos actores, fuentes, audiencias, empresas editoriales, periodistas y todos aquellos que trabajan en el área de la información. En otras palabras, el proceso de descontextualización y recontextualización de la realidad llevado a cabo por la prensa se vuelve más nítido (CASERO; MARZAL, 2011, p. 50-51).

Cesareo (1986, p. 63) tem outro ponto de vista sobre o que é notícia. Para o referido autor, “por lo general y en la mayor parte de la producción, 'es noticia' no aquello que sucede normalmente y forma parte de la experiencia cotidiana de la mayoría de las personas, sino aquello que se distingue precisamente porque interrumpe o desvía la normalidad”. No entanto, Cesareo (1986) afirma que não é exatamente aquilo que acontece uma única vez e que não volta a se repetir, mas algo que escapa “da normalidade”.

De acordo com Postman e Powers (2009), há uma resposta que também é comumente apresentada para definir o que é notícia.

[...] the most frequent answer given is that the news is “what happened that day. “This is a rather silly answer since even those who give it can easily be made to see that an uncountable number of things happen during the course of a day, including what you had for breakfast, that could hardly be classified as news by any definition. In modifying their answer, most will add that the news is “important and interesting things that happened that day.” This helps a little but leave open the question of what is “important and interesting” and how that is decided. Embedded somewhere in one’s understanding of the phrase “important and interesting events” is one’s definition of “the news” (POSTMAN; POWERS, 2009, p. 206).

Embora realizem essas considerações, os autores Postman e Powers (2009) argumentam que não concordam com essa visão, pois consideram que o conceito de notícia não pode ser exposto de uma maneira simplista, por esse motivo não chegam a apresentar uma conclusão a respeito do assunto.

Ao contrário de Postman e Powers (2009), há outros pesquisadores do campo do Jornalismo que buscam avançar com novas perspectivas e procuram traçar os limites desse conceito. Para Ferrer (1997, p. 173-174), a notícia é “todo aquello que llama la atención y tiene interés, algo que es desconocido, vínculo esencial con la actualidad”. Na realidade, acreditamos que a notícia também pode representar algo conhecido, porém com uma nova abordagem ou acrescida de um novo fato. Além disso, há ainda outros elementos mais complexos que a integram, que nós apresentaremos mais adiante neste capítulo, que são os

valores-notícia. Antes, é importante fazer algumas observações sobre o que diz Ferrer (1997). Concordamos com o referido autor quando ele afirma que informação e notícia não são termos sinônimos.

La información nos habla de una mujer morena o rubia, alta o baja, delgada o gruesa, la comunicación nos dice que tiene ojos azules de mirada deslumbrante, que camina con garbosidad, con un cuerpo esbelto lleno de encantos. La noticia de que se enfrentan las selecciones de fútbol de Brasil e Italia es insuficiente; se quiere saber si se enfrentan en un partido amistoso o de campeonato, en qué campo es el juego, qué equipo es el favorito y quiénes son las figuras principales de las respectivas alineaciones (FERRER, 1997, p. 177).

É um ponto de vista que serve para aplicarmos ao trabalho desempenhado pelos coprodutores, por exemplo, no telejornalismo. As imagens que captam são uma informação visual ou audiovisual de algo que se passou e, algumas vezes, vêm acompanhadas de informações textuais ou verbais. No entanto, até aquele momento, não foram apuradas, verificadas, validadas, selecionadas e (re) editadas para serem apresentadas. Necessitam passar por estágios jornalísticos, que incluem a confrontação com outras informações e a aplicação dos critérios de noticiabilidade, para que se tornem notícia.

Os critérios de noticiabilidade fazem parte das “regras de redação”. São utilizados pelos jornalistas, diariamente, para auxiliar na definição das notícias, na escolha pela exibição ou não, por exemplo, de determinados assuntos e imagens.

Os valores-notícia fazem parte desses critérios e segundo Wolf (1997, p.175) são a resposta para a seguinte pergunta: “quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?”.

Casero e Marzal (2011, p. 49) afirmam que esse processo de seleção e aplicação dos valores-notícia tem ganhado força no campo jornalístico.

En las últimas décadas los periodistas tenían que encontrar las noticias “a pie de calle”. Hoy en día las noticias llegan a las oficinas editoriales, de modo que los periodistas pasan a desempeñar una función como de “filtro”, una especie de proceso de selección. Así pues, quien está interesado en transformar los hechos en noticias tiene que asumir la intención de los medios de comunicación y ajustar su comportamiento a los procesos productivos del periodismo, con una negociación con el sistema periodístico más fuerte que la que existía en el pasado (CASERO; MARZAL, 2011, p. 49).

Os processos de seleção sempre existiram, desde os princípios de jornalismo. É evidente que sofreram transformações, pois as escolhas estão relacionadas com aspectos sociais, econômicos, culturais e políticos da sociedade (a tecnologia também está inserida dentro desses aspectos). E toda vez que algo muda com mais ênfase na sociedade, interfere também nas escolhas.

La selección obliga al análisis a fondo del hecho, de su complejidad, vinculaciones, implicaciones, repercusiones. Se trata de descubrir todo el alcance para que no queden ausentes aspectos esenciales. Para ello se requiere la consulta de diversas fuentes con su correspondiente revisión, comprobación y contrates, especialmente de las ajenas, examinar la documentación, llamar a expertos y cribar lo cierto de las suposiciones, rumores, apreciaciones sin base y, en definitiva, conseguir las pruebas suficientes de la validez de cada dato y evitar las presiones de todo tipo. Tal trabajo permite detectar lo substancial de la realidad y qué será lo que quede recogido en la información. La televisión exige una enorme y rigurosa selección. Si los datos de una noticia en un periódico pueden llegar a cubrir dos páginas, en televisión quedan reducidos a unas veinticinco líneas o menos para una expresión oral de ritmo adecuado a la descodificación. La selección obliga a eliminar lo irrelevante, lo confuso, que lo secundario no oculte lo sustancial. No se trata de acumular cantidad de datos sino de resaltar los de mayor calidad (CEBRIÁN HERREROS, 2003, p. 186).

Areal (2001, p. 81) acrescenta que essa seleção não é imposta pelos jornalistas. Na realidade, “es el público quien marca ese interés y los profesionales, integrados en una organización con unas pautas de actuación y con un criterio empresarial ordinariamente, se deben a su público”. Entretanto, nem sempre os jornalistas têm as informações sobre o que os cidadãos querem ver e, nesse caso, aplicam os valores-notícia com base na visão que têm do que interessa à audiência (VIZEU, 2005).

Existem várias classificações de valores-notícia. Wolf (1997) os divide em cinco grandes categorias. A categoria substantiva leva em consideração aspectos sobre a relevância social das pessoas envolvidas em um fato, o impacto e o interesse desse assunto para o país, o número de pessoas e a possibilidade de ter desdobramentos e consequências. Na categoria relativa ao produto são observados aspectos quanto à qualidade técnica do material a ser exibido, ao equilíbrio dos assuntos no noticiário, à atualidade do fato e à adequação ao tempo disponível. A terceira categoria diz respeito aos meios de informação, ou seja, a forma como essa informação é selecionada e a notícia é exibida. A quarta está relacionada ao público e em como o jornalista constrói a imagem do público para o qual está trabalhando. A última categoria é relativa à concorrência, que envolve não apenas a busca pela exclusividade da

divulgação do fato, mas também se há ou não o encorajamento para inovações e também as expectativas criadas a partir da concorrência, uma vez que, se um veículo deixar de divulgar determinado assunto pode sofrer as consequências do sucesso dos concorrentes, que optaram por noticiar o fato.

Acreditamos que a qualidade técnica da imagem e do som ainda tem um papel importante no momento da seleção dos assuntos nos telejornais, mas esse valor-notícia, nos últimos anos, perdeu um pouco o destaque. Nunca foram exibidas tantas cenas (feitas com celular, com câmeras fotográficas digitais, etc.) com um padrão de definição de imagem e som tão diferente do captado pelas câmeras das emissoras ou agências de notícias. É um indício de que o interesse que o assunto pode despertar ocupou um espaço maior no processo de decisão do que a qualidade técnica da imagem em si.

Embora Traquina (2008) também considere, assim como Wolf (1997), que os valores-notícia são empregados ao longo de toda a atividade jornalística, o autor acredita ser igualmente fundamental a divisão deles em valores de seleção e construção, por isso apresenta a seguinte classificação: valores-notícia de seleção (critérios substantivos e contextuais) e valores-notícia de construção.

Os critérios substantivos são mais ligados às características dos acontecimentos e são subdivididos em: morte, notoriedade, proximidade, novidade, tempo, notabilidade, conflito ou controvérsia, infração e escândalo. E os critérios contextuais - referentes ao contexto de produção das notícias - são divididos em: disponibilidade, equilíbrio, visualidade, concorrência e dia noticioso. Os valores de construção, por sua vez, estão relacionados à escolha “dos elementos dentro do acontecimento dignos de serem incluídos na elaboração da notícia” (TRAQUINA, 2008, p. 91) e são classificados em: simplificação, amplificação, relevância, personalização, dramatização e consonância.

De acordo com Vizeu (2005, p. 33),

os valores-notícia operam no sentido de possibilitar uma certa organização no caos circundante, tornando, assim, possível a *rotinização do trabalho*. Isto é, são contextualizados nos procedimentos produtivos porque aí adquirem *sentido*, desempenhando a sua tarefa e se revestindo daquela aparência de *bom-senso* que os torna, aparentemente, elementos dados como certo, *elementos naturalizados* (VIZEU, 2005, p. 33).

Dessa forma, por meio dessa “rotinização do trabalho”, os jornalistas e as empresas de comunicação criam estruturas que permitem organizar a produção e acabam criando regras para a seleção do que pode ou não ser exibido. Estabelecem, inclusive, determinações do que

é aceitável e do que não é em termos do uso de cenas feitas por pessoas que não integram formalmente a equipe de reportagem.

Em 2011, por exemplo, as Organizações Globo, da qual faz parte a Rede Globo, publicou seus princípios editoriais, que são uma série de normas e valores da empresa e de seus funcionários. O documento foi divulgado internamente e também foi disponibilizado, pela internet, ao público externo (ANEXO A). Esses princípios apresentam desde uma definição de jornalismo, passando pelo que a Globo considera como os atributos da informação de qualidade e apresenta ainda normas de conduta diante da correção, da agilidade de produção diante de fatos noticiáveis, do comportamento dos seus jornalistas diante das fontes, do público, dos colegas e do veículo.

Esse documento apresenta, portanto, uma série de regras e critérios de noticiabilidade sob o ponto de vista editorial. Mais adiante detalharemos outros aspectos relativos a esses princípios, que possuem relação direta com o estudo desenvolvido nesta tese, porque há ainda outras questões teóricas relativas aos critérios de noticiabilidade que precisamos discutir antes.

Areal (2001) diz que existem alguns condicionamentos que são empregados no momento da seleção e elaboração das notícias, que podem ser divididos em duas categorias. Uma está ligada aos condicionamentos externos e outra aos internos.

Por lo que hace referencia a los condicionamientos externos, cabe señalar: a) el ambiente y el público, que influyen en la decisión de quien ha de valorar qué merece salir a la luz, especialmente el público, que se convierte en un auténtico criterio de selección en si mismo, pues hemos dicho que el profesional suele pensar en su público, aunque sea inconscientemente, a la hora de elaborar los mensajes que a ese público van a ser dirigidos y ofrecidos; b) de carácter político, como los gobiernos de turno y los partidos, que ejercen, aun en regímenes democráticos, fuerte presión para que salga lo que a ellos interesa que vea la luz y que no la vean aquellas cuestiones que estiman perjudiciales para sus intereses particulares; c) de carácter económico, como puede ser el pacto con las fuentes y no digamos el pacto venal con alguien o con alguna institución, es decir, el cobro por publicar o dejar de publicar determinada información. De entre los condicionamientos internos a la organización misma, cabría destacar: a) de carácter organizativo, como las rutinas de trabajo en la empresa informativa, que llevan a considerar importantes ciertos temas, a desechar otros y a redactar de una manera determinada y con unos criterios lingüísticos fijos; también la jerarquía empresarial, que impone una disciplina de trabajo y una selección desde arriba; b) de carácter ideológico: la línea empresarial, que imprime carácter a la información; c) de carácter comercial (las presiones de los anunciantes y clientes en general) (AREAL, 2001, p. 83).

Casanova y Todolí, (2005) não chega a apresentar conceitos aos critérios de noticiabilidade, mas aborda também as limitações provenientes das rotinas produtivas no ofício jornalístico, entre elas: a luta contra o relógio (ditadura do tempo) e a autocensura e a falta de espaço. O autor é crítico em relação à profissão, ao domínio dos proprietários desses veículos, que muitas vezes não estão preocupados com a informação, mas sim em manipular.

Bourdieu (1997, p. 106-107) destaca um aspecto que, de acordo com o autor, influencia diretamente na decisão do que será transformado em notícia: as pressões da concorrência, pois “na lógica específica de um campo orientado para a produção desse bem altamente perecível que são as notícias, a concorrência pela clientela tende a tomar a forma de uma concorrência pela prioridade, isto é, pelas notícias mais novas (o furo)”.

Outra questão ressaltada é o impacto do mercado nos critérios de noticiabilidade, mas nesse aspecto Bourdieu (1997, p. 106) faz a seguinte ressalva:

Os jornalistas são sem dúvida tanto mais propensos a adotar o “critério do índice de audiência” na produção (“fazer simples”, “fazer curto” etc.) ou na avaliação dos produtos e mesmo dos produtores (“passa bem na televisão”, “vende bem” etc.) quanto ocupem uma posição mais elevada (diretores de emissora, redatores-chefes etc.) em um órgão mais diretamente dependente do mercado (uma emissora de televisão comercial por oposição a uma emissora cultural etc.), sendo os jornalistas mais jovens e menos estabelecidos mais propensos, ao contrário, a opor os princípios e os valores da “profissão” às exigências, mais realistas ou mais cínicas, de seus “veteranos” (BOURDIEU, 1997, p. 106).

Na hora de definir se uma cena feita por um coprodutor vai ou não ser veiculada em um telejornal com a intenção de aumentar o índice de audiência, os jornalistas menos estabelecidos, segundo a perspectiva de Bourdieu (1997), certamente, não terão vez no processo de decisão. Poderão opinar, mas a palavra final será dos que ocupam funções acima deles.

Cebrián Herreros (2003, p. 44-45) estabelece três níveis de hierarquização do processo de decisão dentro do telejornalismo:

Un primer nivel de controladores del medio. La organización de los medios audiovisuales, y en particular de la televisión, está controlada por una estancia superior. En la radiotelevisión pública existe un control parlamentario [...] y además un control del Consejo de Administración correspondiente. En las televisiones privadas existe un control del propio Consejo de Administración y de las Juntas de accionistas [...]. Un segundo nivel formado por los especialistas, técnicos y por los propiamente profesionales del periodismo. Son los autores de los programas concebidos

como unidades particulares con las que los del primer nivel establecen la programación. Pueden sintetizarse en tres grupos: el de los contenidos y tratamientos informativos, el de la realización y de la producción [...]. Un tercer nivel está constituido por los presentadores. Son los profesionales que se convierten en parte integrante de la noticia en cuanto que la misma es recibida forzosamente a través de su presencia oral y visual. Los mediadores presentadores se convierten en los plasmadores directos de la imagen pública o corporativa que ofrece cada medio audiovisual. Precisamente son elegidos en función de este planteamiento (CEBRIÁN HERREROS, 2003, p. 44-45).

Na prática, dentro de um telejornal, o editor-chefe é quem toma as decisões na rotina diária, sendo orientado, em questões específicas, por pessoas que exercem cargos de chefia mais elevados do que ele. Ao contrário do que afirma Bourdieu (1997), isso não quer dizer que os demais jornalistas que estão em outras posições abaixo (e que nem sempre são mais jovens que o editor-chefe) não tenham voz, deixem de ser ouvidos ou consultados, muito menos que tenham uma visão oposta aos seus chefes.

Retomando a discussão para os critérios de noticiabilidade, Harcup (2007) diz que dependendo do veículo, dos diferentes setores de mercado, os jornalistas geralmente olham um ou mais desses seguintes elementos no momento de decidir o que se tornará notícia: histórias que tenham a ver com organizações, instituições ou pessoas que detenham poder; que envolvam pessoas famosas ou assuntos relacionados com “sex, showbusiness, human interest, animals, and unfolding drama, or offering opportunities for humorous treatment, entertaining photographs or witty headlines” (HARCUP, 2007, p. 53).

O autor também afirma que há outros elementos de destaque: fatos que envolvam questões inesperadas, notícias negativas que tenham relação com tragédias ou conflitos; histórias que fazem parte da agenda dos meios de comunicação e que estão programadas para acontecer; assuntos que já integram as notícias e são uma continuação; fatos positivos ou que envolvam nações, grupos ou temas com caráter relevante para a audiência e também assuntos de magnitude, que são “stores perceived as sufficiently significant either in the numbers of people involved or in potential impact” (HARCUP, 2007, p. 53).

Quem também apresenta uma classificação extensa é Pastoriza (2003, p.53), que divide os critérios de noticiabilidade em quinze categorias: interesse informativo, atualidade e nova atualização, novidade ou fato raro, utilidade, choque de interesses, emotividade, proximidade, quantidade de afetados, importância da pessoa envolvida, possibilidade de gerar entretenimento, disponibilidade ou acessibilidade, duração, ordem de emissão, imagem ou empresa.

O interesse informativo, conforme Pastoriza (2003, p. 54) “debiera ser el interés mayoritario de la audiencia en temas que le afectan o de los que tiene necesidad informativa. Pero en los medios audiovisuales esta necesidad viene señalada por la de ver las imágenes de la noticia, que en ocasiones ya conoce en detalle por otros medios”.

De acordo com o autor citado acima, a atualidade tem a ver como fato de se tratar de um assunto que ocorreu no mesmo dia da emissão, com exceção de determinados tipos de informações, pois “en la información cultural, por ejemplo, la edición de un libro tiene una vigencia más duradera que la rueda de prensa de un ministro” (PASTORIZA, 2003, p. 54).

O conceito entra em conflito com o que consideramos ser algo de “atualidade” no telejornalismo brasileiro. No nosso entendimento, o factual está relacionado com as notícias do dia e a atualidade com o que não ocorreu necessariamente naquele dia, mas que ainda não perdeu sua força como notícia, por isso pode ser publicado depois (BONNER, 2009).

Dando continuidade a classificação proposta por Pastoriza (2003, p. 54), a novidade ou fato raro corresponde a algo que não é usual ou frequente. “En los espacios informativos de televisión es habitual incorporar noticias cuyo interés reside exclusivamente en las imágenes que aporta y que, de no existir éstas nunca hubieran figurado en el programa”. Talvez possamos incluir, nesse aspecto, os critérios que levam em consideração o uso das cenas feitas pelos coprodutores no telejornalismo, especialmente, quando estas são de impacto, de relevância e não um mero complemento da reportagem ou um elemento secundário. Nesse caso, são as imagens que entram em evidência, que chamam a atenção pelo inusitado, pelo novo, pelo inesperado.

Já a notícia de utilidade, para Pastoriza (2003), está relacionada com as notícias de serviço público, que envolvem o choque de interesse (com a existência de conflitos de vários gêneros: entre pessoas, instituições ou grupos sociais), a emotividade e a proximidade com quem irá receber a notícia.

Um acontecimento pode se tornar notícia dependendo da quantidade de pessoas envolvidas e da existência de alguém conhecido no círculo social, político, cultural e etc. Um fato também pode ser exibido por despertar curiosidade e pela disponibilidade e facilidade de acesso às fontes de informação. A duração e a ordem de emissão têm a ver com a importância atribuída aos fatos.

De acordo com Cebrián Herreros (2003, p. 186), “cada noticia puede ofrecer varios aspectos, diversos escenarios, distintos protagonistas y las repercusiones en diversos sectores y grupos. La duración se reparte entre estos aspectos para cumplir con la exigencia del pluralismo y equilibrio de las parte implicadas”.

Pastoriza (2003) ressalta que na televisão, existem critérios de noticiabilidade que se destacam: empresa (concorrência, critérios comerciais, ideológicos e econômicos, requisitos de qualidade, etc.) e imagem. A imagem porque

las noticias con más probabilidades de ser incluidas en un informativo de televisión serán aquellas que dispongan de imagen para ser ilustradas. El carácter espectacular del medio determina la noticiabilidad de un hecho informativo sólo cuando éste posee un cierto impacto icónico. La existencia de imágenes impone la presencia de la noticia (PASTORIZA, 2003, p. 56).

Levando em consideração esse aspecto, os coprodutores levam vantagem em ter seus acontecimentos exibidos, pois dispõem, teoricamente, do essencial, ou seja, das imagens dos fatos. Entretanto, nem sempre o que eles gravam pode ser aproveitado e exibido, seja por não permitir visualizar o que ocorreu, seja por ser muito chocante, etc. Imagens de pessoas mortas ou gravemente feridas feitas de perto, por exemplo, podem não ser selecionadas, dependendo da linha editorial do telejornal.

Diezhandino (1994) apresenta outra classificação que reúne traços semelhantes aos propostos pelos demais autores expostos, até o presente momento, neste trabalho. A autora chama os valores-notícia de características em comum da notícia e os divide em: novidade, oportunidade, proximidade, proeminência, conflito, impacto, raridade, ação e interesse humano. Para Diezhandino (1994, p. 53), a novidade tem a ver com o que é recente e também com “una nueva explicación o interpretación de sucesos ya familiares, o una concatenación de hechos ya conocidos, pero conocidos de forma aislada”.

A oportunidade está relacionada com a possibilidade de divulgar as notícias antes dos demais; a proximidade, com o que faz parte da vida cotidiana do cidadão que receberá as notícias; a proeminência, com a notoriedade ou celebridade de organizações ou pessoas envolvidas nos fatos, e o conflito, com as questões voltadas para crimes, guerras, greves, etc. Já o impacto possui relação com a amplitude do efeito do acontecimento sobre as pessoas (quanto maior for, mais amplo será seu valor como notícia); a raridade, com algo que não é frequente e inesperado; a ação, com atividades, e o interesse humano, com o que envolve a emoção, o drama humano (DIEZHANDINO, 1994).

Arias (2006) também argumenta que não existe apenas um fator capaz de influenciar na escolha do que se tornará ou não notícia. Compartilhamos da mesma visão e acrescentamos que para uma imagem de um coprodutor ser selecionada, por exemplo, há uma combinação de fatores que deve ser analisada, inclusive, precisam ser levados em consideração os aspectos

éticos, a possibilidade de verificação da informação audiovisual (vídeo) ou visual (fotografia), etc.

É interessante ver como Benito (1971) se posiciona sobre a importância dos cidadãos na escolha do que se tornará notícia e sobre a “participação” das pessoas, tendo em vista que autor escreveu sobre isso há quatro décadas. Benito (1971, p. 255) diz que:

Es frecuente la constatación del peso del público sobre la información, habida cuenta de la urgencia con que las tareas colectivas van acrecentando el número de los ciudadanos participantes, en todas as actividades y en función del desarrollo, y especialmente como nuevas masas de lectores de periódicos que presionan sobre la prensa para verse reflejados en ella y no dirigidos (BENITO, 1971, p. 255).

O autor citado acima se refere aos jornais impressos e a vontade do público de se ver refletido nas páginas. É algo que vale, ainda hoje, e não apenas para os jornais, mas também para os outros veículos de comunicação, como, por exemplo, a televisão. É preciso haver uma aproximação para despertar o interesse. As pessoas precisam se identificar com as notícias, que precisam ser úteis, de várias formas, tanto como conhecimento, como ordenadoras do caos e como representação da realidade, quanto como meio de investigação e de descoberta de direitos que estavam esquecidos.

Rivadeneira Prada (1977) não leva em consideração o papel dos coprodutores na sua análise, porém afirma que há várias condições que influenciam no processo de seleção. O autor aponta três valores-notícia básicos: interesse, notoriedade pública e oportunidade, sendo que o interesse estaria ligado à atualidade e à proximidade. No entanto, essa proximidade de acordo com o Rivadeneira Prada (1977, p. 50) não é exatamente geográfica, mas é algo que tem a ver com os valores dos grupos ou dos indivíduos, ou seja, “me es más próximo un acontecimiento que me afecta más directamente”.

Para o referido autor não existe um “noticiômetro” para indicar o que será transformado em notícia. A escolha está relacionada com os critérios profissionais, com a influência das sensações e das percepções do jornalista e ainda com a visão objetiva dos fatos.

Já Carro (2005) faz uma observação que consideramos relevante por tratar dos critérios de noticiabilidade em uma perspectiva mais atual. Para a autora, “el periodismo no es un conjunto de técnicas que se aplican mecánicamente sino una praxis y una filosofía social. Los criterios de selección de la información periodística deben formularse para su estudio y reflexión con mayor responsabilidad y exigencia pública” (CARRO, 2005, p. 202).

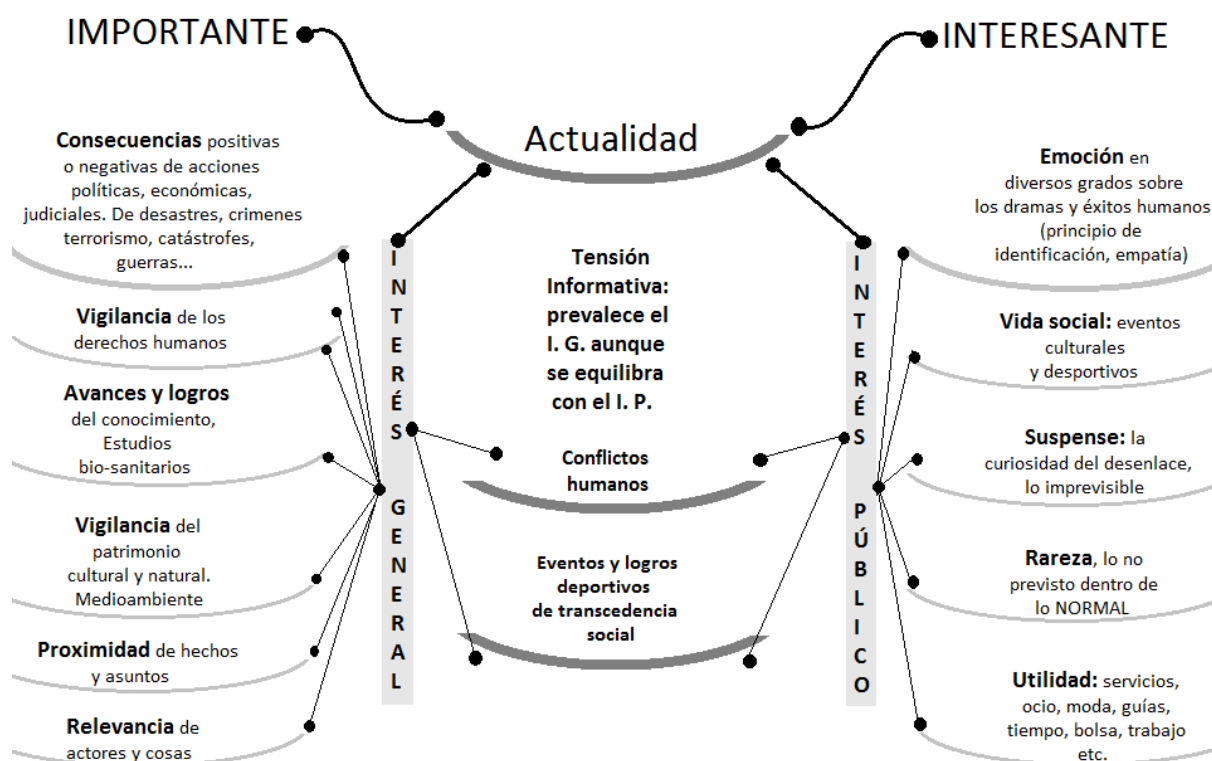


Figura 9 – Critérios de seleção de acordo com o interesse geral e público (Fonte: CARRO, 2005, p. 203)

A autora apresenta o seguinte modelo para os critérios de seleção, conforme pode ser observado na **Figura 9**. Carro (2005) também aborda as mudanças que ocorreram nos critérios de noticiabilidade ao afirmar que a partir da década de 1990 foi possível perceber que “los medios periodísticos de referencia han abierto sus agendas para la inclusión de temas fuera de los fabricados por las agendas políticas. Cómo suscitan el debate social y muestran los problemas sociales con mejores métodos y mayor responsabilidad” (CARRO, 2005, p. 203).

É importante ressaltar que essa é uma constatação feita com base na observação dos veículos de comunicação espanhóis, mas no Brasil também é possível perceber que há algumas transformações, como, por exemplo, uma busca maior pela aproximação do que é noticiado com a realidade vivenciada pelo público, em mostrar os problemas sociais dentro das comunidades, em tentar “traduzir” o impacto de decisões políticas e econômicas para os cidadãos. São, na realidade, estratégias comunicativas que estão em constante desenvolvimento.

Após analisarmos tudo o que foi dito até agora sobre os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia, constatamos algo que nos chamou a atenção. Embora seja possível enquadrar a seleção das imagens dos coprodutores em mais de um critério (novidade,

concorrência, disponibilidade, etc.), percebemos que nenhum dos autores citados acima, tratou desse tema de uma forma específica. Sequer o abordaram. Talvez pelo fato de não ter sido tão evidente antes como é agora.

Trabalhamos com a hipótese de que os jornalistas selecionam essas imagens com a intenção de criar *efeitos de participação do real representado*. É um *efeito*, pois é algo criado, produzido. A palavra da língua portuguesa *efeito* significa *efecto*, em espanhol, e tem a mesma origem em latim: *effectus*, derivada de *efficere*, que significa produzir um efeito (COROMINAS, 2006).

Na televisão, os jornalistas é que fazem a seleção das imagens enviadas pelos coprodutores, ou seja, eles executam um trabalho de mediação de uma “participação” que não ocorre de maneira direta. Criam, portanto, um *efeito de participação*.

Dentro da nossa hipótese, acreditamos que esses profissionais têm a intenção de tornar os cidadãos e os coprodutores, de uma maneira geral, mais próximos dos processos produtivos de elaboração das notícias e as pessoas que assistem aos telejornais, mais envolvidas com o que acompanham na televisão, atuando como testemunhas da *realidade representada*.

Como afirma Blázquez (2000), as imagens podem ser entendidas como uma representação figurada. O autor cita o exemplo de uma fotografia para explicar isso.

La fotografía de un caballo nos habla del caballo, pero no es realmente el caballo. La fotografía de un accidente de tráfico publicada en la primera página de un periódico nos habla del accidente, pero no es el accidente en sí mismo. El accidente se produjo de una manera viva y cruenta. La fotografía, in cambio, es sólo una representación incruenta y figurada del mismo (BLÁZQUEZ, 2000, p. 259).

O mesmo vale para as imagens em movimento. As informações audiovisuais captadas pelos coprodutores não são o real em si, mas uma representação dessa realidade, reconstruída pelos jornalistas para ser mostrada no formato de notícia.

Dentro da nossa hipótese, trabalhamos também com o surgimento de um novo valor-notícia, que está por trás do processo de escolha: o valor-notícia do *flagrante único de coprodução*. São cenas que são selecionadas, porque equipes de jornalismo das emissoras, agências de notícia ou assessorias de imprensa não estiveram presentes no local, não vivenciaram aquele instante único, que não pode ser recriado, refeito, a não ser por meio de recursos gráficos e simulações.

No entanto, esse critério não é empregado de forma isolada, vem acompanhado por outros, que podem se somar a ele, como, por exemplo: a concorrência, o impacto, a abrangência, a relevância das pessoas envolvidas, o conjunto de notícias do telejornal e etc.

A seleção depende do todo, do contexto, dos temas que estão previstos para serem apresentados em cada edição. Os editores-chefe sempre tomarão cuidado para evitar que um assunto domine todo o telejornal, a não ser que essa seja a proposta do programa ou que algum fato de grande relevância tenha ocorrido naquele dia.

Coutinho (2009b, p. 107) argumenta que

é preciso compreender que os noticiários televisivos apresentam a cada edição não uma janela que permita visualizar o mundo, mas constroem por meio de textos, sons e imagens o mundo por meio de sua janela particular, o que envolve desde as características intrínsecas ao meio, até diretrizes relativas à política editorial da emissora responsável pela produção/veiculação do telejornal (COUTINHO, 2009b, p. 107).

Trata-se de uma “janela particular” produzida não apenas por jornalistas, tendo em vista a inserção dos cidadãos nesse processo, que utilizam as lentes das câmeras para registrar o que veem e operam uma seleção, igualmente, particular, do que observam. Eles fazem escolhas e recortes da realidade. Entretanto, o que realizam, no nosso entendimento, não é notícia. É produção de informações, que servem de subsídios para o trabalho jornalístico.

Mesmo assim, quando os jornalistas optam por utilizar essas imagens coproduzidas, eles fazem uma escolha em cima de algo que já foi previamente selecionado. Realizam, portanto, uma *seleção de segunda ordem*.

Dentro do processo de seleção, Cebrián Herreros (2003) apresenta uma classificação sobre a valorização informativa das imagens, que leva em consideração vários aspectos, entre eles: a técnica empregada, a vinculação com os fatos e a tipologia dos personagens.

De acordo com a técnica empregada, as cenas inseridas dentro de um telejornal podem ser: em movimento de acontecimentos reais, fotografias fixas e infografias fixas ou animadas. As cenas feitas em movimento de fatos reais são consideradas “las de mayor valoración por captar las acciones, los movimientos, gestos en su continuidad y ser reflexo del acontecimiento” (CEBRIAN HERREROS, 2003, p. 321). Estão incluídas dentro desse critério as imagens de coprodução e também as captadas pelas equipes de reportagens, agências de notícia, assessorias de imprensa e etc.

Em relação a vinculação com os fatos, conforme Cebrián Herreros (2003), as imagens podem ser próprias ou específicas dos acontecimentos transmitidos ao vivo, próprias de

acontecimentos gravados, gravadas antes ou depois do fato que é narrado, provenientes de situações similares mas que não são exatamente dos acontecimentos, imagens simbólicas ou de contexto geral, fotografias dos acontecimentos, imagens de arquivo, provenientes do departamento de arte (infográficos, mapas e representações estatísticas - ilustrativas mas pouco relacionadas com os acontecimentos informados).

Nesta classificação, as cenas feitas pelos coprodutores se enquadrariam dentro das imagens dos acontecimentos gravados, pois “su validez y relevância siguen en pleno vigor tanto si se dan tal como se registraron o si se hace um montaje posterior; lo importante, en este caso, es la vinculación real y directa con el acontecimiento” (CEBRIÁN HERREROS, 2003, p. 321).

Também podem estar dentro da classificação de imagens gravadas antes ou depois do fato que é narrado. É quando o coprodutor registra, por exemplo, um avião que sobrevoa uma área residencial antes de cair, a reação das pessoas após um terremoto, o socorro às vítimas de um acidente e etc.

A última classificação apresentada por Cebrián Herreros (2003) é quanto a tipologia dos personagens que aparecem vinculados aos acontecimentos. As imagens são divididas em: cenas dos protagonistas, de testemunhas; de especialistas; do repórter no lugar dos acontecimentos; de correspondentes, fotos de personagens, pinturas, desenhos ou caricaturas de personagens e esculturas.

Os protagonistas são considerados o

grado máximo de la escala de imágenes de personalidades. Cuanto más próximas esté a los hechos mayor calidad informativa tendrán; en este caso siguen la escala de valorización anterior. Cuanto mayor sea su vinculación a los hechos como agente causante o como agente sufridor de los mismos mayor relevancia adquieren. La presencia del protagonista, además de ser parte substancial de los hechos, ofrece el valor humano de la información, la humanización de la noticia, así como los rasgos expresivos visuales de su cuerpo, especialmente del rostro y gestos, y el testimonio de su expresión oral con toda la carga emotiva que conlleva la vinculación con los hechos (CEBRIÁN HERREROS, 2003, p. 323).

Oliva e Sitjà (2007, p. 135) também acreditam que as pessoas têm um papel importante nas notícias: “Las personas que son protagonistas de las noticias tienen opiniones, emociones y sentimientos que nos pueden ayudar a contar la historia. Por eso es muy importante aprovechar al máximo las características e el poder de la voz de las personas”.

Há várias situações em que os coprodutores aparecem como protagonistas das notícias. É o caso dos policiais que gravam alguma operação, que depois é exibida como elemento principal de alguma notícia.

Existe também situações em que os coprodutores aparecem como testemunhas, contando o que viram, o que sentiram, o que perceberam. As testemunhas são vistas como um elemento importante pois “tienen el valor testifical de haber presenciado, aunque retirado, el hecho. Desempeñan un papel inferior, pero de gran importancia informativa” (CEBRIÁN HERREROS, 2003, p. 324).

A seguir vamos apresentar alguns estudos que foram realizados por outros autores no Brasil e no exterior, tendo como enfoque as rotinas produtivas e/ou a análise do uso de informações visuais ou audiovisuais feitas por coprodutores.

4.2 Os estudos sobre os critérios de noticiabilidade e sobre a coprodução no Brasil e no exterior

No Brasil, há vários pesquisadores que estudam os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia na mídia. Um exemplo é o trabalho desenvolvido por Limeira (2005), que teve como base a produção jornalística da *Rede Vida* desenvolvida nos programas *JCTV*, *Tribuna Independente* e *Este é o Meu Brasil*. A autora analisou os critérios de noticiabilidade e as interações sociais realizadas na produção e no conteúdo de jornalismo. A finalidade foi descobrir com base em qual concepção a emissora realiza jornalismo.

Vidal (2009) procurou estudar o que chamou de “notícia cidadã”, com assuntos de interesse público. Para isso, criou categorias e analisou as cem notícias mais lidas nos *sites* dos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo* e as cinquenta mais lidas nos jornais *Clarín*, *Corriere della Sera*, *El País*, *The Washington Post* e *Miami Herald*. Nesse trabalho, a autora abordou a perspectiva do papel da imprensa na construção da realidade e a responsabilidade dos jornalistas no desenvolvimento social e humano dos cidadãos.

Outra pesquisa que levou em consideração os critérios de noticiabilidade foi a realizada por Kneipp (2005). O estudo foi desenvolvido tendo como *corpus* de análise o dia primeiro de junho de 2000, onde o *SPTV Segunda Edição* (programa jornalístico da Rede Globo, em São Paulo) teve a edição do dia alterada e focada em um único fato: a ida do

governador de São Paulo, Mário Covas, para a Praça da República, para se encontrar com professores que estavam acampados desde o dia 12 de maio e em greve. O objetivo foi apurar quais foram os fatores e os critérios de decisão e hierárquicos tomados que levaram a mudança na rotina do telejornal.

Martins (2008) usou os valores-notícia para analisar o processo de produção do *Jornal da Alterosa Edição Regional*, produzido pela TV Alterosa, de Juiz de Fora, Minas Gerais. O trabalho foi feito com base no programa exibido em nove de abril de 2008, dia em que foi decretada a prisão do prefeito de Juiz de Fora durante a Operação Pasárgada da Polícia Federal.

Coutinho e Musse (2010) estudaram a série de reportagens “Desejos do Brasil” exibida, em 2006, no *Jornal Nacional* em 2006. As autoras analisaram a aplicação de critérios de noticiabilidade, discutiram alguns conceitos como identidade, hibridismo e pertencimento e também de que forma os jornalistas do telejornal procuram criar marcas de construção do povo brasileiro.

Já Amorim (2009) não levou em consideração as rotinas produtivas dos jornalistas no estudo que desenvolveu, mas pesquisou o papel do que chamou de “telespectador multimídia”, que “participa” do processo de produção de notícias, não apenas com o envio de imagens, mas também de fotografias e informações por correio eletrônico.

Blasques (2010) trouxe contribuições complementares a essa discussão, porém com outro viés, pois tratou do papel do jornalista como autor e mediador social das práticas colaborativas na internet.

Para a referida autora, o surgimento de ferramentas de cooperação e compartilhamento de informações na rede mundial de computadores são novos desafios impostos à prática jornalística. E nesse novo contexto, os jornalistas atuam como autores e mediadores sociais na internet.

Maciá Mercadé (2006) segue uma linha semelhante a de Blasques (2010) ao afirmar que “el periodista ejerce un servicio de interés público, condicionado. Es um **mediador social**. Un mediador que utiliza unos instrumentos que, casi siempre, son propiedad de otros” (MACIÁ MERCADÉ, 2006, p. 70).

Brasil e Migliorin (2010) adotaram outro ponto de vista ao abordar o crescimento e o estímulo do uso de imagens chamadas de “amadoras” pelos meios de comunicação. Os autores utilizam uma linha “biopolítica” para discutir o assunto, analisando as estratégias usadas pela mídia. A denominação dessa produção como sendo “amadora” seria, dentro do

ponto de vista de Brasil e Migliorin (2010, p. 91) um “modo de controle” e também uma forma de “manter a distinção entre eles, de modo a resguardar o discurso de autoridade”.

Lindemann (2008) investigou o perfil da notícia no que chamou de “webjornalismo participativo”. A autora utilizou a análise de conteúdo para pesquisar o perfil das notícias veiculadas e produzidas com o auxílio dos cidadãos e a mediação de jornalistas no portal Terra, na internet.

Amorim (2009) procurou compreender de que maneira os cidadãos “participam” dos noticiários televisivos e utilizou o olhar do Paradigma da Complexidade e a técnica da análise de conteúdo para desenvolver o estudo, que não foi focado em apenas um telejornal.

Bacin (2006) também pesquisou o uso das imagens denominadas “amadoras”, ao fazer um estudo sobre a construção de realidades no telejornalismo. O estudo de caráter exploratório teve como foco o *Jornal Nacional*, da Rede Globo, porém em uma perspectiva diferente da que abordamos, pois o autor procurou investigar se havia um fenômeno que apontava para a “participação colaborativa das fontes amadoras” (BACIN, 2006, p. 137).

Foram identificados 325 registros entre 2003 e 2006, sendo que Bacin (2006) trabalhou efetivamente com doze deles por considerá-los mais relevantes, tendo em vista o propósito do estudo, que não se restringiu apenas às cenas feitas por cidadãos, mas também às imagens captadas por circuitos internos de vídeo (câmeras de segurança). Além da coleta de imagens e textos, foi feita uma entrevista com o então diretor regional de Jornalismo da Rede Globo, do Rio de Janeiro, Renato Ribeiro.

Figuerola Pérez (2011) fez um estudo sobre a nova ordem informativa internacional e o novo jornalismo a partir da rede de diários “cidadãos”, existente na internet, no Chile. O autor utilizou a expressão “jornalismo cidadão” para se referir ao trabalho desempenhado pelos coprodutores.

Essas pesquisas citadas acima foram apenas algumas das muitas que foram visualizadas ao longo do desenvolvimento desta tese. Foram selecionadas por terem sido desenvolvidas como teses de doutorado, dissertações de mestrado ou como publicações em revistas científicas ou em congressos de representatividade dentro do campo do jornalismo e da comunicação.

De fato, a produção de estudos que envolvam a coprodução é algo que está aumentando, porém é infinitamente menor do que a realizada tendo como referência outras áreas do jornalismo.

4.3 Afinal, o que é e o que não é jornalismo?

Dentro desse cenário onde os coprodutores estão inseridos nos processos produtivos e alguns autores chegam a chamar o envolvimento dessas pessoas como “jornalismo cidadão”, é fundamental retomarmos uma questão chave: o que é ou não jornalismo?

Newton (2009) apresenta a seguinte definição do que considera ser jornalismo:

We can define tradicional journalism as the profession or practice of gathering information, compiling the information into a story, and disseminating the story as part of a package or alone via radio, print media, television or the internet. Tradicional journalism at its best is associated with the social responsibility of serving as the “fourth estate,” or a watchdog, check/balance on the judicial, legislative and executive branches of a democratic government. At its worst, traditional journalism is associated with careless and sensational exploitation of people and events for profit. As a guardian of the real, journalism has the responsibility to ferret out and disseminate a “reasonable truth,” the most accurate information (NEWTON, 2009, p. 72-73).

O jornalista é colocado em uma posição de “guardião do real”, de profissional que tem a missão de fornecer a informação mais apurada, checada e elaborada. Cebrián Herreros (2004, p. 207) destaca a importância da responsabilidade social desempenhada por quem exerce o ofício jornalístico, principalmente, na televisão.

El periodista no es un profesor, pero se convierte indirectamente en un educador social. De su actividad se deriva una construcción social de la realidad y, por tanto, tiene dentro de sus funciones una responsabilidad sobre la generación de la opinión pública. El periodista televisivo tiene mayor responsabilidad debido a que gran parte de la sociedad sólo sigue los hechos por televisión. Esta responsabilidad le obliga a ponderar los enfoques y los tratamientos y a tener en cuenta las posibles repercusiones e reacciones sociales que desencadena su trabajo (CEBRIÁN HERREROS, 2004, p. 207).

Benito (1978, p. 147) também aborda o trabalho jornalístico como profissão, como pode ser observado a seguir:

El oficio, hoy profesión, de dar noticias – de hacer partícipe a un público de un mensaje, de un saber relativo a cualquier campo de la realidad, mediante noticias de hechos o de comentarios de esos hechos -, es el propio de los periodistas: unos profesionales técnicamente especializados para informar de la realidad a los demás a través de cualquiera de los medios de comunicación

social, singularmente la prensa, la radio y la televisión (BENITO, 1978, p. 147).

Por mais que Benito (1978) tenha escrito essa definição em outro período histórico, sem sofrer as influências da tecnologia, da internet e das transformações sociais que acompanhamos, acreditamos que há elementos que cabem ser enfatizados. É evidente que o jornalismo vai além de apenas desempenhar a tarefa de informar as demais pessoas sobre a realidade que as cerca, mas percebam que o autor já falava em tornar os cidadãos participantes da “mensagem”. Certamente Benito (1978) não tinha ideia de quão partícipes as pessoas seriam, inclusive, interferindo nos processos produtivos por meio da coprodução.

Assim como Benito (1978), há outros autores que também estudam o trabalho jornalístico. Embora Traquina (2005) admita que é difícil definir o que jornalismo em um livro, em um capítulo ou em uma frase, o autor traz detalhes que consideramos fundamentais para a compreensão dessa profissão. Uma delas é o limite entre o que é realidade e o que é ficção. A transgressão dessa fronteira é considerada “um dos maiores pecados da profissão de jornalista, merece a violenta condenação da comunidade e quase o fim de qualquer promissora carreira de jornalista” (TRAQUINA, 2005, p. 20).

Compartilhamos o entendimento de que jornalismo não é ficção. Reside nesse fato, por exemplo, o perigo do uso de imagens captadas por coprodutores que sejam simulacros da realidade, manipuladas virtualmente, de fatos que não ocorreram. O quadro “Detetive Virtual”, do Fantástico, da Rede Globo (G1, 2011) foi criado, justamente, para desvendar na televisão se há manipulação nas imagens em movimento ou nas fotografias divulgadas na internet. É a prova de que há essa possibilidade. Com as facilidades de acesso a programas de computador cada vez aprimorados, as chances de se inserir pessoas, objetos, cenários e efeitos se tornaram maiores. Isso tem exigido mais atenção no momento de seleção das informações audiovisuais ou visuais provenientes dos coprodutores.

Nas cenas confirmadas como de ficção, os apresentadores do quadro procuram identificar e mostrar quem criou o efeito. Eles ouvem especialistas e tentam reproduzir novamente o recurso que foi visualizado. No nosso ponto de vista, os jornalistas não podem manipular imagens para forjar notícias, pois isso não é jornalismo, mas nada os impede de divulgá-las, desde que procurem explicitar o que está por trás delas por meio de um trabalho de apuração dos fatos, especialmente, se essas cenas já foram vistas por milhares de pessoas na internet e, até o momento, não havia sido explicada a origem das mesmas.

Quando falamos dos conceitos do que é ou não jornalismo, outra afirmação que consideramos de relevância é a de que :

O jornalismo pode ser explicado pela frase de que é a resposta à pergunta que muita gente se faz todos os dias – o que é que aconteceu/ está acontecendo no mundo?, no Timor? no meu país?, na minha “terra”? – o que aconteceu no julgamento de um ex-presidente de um clube desportivo desde ontem – quem ganhou o jogo? Ao longo dos séculos, as pessoas (muitas delas, pelo menos) têm desejado ser informadas sobre o que as rodeia, usando o jornalismo (ou uma forma pré-moderna do jornalismo) para se manterem em dia com os últimos acontecimentos, para os combinarem com um conhecimento dos tópicos que lhes permita participar de conversas pessoais e de grupo, talvez para se sentirem reassseguradas de que através de vários produtos do jornalismo não estão a perder algo, ou para serem fascinadas pelas alegrias ou tragédias da vida (TRAQUINA, 2005, p. 20).

Além disso, para Traquina (2005, p. 21), “os jornalistas vêem os acontecimentos como ‘estórias’ e as notícias são construídas como ‘estórias’, como narrativas, que não estão isoladas de ‘estórias’ e narrativas passadas”. Esta talvez seja uma das grandes diferenças entre as informações visuais ou audiovisuais registradas pelos coprodutores e as notícias jornalísticas. As informações visuais ou audiovisuais são uma visão específica sobre determinado ponto de vista (de quem captou a ação) e são desenvolvidas de forma a passar uma informação que pode ser visualizada.

Estão voltadas para o momento, o instante, sem a preocupação da apuração, da checagem dos fatos, da validação, da apresentação de diferentes pontos de vista e da contextualização, que fazem parte da notícia jornalística.

Kischinhevsky, Iorio e Vieira (2011, p. 25) dizem que

o jornalismo revela jogos e disputas de poder, desigualdades, faz denúncias e informa sobre os principais acontecimentos do país e do mundo, e os sentidos das notícias não só intervêm na vida, nos pensamentos e na cultura de todos os cidadãos, mas também em nossas relações com o outro e em nossas percepções da vida em suas diferentes dimensões. De fato, o Jornalismo contribuiu para a compreensão do mundo e, quanto mais democrática é a sociedade, mais informações e notícias existem. Por isso, implica um fazer e um saber específicos, o que demanda não apenas formação técnica para o exercício da profissão, mas também ética e humanista, em função de sua relevante função social (KISCHINHEVSKY; IORIO; VIEIRA, 2011, p. 25).

Recentemente, a Rede Globo disponibilizou na internet os “Princípios Editoriais das Organizações Globo” (ANEXO A), citados anteriormente. Entre os posicionamentos que as Organizações Globo defendem está a seguinte visão do que é jornalismo:

Jornalismo é o conjunto de atividades que, seguindo certas regras e princípios, produz um primeiro conhecimento sobre os fatos e pessoas.

Qualquer fato e qualquer pessoa: uma crise política grave, uma descoberta científica, um desastre ambiental, mas também a narrativa de um atropelamento numa esquina movimentada, o surgimento de um buraco na rua, a descrição de um assalto à loja da esquina, um casamento real na Europa, as novas regras para a declaração do Imposto de Renda ou mesmo a biografia das celebridades instantâneas. O jornalismo é aquela atividade que permite um primeiro conhecimento de todos esses fenômenos, os complexos e os simples, com um grau aceitável de fidedignidade e correção, levando-se em conta o momento e as circunstâncias em que ocorrem. É, portanto, uma forma de apreensão da realidade (ANEXO A).

É uma definição que não entra na discussão de “jornalismo como a busca pela verdade dos fatos”, mas que o compreende como “uma atividade que produz conhecimento. Um conhecimento que será constantemente aprofundado, primeiro pelo próprio jornalismo, em reportagens analíticas de maior fôlego, e, depois, pelas ciências sociais, em especial pela História” (ANEXO A).

O que a direção da Globo quis passar com esse conceito é que o jornalismo é um “primeiro conhecimento”, pois com o tempo os fatos vão se aprofundando e alguns acabam sendo investigados por historiadores. É evidente que isso não ocorre com todos os assuntos abordados pelos jornalistas.

Nos Princípios Editoriais, a empresa também se posiciona ao diferenciar o que é jornalismo do que é propaganda. “Um jornal de um partido político, não deixa de ser um jornal, mas não pratica jornalismo, não como aqui definido: noticia os fatos, analisa-os, opina, mas sempre por um prisma, sempre com um viés, o viés do partido. E sempre com um propósito: o de conquistar seguidores. Faz propaganda” (ANEXO A).

No nosso ponto de vista, o jornalista seleciona a realidade que será reconstruída a partir de vários fatores: da forma como observa o mundo, da sua bagagem de conhecimentos, da visão empresarial que representa, da maneira como consegue captar o que ocorre ao seu redor e não a partir de apenas um viés político-ideológico, do contrário também consideramos ser propaganda.

Compreendemos também que o jornalismo é bem mais do que uma atividade, faz parte de uma profissão, que não apenas “produz um primeiro conhecimento sobre os fatos e pessoas” (ANEXO A), mas possui uma função social maior, pois presta um serviço à sociedade, o serviço de informar, de noticiar os fatos, de ser também uma espécie de “fiscal” do trabalho feito pelos governantes, pelas empresas e organizações e por quem deveria servir ao público e não o faz.

Em um país como o Brasil, em processo de desenvolvimento, onde a corrupção é um dos maiores problemas, a função social exercida pelos jornalistas possui um papel relevante, que não pode ser colocado em segundo plano.

Os jornalistas são profissionais que tem responsabilidades éticas que são cruciais, como explica Aznar (2005, p. 59-60):

Los profesionales representan el sujeto cualificado encargado de la realización de los medios, una cualificación oportunamente avalada mediante la preparación y formación correspondientes. Son ellos quienes están especialmente obligados a conocer los aspectos valorativos y normativos de la actividad comunicativa, así como también a tender una especial sensibilidad acerca de los efectos derivados de su actividad, tal y como han podido ser acreditados ya a través de una larga experiencia histórica de actividad mediática y de estudios sobre ésta. De modo que si bien los destinatarios y aún los empresarios de la comunicación tienen su parte de responsabilidad, es evidente que quien ha estudiado, se ha preparado y ejerce como sujeto cualificado de la actividad comunicativa es el profesional de la comunicación. Es él quién debe conocer cosas como la historia de la importancia creciente de los medios en nuestras sociedades, los peligros de su uso propagandístico, los posibles efectos de la violencia en las pantallas, la influencia de determinados titulares o imágenes, lo que son la *agenda-setting* o el efecto Werther, y un largo etcétera más de cuestiones que forman parte de sus estudios. A partir de este conocimiento y de la especial sensibilidad que se les supone, los profesionales deben asumir la responsabilidad principal en la defensa de los valores de la comunicación social (AZNAR, 2005, p. 59-60).

Justamente por conta dos rigores éticos que envolvem a profissão que não concordamos com a afirmação de Kapuściński (2005), quando este diz que, hoje em dia, a responsabilidade jornalística já não é a mesma se comparada a que existia há cinquenta anos. O referido autor argumenta que agora o jornalismo é feito por muita gente e não há um autor em especial da notícia, um responsável que assine a informação e atribua a ela a sua responsabilidade pessoal.

Por mais que hoje vários profissionais participem dos processos produtivos, cada um deles possui uma função específica e todos são responsáveis pelo produto final, sendo possível verificar a origem de qualquer problema informativo ou técnico que comprometa o entendimento da notícia. Por ser um processo coletivo, a responsabilidade é partilhada, mas não deixa de existir e tampouco perde a sua força, no nosso entendimento.

Apesar de tratar essa divisão de responsabilidade de uma maneira que discordamos, Kapuściński (2005) apresenta outra questão que corrobora com a nossa visão do que representa o trabalho jornalístico.

para se ejercer este oficio consiste en ser capaz de funcionar en conjunto con los otros [...]. Un periodista no puede ubicarse por encima de aquellos con quienes va a trabajar: al contrario, debe ser un par, uno más, alguien como esos otros, para poder acercarse, comprender y luego expresar sus expectativas y esperanzas (KAPUŚCÍŃSKI, 2005, p. 16).

É uma profissão cujo resultado final é fruto de um trabalho coletivo. Dificilmente se pode realizar sem o apoio de outras pessoas, especialmente, na televisão, apesar de todo o avanço tecnológico e da existência da internet.

Existem também outras premissas básicas que fazem parte desse ofício. É difícil haver jornalismo sem liberdade de imprensa. Isso é fato. Como afirma Marques de Melo (2009, p. 57), “o direito de informar e de receber informação constitui o fermento da cidadania, o oxigênio que nutre a vida democrática, convertendo o jornalismo e a democracia em irmãos siameses”.

Blázquez (2000, p. 78) diz que a liberdade de informar deve ser aplicada com responsabilidade ética, ou seja, “es conveniente que sean los propios profesionales de la información los primeros interesados en proteger al público contra los errores voluntarios y toda suerte de manipulaciones en el trabajo informativo”.

Na conjuntura atual, os jornalistas enfrentam vários desafios para exercer o direito de informar. Nem nas ditas sociedades democráticas a liberdade de imprensa é respeitada pelos governantes, que fazem ameaças, mesmo veladas, aos jornalistas e aos veículos de comunicação que realizam oposição. Nas ditaduras ou em outros governos considerados totalitários, os constrangimentos à prática profissional são ainda mais evidentes.

Nos regimes onde a liberdade de imprensa é inexistente, a atuação profissional é fragilizada e, na maioria das vezes, o jornalista do país em questão acaba servindo, em vários momentos, por mais que não queira, como assessor de imprensa do governo, divulgando somente aquilo que lhe é permitido. Compartilhamos uma visão semelhante a de Traquina (2005, p. 23):

Tal como a democracia sem uma imprensa livre é impensável, o jornalismo num sistema totalitário, seja nas suas formas seculares, como, por exemplo, o fascismo, seja numa forma religiosa, como, por exemplo, o ex-regime dos Taleban no Afeganistão, é fácil de definir: o jornalismo seria propaganda a serviço do poder instalado (TRAQUINA, 2005, p. 23).

Os jornalistas que estão fora das fronteiras políticas desses sistemas também enfrentam restrições, pois há dificuldade para confirmar as informações que chegam. Esse

problema aconteceu durante a série de revoltas, conhecidas como “Primavera Árabe”, entre os anos de 2010, 2011 e 2012. Muitos coprodutores utilizaram os portais de compartilhamento de vídeos na internet (especialmente o *YouTube*) e as redes sociais (*Facebook* e *Twitter*²²) para divulgar imagens dos protestos e das repressões feitas pelos governos dos países do Oriente Médio e do Norte da África. Como a entrada de jornalistas estrangeiros não era permitida, era quase impossível confirmar a autenticidade das imagens, mas nem por isso os veículos de comunicação deixaram de mostrá-las.

Nesse capítulo, o que pretendemos discutir não é se os jornalistas agiram eticamente ou não na exibição dessas cenas, pois esse assunto retomaremos mais adiante, tendo em vista que algumas desses protestos foram veiculados no período da análise de conteúdo do *Jornal Nacional*. O que pretendemos abordar é o seguinte questionamento: esses coprodutores que realizaram os registros atuaram como jornalistas? Podem ser considerados jornalistas?

Defendemos que não. Esses coprodutores agem como mediadores entre os demais participantes dos protestos, os jornalistas e as pessoas que recebem as notícias. É evidente que a finalidade é tornar público o que está acontecendo em seus países, entretanto, a informação audiovisual carece ser checada e validada pelos jornalistas.

Kischinhevsky, Iorio e Vieira (2011, p. 23) compartilham da mesma visão e usam o exemplo da revolta que ocorreu no Egito, no Oriente Médio, para reforçar esse ponto de vista.

É claro que a participação das audiências em diferentes processos de produção de notícia, assim como suas apropriações das novas tecnologias de comunicação e informação, também pode resultar em transformações sociais importantes, servindo como instrumentos fundamentais de resistência, como pudemos observar recentemente no Egito. Sem dúvida, a possibilidade de intervenção de indivíduos e grupos sociais diversos na produção e circulação de informações promove rupturas nas rotinas jornalísticas e nos sentidos construídos sobre distintos acontecimentos, o que não significa, certamente, um esvaziamento do Jornalismo como prática social (KISCHINHEVSKY; IORIO; VIEIRA, 2011, p. 23).

Nos Princípios Editoriais das Organizações Globo (ANEXO A), há uma definição que pode ser empregada para ajudar a consolidar esse entendimento sobre a diferença entre o que é trabalho jornalístico e o que é produzido pelos coprodutores. “O trabalho jornalístico tem que ser feito buscando-se a isenção, correção e agilidade. Porque só tem valor a informação

²² O *Facebook* e o *Twitter* são sítios de relacionamento e compartilhamento de vídeos, fotos e mensagens, onde é possível divulgar instantaneamente qualquer informação. O *Facebook* pode ser acessado no endereço <<http://www.facebook.com.br>> e o *Twitter* no <<http://www.twitter.com>>.

jornalística que seja isenta, correta e prestada com rapidez, os seus três atributos de qualidade.”

A rapidez pode ser uma preocupação de quem registra um acontecimento, mas essa pessoa não tem a necessidade de ser isenta e correta nas informações audiovisuais que prestar. Cabe ao jornalista analisá-las, apurar o que ocorreu, confrontar os fatos e informações e elaborar a notícia, que será apresentada, unindo não só a informação audiovisual em si, mas um conjunto de elementos e dados provenientes de diferentes fontes.

Concordamos com Rheingold (2011) no que se refere a visão de que o jornalismo possui um papel fundamental na democracia ao informar aos cidadãos sobre o que ocorre ao seu redor, facilitando a expressão de opiniões e influenciando em vários campos, como o da política. Pensamos também que o crescimento rápido dos meios digitais criou novas formas de se fazer jornalismo, porém discordamos do ponto de vista de Rheingold (2011), quando o autor afirma que esses cidadãos que usam as câmeras dos celulares e de outras plataformas atuam como jornalistas. Como já afirmamos anteriormente, no nosso entendimento, os coprodutores não são nem repórteres, tão pouco jornalistas. São cidadãos diante de um fato, que pode ser de interesse jornalístico.

Sem dúvida, não podemos ignorar que houve uma grande mudança na forma como as pessoas se informam devido a influência dos meios digitais, como a internet, pois permitiu que os cidadãos compartilhassem o conhecimento, a opinião e a informação com as demais pessoas. Uma informação que pode ser considerada em estado bruto e é diferente da notícia jornalística, pelas razões já explicitadas.

Espiritusanto e Rodríguez (2011) são defensores do que chamam de “jornalismo cidadão”. Ambos dizem que

Internet es el medio perfecto para colaborar y compartir, la comunidad del software libre nos ha demostrado y Wikipedia también. Muchos han sido los que han dudado de la credibilidad y viabilidad de Wikipedia, pero en esta década se ha demostrado que el trabajo en colaboración de miles de personas funciona y se mantiene en el tiempo (ESPIRITOSANTO; RODRÍGUEZ, p. 5, 2011).

Mas o Wikipedia²³ não é um sítio de jornalismo. É um meio de informação colaborativo, sem dúvida, porém em um formato semelhante ao de uma enciclopédia

²³ É definida na própria página como uma grande enciclopédia, onde qualquer um pode editar. Pode ser acessada em: <<http://www.wikipedia.org>>.

ampliada e moderna, onde se pode encontrar de tudo e os cidadãos podem intervir, traduzir e editar informações.

Chillón (2010, p. 265-266) também aborda o termo “jornalismo cidadão” para se referir as pessoas que “participam” dos processos produtivos, da construção social da realidade.

El periodismo ciudadano, como reclamación de un nuevo periodismo que transforma radicalmente las estructuras de los medios de comunicación para hacerlas más democráticas y descentralizadas, comienza a tener cobertura teórica a partir a obra de Dan Gilmor: *We the media: Grassroots Journalism by the people, for the people*. Puede definirse tal fenómeno contemporáneo, en nuestra opinión, como la necesidad ciudadana de participar en la construcción de la realidad social, mediante la incorporación de las opiniones de los ciudadanos a las informaciones construidas profesionalmente o a través de la creación de espacios distintos y alternativos a las fórmulas tradicionales. Incorporación, creación o participación facilitada y exponencialmente incrementada por la aparición de las nuevas tecnologías de información y del periodismo electrónico (CHILLÓN, 2010, p. 265-266).

Figuerola Pérez (2011) argumenta que, atualmente, há muitos nomes atribuídos aos cidadãos digitais:

El usuario tradicional de la comunicación, el receptor, ha mutado en un nuevo individuo empoderado socialmente que opina, vota, se manifiesta públicamente. Para designar a este nuevo sujeto activo de la comunicación en el entorno digital, algunos autores prefieren el acrónimo "prosumer" (Toffler), mientras otros optan por la expresión "crossuser" (Gil y Romero), "ciudadano digital" (Cremades), "ciberciudadano" (Orihuela), "netizen" (Valbuena) para subrayar las dimensiones políticas y económicas implícita en la expresión. En nuestra opinión, todas ellas tienen una carga semántica distinta, pero buscan describir a un ciudadano ocupado de la *red* pública, al consumidor inteligente y al receptor que cruza la línea, para convertirse en generador de contenidos, diseminador de mensajes y activista virtual (FIGUEROA PÉREZ, 2011, p. 152).

O autor citado acima afirma ainda que a atividade desempenhada pelos cidadãos nos processos de produção também possui diferentes denominações.

El reporte realizado por los ciudadanos tiene tantos nombres como mentores. Se lo conoce como periodismo de base, periodismo participativo, periodismo ciudadano, periodismo cívico, periodismo conectado, periodismo de código abierto, periodismo comunitario, periodismo social, periodismo distribuido, periodismo hiperlocal o periodismo 3.0. [...] La expresión

Periodismo 3.0 fue acunada por el padre del periodismo ciudadano, el periodista estadounidense Dan Gilmor. Es la versión avanzada del periodismo digital o ciberperiodismo y se conoce también como periodismo ciudadano o participativo (FIGUEROA PÉREZ, 2011, p. 175-176).

Figuerola Pérez (2011, p. 185) prefere utilizar o termo “jornalismo cidadão” por entender que “tiene que ver con el relato de los hechos, pero sobre todo es acción social y política. Sus practicantes son activistas, habitantes de la aldea global movilizados con el propósito de mejorar sus vidas y la calidad de su sistema político y social”.

Não consideramos a expressão “jornalismo cidadão” como a mais adequada, pois na nossa concepção há uma divisão clara entre o que é o ofício jornalístico e o trabalho dos cidadãos que atuam dos processos produtivos. Nenhuma das outras expressões apontadas por Figuerola Pérez (2011) também nos parecem aplicáveis aos propósitos deste estudo.

No telejornalismo, o que os coprodutores desempenham é a tarefa de captação de informações visuais ou audiovisuais. Eles agem como auxiliares no processo de recolha de imagens, desempenhando, portanto, atividades de coprodução. O que fazem só se transformará em notícia após a atuação dos jornalistas.

O envolvimento dos cidadãos nos processos de produção é um fato inegável, porém não podemos classificar essa atividade como sendo jornalística, pois pode remeter a informação e a opinião e não à notícia contextualizada, checada, apurada, verificada e etc.

Não estamos dizendo que os coprodutores fazem um trabalho secundário qualquer. Eles possuem um papel importante e transformador. Também não podemos dizer que esses agentes da coprodução deixam de atuar na construção social da realidade.

Eles agem ativamente na estruturação dos mundos possíveis, mas não de uma maneira individual e sim coletiva. Scolari (2011, p. 131) afirma isso ao se referir ao papel dos coprodutores (de texto) na internet:

Basta terminar a emissão de um episódio de uma série televisiva, para poucos minutos depois, os *fóruns* da web entrem em estado de agitação. Os espectadores discutem o texto que acabaram de ver, analisam suas possíveis continuações e debatem sobre os personagens e a trama do episódio. (SCOLARI, p. 131, 2011).

Esses cidadãos também produzem vídeos e fotografias, que são debatidos na internet, visualizados por outras pessoas e, em alguns casos, legitimados pelos portais jornalísticos e telejornais. Depois disso, já no formato de notícias, voltam a alimentar discussões. É um ciclo do qual participam os coprodutores, os jornalistas e quem assiste as notícias. A informação

audiovisual é compreendida como uma informação que pode assumir a forma de áudio ou vídeo e necessita ser “lapidada”, ou seja, selecionada e contextualizada.

Alsina (2009, p. 233) enfatiza que

o caráter problemático, ambíguo e ambivalente de determinados acontecimentos precisa da intervenção de um saber especializado, para interpretar e re-contextualizar, o que em muitos dos casos pode gerar uma desigualdade, entre a construção social da realidade informativa dos meios e a enciclopédia dos destinatários. Por isso, somente nesse nível da mediação referencial e simbólica, pode-se se manifestar uma função de re-orientação da “construção social da realidade informativa” no tocante às outras construções sociais da realidade. Trata-se de uma espécie de sobredeterminação dos quadros cognitivos, que podem produzir alterações na imagem da realidade dos destinatários (ALSINA, 2009, p. 233).

As cenas feitas por coprodutores necessitam de explicações que, muitas vezes, vão além do fato em si. Os jornalistas têm um papel decisivo na recontextualização da reconstrução social do real sob vários aspectos: políticos, sociais, culturais, econômicos etc.

Na televisão, essa não é uma tarefa fácil, levando em consideração as rotinas profissionais e as limitações impostas pelo tempo destinado aos telejornais. Mas essas restrições não são desculpa para que o trabalho seja executado de forma incompleta, gerando dúvida em quem assiste. São limitações que apenas aumentam a responsabilidade do trabalho jornalístico.

Newton (2009, p. 78) apresenta três sugestões para os jornalistas enfrentarem as mudanças que estão em curso neste século:

First, we might figure out different ways of telling “the story”. That means drawing on brain research to get the attention of reader/viewer/user and to present information in forms that facilitate comprehension and recall. Second, we might expand the frame of journalism beyond the goal of objectivity to more often offer context for the “whole story” and the “meta-story,” the stories that professional journalists are best at discerning and communication. This means cultivating alternative narrative forms that make sophisticated use of multiple modalities for telling, showing, and teaching. Third, we need to “attend to the attended”. By that I mean we might draw on the best of perceptual researchers to ascertain how to get and hold the attention of readers/viewers/users. This process might mean embracing the move toward “participatory journalism,” a term coined by communication scholar Wayne Danielson (personal communication) during the early rise of amateur involvement in news production in the 1990s. Rather than feel threatened by citizen participation, journalism can benefit from inviting further participation, setting standards for amateur contributions, and fulfilling journalism’s destiny of a free press for a free people protected by - and responsible to - the First Amendment. I believe that applying these

guidelines will move journalism a long way toward competing more successfully with highly sophisticated persuasive and entertainment media - on our own terms, rather than theirs (NEWTON, 2009, p. 78).

Concordamos com a autora citada acima quando ela afirma que os jornalistas precisam apresentar as notícias de uma forma que facilite a compreensão, que eles precisam buscar novas formas de contar as histórias. O estímulo ao envolvimento dos cidadãos no processo jornalístico deve ser fomentado. Não é uma ameaça, mas sim uma oportunidade de crescimento para o jornalismo. É evidente que, como já havíamos dito, a responsabilidade dos jornalistas só aumenta, tendo em vista que a necessidade de checar as informações para transformá-las em notícias requer um cuidado maior, pois a origem dos registros não é jornalística.

No próximo capítulo, trataremos especificamente da análise das rotinas produtivas do *Jornal Nacional*. É uma etapa importante, de embasamento do estudo, para que se possa compreender como os jornalistas do telejornal lidam com os registros captados pelos coprodutores e reconstroem a *realidade representada* a partir deles.

5 O *Jornal Nacional* e as rotinas produtivas no telejornalismo

Na seara jornalística há uma infinidade de programas de televisão e telejornais passíveis de análise, porque fazem uso de cenas feitas por coprodutores, tanto na TV por assinatura quanto na TV aberta de abrangência local, estadual ou nacional. Por esse motivo, antes de optarmos pelo *Jornal Nacional* (JN), cogitamos realizar a pesquisa em quatro telejornais pernambucanos elaborados por jornalistas sediados no Recife, veiculados no período da noite e pertencentes a diferentes emissoras (TV Tribuna, Rede Globo Nordeste, TV Clube e TV Jornal).

Depois, chegamos a pensar em realizar o estudo tendo como referência os telejornais da *Globo News*, canal da Rede Globo de televisão por assinatura, cujo foco é o jornalismo durante toda a programação, vinte e quatro horas por dia.

Por fim, decidimos que o JN, da Rede Globo, seria o objeto que mais se enquadraria dentro dos propósitos deste trabalho, por várias razões:

- a) É um dos telejornais de abrangência nacional mais antigos em exibição ininterrupta da televisão Brasileira, tendo sido criado em primeiro de setembro de 1969;
- b) É o telejornal de maior audiência do Brasil, atingindo, no último estudo informado pelo IBOPE/ Média Workstation, em outubro de 2012 e divulgado pela emissora (DGC, 2012), dentro da categoria total de aparelhos ligados especial, 30 pontos de audiência e 56% de participação. Isso significa que de cada cem televisores ligados, no horário de exibição, cinquenta e seis estavam sintonizados no JN;
- c) Possui um formato consolidado, embora também esteja aberto a mudanças (no cenário, nos recursos gráficos, na adoção da naturalidade ao invés da coloquialidade tradicional na forma de apresentação e condução das notícias²⁴ etc);
- d) Tem utilizado em suas edições diárias, de segunda a sábado, imagens provenientes de coprodutores;
- e) É um telejornal constantemente analisado por pesquisadores do meio acadêmico, entre eles, por Bacin, (2006), Brittos e Bolaño (2005), Rezende (2000), Travancas (2007),

²⁴ Hoje, não basta que o texto no telejornalismo seja “coloquial”, ou seja, “acessível”, “de fácil compreensão” (PATERNOSTRO, 1999). O que o repórter ou apresentador fala precisa soar naturalmente como um tom de conversa, de diálogo com o telespectador. Coloquialidade e naturalidade não são sinônimos, mas a primeira complementa a segunda.

Coutinho (2009a), Coutinho e Musse (2010) e Mendes (2009), cujos estudos foram abordados ao longo deste trabalho. Também há livros divulgados, pela própria Rede Globo (BONNER, 2009; MELLO E SOUZA, 1984; MEMÓRIA GLOBO, 2004), com informações sobre os processos produtivos, o que é raro entre os veículos jornalísticos brasileiros;

- f) Apesar de ter sido muito estudado, até onde se tem conhecimento, não há pesquisas semelhantes publicadas com os mesmos objetivos desta tese.

A análise foi realizada tendo como referência o editor-chefe do *Jornal Nacional*, William Bonner; a editora executiva, Fátima Bernardes²⁵; o editor-chefe adjunto, Luiz Fernando Ávila; a chefe de produção de rede, Cristiana Sousa Cruz; os produtores Rogério Nery, Dagoberto Souto Maior e Ana Paula Brasil, e os editores de texto: Alexandre Mattoso, Fernando Castro, Flavio Orro, Isabella Guberman, Leopoldo Long, Ricardo Bereicôa, Ricardo Pereira e Vinicius Menezes.

Esses profissionais foram escolhidos porque, no período de observação das rotinas produtivas, participavam, diretamente, do processo de planejamento e decisão final de cada edição do telejornal.

Optamos por também utilizar como referência o editor de texto Charles Tricot, da Rede Globo Nordeste, no Recife, em Pernambuco, pelo mesmo trabalhar há doze anos com a oferta diária de notícias e imagens ao *Jornal Nacional*. Outro motivo que nos levou a escolhê-lo foi o fato dele também participar da escala de plantões do JN aos sábados, tendo, portanto, as duas experiências. Quando está em Pernambuco, atua na produção e edição de notícias e quando está no ambiente da redação do telejornal, no Rio de Janeiro, desempenha as funções de editor.

É evidente que Charles Tricot não é o único que realiza essa dupla atividade no país, porém é um dos jornalistas mais experientes no que se refere ao contato diário com a equipe do JN e na função de editor de texto do *Jornal Nacional*. Além disso, o seu papel dentro da pesquisa é importante pelo fato de já ter oferecido informações audiovisuais provenientes de coprodutores que foram exibidas no telejornal.

No telejornalismo, os editores têm a função importante de “decidir qué conocerá el público y, por lo tanto, qué se transformará en noticia, y en un acontecimiento” (PUENTE, 1999, p. 48). Dentro desse processo, os produtores também são profissionais de extrema

²⁵ Durante a aplicação do estudo, Fátima Bernardes ainda ocupava a função de editora executiva do JN. Ana Caban e os editores de texto Ângela Garambone, Chico Walcacer e Eric Hart que também integravam a equipe, porém não estavam no momento da observação participante, por conta de férias e envolvimento em outros projetos da Rede Globo.

importância, pois oferecem sugestões, trazem informações e acompanham e organizam as rotinas produtivas.

5.1 A escolha metodológica: da observação participante à análise de conteúdo

Uma vez definido o objeto de estudo e suas delimitações, partimos para a determinação de qual metodologia seria a mais adequada. Para isso, levamos em consideração as palavras de Lago e Benetti (2007, p.17), de que “é preciso ter sensibilidade para encontrar o método mais adequado àquela investigação em particular, respeitados os critérios que a ciência estabelece para validar o trabalho acadêmico”. Por ser uma pesquisa do campo do jornalismo, poderíamos utilizar metodologias científicas formatadas em outras disciplinas.

Inicialmente, optamos pelo uso da etnografia, em uma perspectiva um pouco diferente da aplicada por Casetti e Chio (1999, p. 219):

La principal preocupación de las etnografías no reside en facilitar un cuadro complejo de los modos en que se usa la televisión, ni tampoco en elaborar reglas generales, sino en examinar en detalle cómo se desarrolla cada acto de recepción, cómo evoluciona, cómo se caracteriza respecto a las diferentes situaciones sociales que lo albergan, etc. Al respecto, se puede decir que el método etnográfico implica el pasaje de un nivel de análisis macro-sociológico, que lee e interpreta el consumo televisivo en el contexto de fenómenos sociales más amplios (pensemos, por ejemplo, en las investigaciones sobre estilos de vida), a un nivel microsociológico, que estudia las manifestaciones específicas de la recepción (CASETTI; CHIO, 1999, p. 219).

A nossa perspectiva é um pouco diferente da abordagem etnográfica descrita por Casetti e Chio (1999), porque os autores procuraram descrever o método sob o ponto de vista dos estudos de consumo, de recepção e a nossa intenção sempre foi investigar as rotinas produtivas dos jornalistas. No entanto, é importante salientar que a essência é a mesma, ou seja, é a passagem da análise de um contexto macrosociológico para um contexto microsociológico. No nosso caso, o estudo vai do papel desempenhado pelos jornalistas na sociedade atual, passando pela aplicação dos critérios de seleção das informações audiovisuais dos coprodutores e pela forma como operam a reconstrução social da realidade

Um dos métodos muito utilizados nesse tipo de pesquisa, que envolve rotinas produtivas, é a técnica da observação participante (WOLF, 1997). A realização dessa observação nos foi permitida por meio do *Globo Universidade*, que funciona como uma organização dentro da Rede Globo, que, entre outras atividades, intermedia a relação entre a empresa e os pesquisadores do meio acadêmico. Recebemos autorização para acompanharmos as rotinas do *Jornal Nacional* durante os dias vinte e quatro e vinte e cinco de outubro de 2011.

Com a finalidade de enriquecermos os dados obtidos nesse trabalho, optamos ainda pelo uso de outras ferramentas qualitativas, entre elas, as entrevistas abertas e semiestruturadas (MOYA; RAIGADA, 2010), bem como pelo método de análise de conteúdo (HERSCOVITZ, 2007; BAUER; GASKELL, 2008), com resultados quantitativos e qualitativos (FONSECA JÚNIOR, 2005).

Fizemos essas escolhas pensando na importância da triangulação da coleta relatada por Jensen e Jankowski (1993):

El uso característico que hace la etnografía de múltiples fuentes de datos de este modo preserva contra los riesgos de la invalidez ecológica que siempre pertenece a cualquier método de investigación que confía en un único tipo de datos, planteando el peligro que resulte que los hallazgos dependan del método. El carácter múltiple de la etnografía, producida por diferentes técnicas (observación, entrevista, autoinforme,...) las cuales entonces, se pueden comparar sistemáticamente, constituyen una ventaja adicional del enfoque etnográfico (JENSEN; JANKOWSKI, 1993).

No que diz respeito à observação participante, conforme destacam Casetti e Chio (1999, p. 225), é necessário deixar claro que o êxito depende de outras variáveis, que vão além das limitações impostas pelo tempo:

[...] el éxito de la observación depende, en buena parte, de la habilidad del investigador. No se trata de atenerse a determinadas reglas, ni de aplicar esquemas definidos. Cada observación sigue su propio camino y la capacidad del investigador reside en adaptarse a las peculiaridades de cualquier situación. La recogida de datos se realiza mediante apuntes o, con más frecuencia, grabando las conversaciones o las interacciones estudiadas, además de contar con la memoria del observador (CASETTI; CHIO, 1999, p. 225).

Há algo que nos favoreceu na execução da observação participante, pois possuíamos familiarização com o ambiente estudado devido à convivência diária em redações televisivas

por quinze anos. Ao longo desse período, também convivemos de perto com profissionais (editores e produtores) ligados ao *Jornal Nacional* e chegamos, algumas vezes, a desempenhar funções na produção e edição de notícias para o JN, em uma emissora da Rede Globo, no Recife. Por esse motivo, não foi necessário um período de adaptação para compreensão da linguagem utilizada pelos jornalistas, nem para entender as lógicas de produção.

Por outro lado, foi preciso atenção e esforço para não naturalizar os processos produtivos e deixar de lado elementos importantes da observação, justamente por conta desse conhecimento prévio.

Em contrapartida, há outra vantagem relevante que cabe salientar. Como já foi exposto, há uma vasta bibliografia sobre o *Jornal Nacional*. Mendes (2009), por exemplo, utilizou o JN em seu estudo para pesquisar os sentidos de fala, usando a semiótica e a acepção saussuriana da análise do discurso. Já Brittos e Bolaño (2005) traçaram um panorama dos quarenta anos da Rede Globo tendo como enfoque a economia política da comunicação e nesse trabalho investigaram vários aspectos, entre eles, a história e o papel desempenhado pelo *Jornal Nacional* no telejornalismo brasileiro.

Além disso, antes de iniciarmos a observação participante já tínhamos lido diversas vezes o livro²⁶ feito pelo próprio editor-chefe do telejornal, William Bonner, no qual estão explicitadas as rotinas produtivas do JN. Isso permitiu que a observação fosse direcionada para analisar e confrontar os processos descritos e também para ir além do que foi relatado até então, especialmente, tendo em mente os objetivos desta tese.

Se o foco eram os critérios de noticiabilidade, a entrevista aberta com questões semi-estruturadas deveria ser feita com o editor-chefe, pois é o jornalista que tem a palavra final – dentro da redação – sobre o que vai ou não ser veiculado no telejornal. E foi exatamente isso que nós executamos com a finalidade de elucidar de que forma era realizada a escolha das informações audiovisuais dos coprodutores no JN e o processo de reconstrução do real.

Durante o processo de elaboração da tese, optamos por realizar também outra entrevista aberta com questões semi-estruturadas com o editor de texto, Charles Tricot, pois o mesmo já havia oferecido imagens de coprodutores ao JN e também por Tricot possuir doze anos de experiência na produção e edição do telejornal.

Esse tipo de entrevista possui algumas características, que foram levadas em consideração na sua implementação:

²⁶ Bonner (2009).

La entrevista abierta se aplica preferentemente a personas que pertenecen al grupo de *sujetos informados*, es decir a aquellos que poseen un conocimiento acerca del referente investigado. La inaplicabilidad de la observación por el investigador de determinados procesos o eventos, por ejemplo los pertenecientes al pasado o los reservados a unos pocos, hace relevantes las descripciones verbales o escritas de los sujetos que han tenido la oportunidad de vivirlos, cuando no de protagonizarlos, y que pueden, o han podido, transmitir memoria de los mismos. Sobre todo cuando la entrevista se refiere a *hechos* los *sujetos informados* son aquellos que han tenido una experiencia directa o que, se sabe, han podido servirse de testimonios fidedignos o acceso privilegiado a documentación original del hecho el que se pretende recabar datos. En los casos en que la entrevista sirve para indagar acerca de las opiniones del entrevistado, su condición de *informados* ofrece la posibilidad de conocer una explicación del referente más autenticada y fundamentada o de mayor alcance. Más *auténtica*, aunque sea parcial, si parte de las experiencias del sujeto, más *fundamentada* si se trata de los juicios y apreciaciones de un especialista o erudito en la materia, y de mayor alcance si las opiniones tienen la cualidad de ser representativas por el grado de su implantación o relevantes por el liderazgo o poder de quienes las defienden (MOYA; RAIGADA, 2010, p. 89-90).

O formato semi-estruturado também foi escolhido tendo em vista que permite a condução da entrevista com o auxílio de questões-chave que poderiam ser aplicadas, pois, de acordo com Moya e Raigada (2010, p. 95) “se trata de un cuestionario abierto, de respuesta libre y de preguntas no absolutamente predeterminadas, aunque con un guión preestablecido”. Além disso,

comparándola con la entrevista libre (no centrada y no directiva) y la entrevista en profundidad (centrada y, en general, no directiva), la entrevista semiestructurada es una entrevista *centrada y muy directiva*. La entrevista semiestructurada se centra de modo exclusivo en el fenómeno o problema a estudiar, en el objeto de la entrevista y no en el entrevistado (MOYA; RAIGADA, 2010, p. 95).

Chegamos a buscar junto a Globo Universidade a aplicação também de entrevistas fechadas (DUARTE, 2005) com os demais editores de texto e produtores. As perguntas foram enviadas, porém não houve retorno. Cogitamos também realizar um novo período de observação participante, entretanto, por fim, constatamos que tínhamos dados suficientes para a elaboração desta tese, que iam, inclusive, além das expectativas iniciais e eram suficientes para verificar a hipótese. A nova observação não interferiria nos resultados obtidos e as entrevistas acrescentariam, muito pouco, além do que já tínhamos em mãos para a elaboração do estudo.

5.1.1 A aplicação da observação participante

Neste capítulo, optamos por apresentar apenas os resultados da análise da observação participante, pois é preciso, primeiro, compreender a fundo as lógicas das rotinas produtivas do JN para depois, em um segundo momento, complementar o estudo com os dados obtidos por meio da análise de conteúdo. As entrevistas abertas semiestruturadas serviram de apoio ao longo desse processo.

Na aplicação da observação participante, procuramos focar a análise nas seguintes etapas de produção, que são essenciais para o desempenho das atividades jornalísticas diárias: recolha, seleção, edição e apresentação das notícias (WOLF, 1997) e coprodução, como um elemento novo e inserido dentro desses processos.

De acordo com Wolf (1997, p. 197), a fase de recolha sofre a influência da “necessidade de se ter um fluxo constante e seguro das notícias, de modo a conseguir-se sempre executar o produto exigido”.

Já a seleção, no telejornalismo, refere-se ao processo de triagem, de organização dos acontecimentos que podem ser transformados em notícia jornalística, ou seja, “o material recolhido pelos correspondentes, pelos enviados e pelos repórteres e que chegam por intermédio das agências, é reduzido a certo número de notícias destinadas à transmissão no noticiário ou à imprensa diária” (WOLF, 1997, p. 216).

A edição e a apresentação culminam com a recontextualização da realidade social em formato de notícia.

A fragmentação dos conteúdos e da imagem da realidade social situa-se, exactamente, entre esses dois movimentos: por um lado, a extracção dos acontecimentos do seu contexto; por outro lado, a reinserção dos acontecimentos noticiáveis no contexto constituído pela “confecção”, pelo formato do produto informativo (WOLF, 1997, p. 219).

A coprodução está atrelada, directamente, a duas fases de produção: recolha e seleção. Além disso, está voltada, de maneira indireta, a outra: de edição. As informações visuais ou audiovisuais são captadas por cidadãos e previamente seleccionadas e editadas, pelos mesmos, no momento em que optam por registrar determinado acontecimento e não outro. Eles também aplicam um enfoque e ponto de vista específico. Aos jornalistas televisivos cabe fazer a recolha de informações, a seleção final do que será transformado em notícia e a edição e a apresentação.

Os processos produtivos citados não são lineares, porque se entrecruzam ao longo de toda a rotina. A recolha pode ocorrer no momento de exibição do telejornal, por exemplo, com a chegada de um assunto de última hora. A seleção pode ser feita a todo instante: do planejamento à veiculação. Mesmo a notícia pronta para ser exibida em um telejornal, pode ser alterada e descartada.

Por um lado, se pensarmos que tudo pode mudar a qualquer momento, a ideia que vem à mente é de caos, de instabilidade, de que algo inesperado pode ocorrer. Contudo, em redações jornalísticas como a do JN, o que existe, de fato, é um ambiente marcado por rotinas.

É algo que já esperávamos encontrar, pois, como observa Traquina (2005, p. 31) “as organizações jornalísticas necessitam impor ordem no espaço e no tempo porque os acontecimentos noticiáveis podem muito bem emergir a qualquer hora e em qualquer lugar”.

No *Jornal Nacional*, o trabalho diário é organizado da seguinte forma: elaboração da pauta, reuniões (uma de pauta e outra de divisão de tarefas e planejamento da edição do dia), elaboração do espelho, edição e apresentação das notícias. A partir da análise e descrição desses elementos é que buscamos compreender de que forma são postas em prática as rotinas produtivas do JN e alguns aspectos da seleção das informações coproduzidas.

5.2 A definição da pauta: é a hora em que o telejornal começa a ser planejado

Há uma nomenclatura própria para se definir a estrutura e os formatos da notícia na televisão. No telejornalismo diário, o primeiro passo para se organizar as ideias e os assuntos que serão discutidos e trabalhados ao longo da edição do dia é a elaboração da pauta.

Lage (1993, p. 60) afirma que a pauta é a “agenda de eventos a serem cobertos pelo noticiário”, onde estão inseridos os seguintes itens: “indicação do assunto, a abordagem, fontes possíveis, equipamentos, deslocamentos e prazo de produção de reportagens”.

Paternostro (1999, p. 147) apresenta uma definição semelhante, porém com menor grau de detalhamento. Para a referida autora, a pauta é “a previsão dos assuntos de interesse jornalístico. É o roteiro dos temas que vão ser cobertos pela reportagem”.

A sua elaboração é uma tarefa que cabe aos produtores e aos chefes de redação, mas que também é discutida e definida, na redação, com o apoio dos editores-chefes e editores. As

equipes de reportagem participam desse processo por meio das sugestões de assuntos que observam nas ruas ou de informações que foram repassadas a eles pelas fontes.

Barbeiro (2005, p. 89) argumenta que no telejornalismo a pauta possui “uma importância maior que em outros veículos por suas peculiaridades. A atenção exigida aos detalhes necessários para a elaboração de uma reportagem na TV aumenta a importância do planejamento”.

O horário do telejornal não pode ser adiado se uma reportagem não chegar a tempo. Além disso, é preciso ter tempo hábil para fazer entrevistas, captar imagens, escrever e gravar o texto e depois estruturar, buscar informações complementares, selecionar o material feito pelos coprodutores (se houver) e apresentar a notícia.

Barbeiro (2005) diz ainda que o planejamento e a busca por reportagens não pode se limitar aos fatos do dia, ao imediatismo, pois é necessário “criar, contextualizar e avançar. O aprofundamento aguça a reflexão crítica” (BARBEIRO, 2005, p. 89).

No *Jornal Nacional*, a pauta é definida com a ajuda de uma estrutura que compreende cento e vinte e duas emissoras (G1, 2011), sendo cinco pertencentes à Rede Globo (Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Brasília e Recife). As demais são afiliadas coordenadas por outros grupos de comunicação, que retransmitem o sinal da Globo ao mesmo tempo em que ocupam horários pré-determinados com produção própria.

A rede de correspondentes em Tóquio, Lisboa, Nova Iorque, Roma, Argentina, Jerusalém, Londres e Washington²⁷ também participa diretamente do processo de definição dos temas que serão assunto no JN.

Quem faz a coordenação da pauta é uma equipe que não trabalha, exclusivamente, com o referido telejornal, mas que faz a intermediação entre os assuntos que são sugeridos por jornalistas de toda essa estrutura citada anteriormente e os principais telejornais da Rede Globo: *Bom Dia Brasil*, *Jornal Hoje*, *Jornal Nacional* e *Jornal da Globo*. Além disso, eles também realizam a produção de projetos, como o *JN no Ar*²⁸ e intermediam os pedidos que

²⁷ Esta era a estrutura de correspondentes da Rede Globo em outubro de 2011.

²⁸ Projeto especial do *Jornal Nacional* que surgiu na eleição presidencial de 2010 sob inspiração de outro projeto de eleições, a Caravana JN, do pleito de 2006. No *JN no Ar*, é utilizado um avião, equipado com todo o equipamento necessário para produzir e editar uma reportagem de televisão no mesmo dia em que é exibida. Em 2010, a equipe comandada pelo repórter Ernesto Paglia percorreu um município em cada estado brasileiro e também foi ao Distrito Federal. As cidades eram sorteadas um dia antes ao dia da viagem (PAGLIA, 2011). Após as eleições, o projeto foi consolidado, servindo como uma representação de rapidez de resposta, presença e mobilidade dos jornalistas do *Jornal Nacional*. A equipe do JN passou a definir os temas e não há mais repórter fixo. Uma das principais marcas do projeto é o anúncio do destino com um dia de antecedência com a presença do repórter, ao vivo, na frente do avião. No dia seguinte, a reportagem é exibida e o repórter volta a falar, ao vivo, na frente do avião. Se houver um novo destino, ele mesmo realiza a divulgação na hora.

são feitos ao jornalismo por equipes dos programas de produção da Rede Globo, como, por exemplo, o *Caldeirão do Huck* e o *Mais Você*. Os profissionais desse setor também encaminham as solicitações feitas por outros canais ligados a Globo, como o Canal Futura, da TV por assinatura.

Esse grupo, no período da observação participante era formado por quatro pessoas (pelos produtores Rogério Nery, Ana Paula Brasil e Dagoberto Souto Maior e pela chefe de produção, Cristiana Sousa Cruz). Havia também uma quinta integrante, proveniente da produção dos telejornais regionais do Rio de Janeiro. Michelle Dominguez estava, naquele momento, auxiliando na produção de rede em função do período de férias de uma pessoa da equipe.

O núcleo de produção trabalha em uma sala que possui uma decoração que diz muito sobre o serviço executado ali. Em uma das paredes há um mapa político e rodoviário do Brasil e em outra, um mapa com a localização de cada emissora que faz parte da estrutura da Rede Globo.

Esse espaço onde eles colocam em prática as atividades diárias é situado dentro da redação do Rio de Janeiro, onde estão jornalistas de outros telejornais e do portal G1. Fica exatamente ao lado da sala do editor-chefe do JN, William Bonner, e separado apenas por uma porta dos demais editores do *Jornal Nacional*.

Durante a observação participante, o primeiro a chegar, pela manhã, era o produtor Rogério Nery. A partir das sete da manhã, Nery conferia os e-mails, entrava em contato com os correspondentes e com outras emissoras. O ponto de partida da execução dessas tarefas era um relatório prévio, feito no dia anterior, onde estavam listadas as sugestões de reportagens propostas por jornalistas de todo país e do exterior e também as informações sobre temas já aprovados e em produção.

O produtor ainda ficava atento às novas ofertas e fazia solicitações. De acordo com Rogério Nery, na elaboração da pauta do JN, a ferramenta mais utilizada para comunicação, no dia a dia, é o e-mail, pois facilita a oferta e a discussão de assuntos entre a equipe de produção e as demais emissoras e escritórios internacionais (onde estão os correspondentes). A ligação telefônica também é usada quando necessário.

Rogério Nery informou ainda que desempenha outra função durante a manhã: o contato com William Bonner, via rádio ou celular. Conforme explicou durante a observação participante, “é algo feito quando as equipes estão na rua e é preciso definir se o editor-chefe quer ou não determinada reportagem para o JN”. É uma estratégia para garantir que a fase de recolha seja implementada de maneira planejada.

Isso indica que o editor-chefe do JN possui um papel decisivo e central desde o início, atuando, quando é necessário fazer mudanças no curso do telejornal, tanto na recolha, quanto na seleção, aplicando os critérios de noticiabilidade.

Durante a observação participante, percebemos que a movimentação de pessoas na sala de produção começou a aumentar com a proximidade do fim da manhã. Conforme foi relatado pelos jornalistas que trabalham no local, essa é uma rotina comum de segunda-feira a sexta-feira, quando a equipe está completa, pois aos sábados, o esquema de trabalho é de plantão, com número de profissionais reduzido e com integrantes de outras emissoras na edição do telejornal.

A produtora Ana Paula Brasil e a chefe de produção Cristiana Sousa Cruz chegaram por volta das dez da manhã, antes da primeira reunião do dia do *Jornal Nacional*.

5.3 A primeira de reunião do dia: o planejamento começa a ser socializado e discutido

A reunião de pauta ficou conhecida historicamente no JN como “reunião de caixa”. No livro *“Jornal Nacional: a notícia faz história”*, do Memória Globo (2004, p. 124), é contada a origem desse nome. Foi durante a gestão de Wianey Pinheiro no Centro de Produção de Notícias (CPN), na década de 1980, que “foram instituídas reuniões diárias com todos os editores do *Jornal Nacional* e com os representantes das praças (São Paulo, Brasília, Belo Horizonte, Recife e Porto Alegre)”.

Eram encontros de avaliação e de planejamento feitos após a veiculação do telejornal. Recebeu o apelido porque “em cima da mesa de reuniões havia um aparelho em formato de caixa, com microfones e um alto-falante, através dos quais os jornalistas se comunicavam” (MEMÓRIA GLOBO, 2004, p. 124).

Atualmente, a reunião após o JN não existe mais. A reunião de pauta é feita por volta das onze horas da manhã. Rogério Nery entrega aos participantes o relatório com as pautas aprovadas e para avaliação. No cabeçalho, estão informações sobre o número de blocos da edição e sobre o tempo previsto para o telejornal. O quadro de pessoas que integram esse encontro, de segunda-feira a sexta-feira, não é fixo. Em geral, é comandado por William

Bonner e tem a participação, presencial, de Rogério Nery, de um produtor da *Globo News* (canal de televisão por assinatura pertencente à Rede Globo, que exibe conteúdos jornalísticos durante toda a programação); de um produtor ou editor de esportes; da chefe de produção de rede, Cristiana Sousa Cruz; de um integrante da equipe de arte, e de um produtor ou chefe de redação do Rio de Janeiro.

A reunião acontece em uma sala com divisórias de vidro, que pode ser visualizada de toda a redação. Fica logo abaixo do mezanino onde é apresentado o *Jornal Nacional*. Nesse espaço há um aparelho de televisão. Com o auxílio desse monitor e de um sistema de captação e exibição de imagens é feita uma videoconferência, da qual participam, geralmente, jornalistas de Nova Iorque, São Paulo, Brasília e Belo Horizonte. Um a um, eles são chamados pelo editor-chefe e confirmam os assuntos que estão na pauta, atualizam as informações sobre as reportagens que estão em andamento e informam sobre eventuais mudanças que ocorreram desde o primeiro contato feito pela manhã, com Rogério Nery, até o momento da reunião.

Os assuntos propostos pelas demais emissoras e correspondentes internacionais, que não estão virtualmente presentes também são avaliados e nada impede que esse encontro seja interrompido por uma informação de última hora. Foi o que aconteceu no dia vinte e cinco de outubro de 2011. Uma produtora entrou na sala para relatar que o Núcleo de Rede da RBS TV Porto Alegre (afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul) havia acabado de ligar, sugerindo a reportagem sobre uma grávida que havia percorrido mais de quinhentos quilômetros para dar à luz a gêmeos e que ela e as crianças estavam em estado grave por conta da longa viagem. Perto da cidade onde a grávida morava, havia uma Unidade de Terapia Intensiva (UTI) Neonatal equipada e nova, porém sem funcionários.

A sugestão foi prontamente aceita. No momento em que o assunto foi oferecido ao JN, os editores não tinham informações se essa matéria possuiria cenas feitas por coprodutores. Nós perguntamos isso. De fato, não contou com esse tipo de informação audiovisual, porém isso não impediu que ganhasse destaque e abrisse a edição do dia. O que demonstrou que a coprodução é um elemento a mais no processo de recolha e de seleção, mas isso não se sobrepõe aos outros critérios de noticiabilidade.

As avaliações são feitas caso a caso e com as atenções voltadas para o equilíbrio dos assuntos no telejornal. Prova disso foi o que ocorreu com a reportagem prevista para ser feita com a repórter Sandra Passarinho, no Rio de Janeiro, com tema semelhante, de negligência no atendimento na área de saúde. Havia sido aprovada instantes antes da oferta da RBS TV, mas acabou se tornando nota coberta.

Os relatórios de pauta entregues nos dias da observação participante e discutidos nas reuniões da manhã não faziam referência aos coprodutores. Neles, estavam listados assuntos e, em alguns momentos, descrições de imagens (o que deveria ser mostrado e se havia cena de câmera “escondida” de origem investigativa ou exclusiva e etc).

O próprio Bonner foi quem determinou quais assuntos queria para as edições e de que forma as reportagens deveriam ser elaboradas (temáticas a serem destacadas, forma de condução, pontos de vista que não poderiam faltar, imagens que deveriam ser exibidas e etc).

Com base nessas informações, após o fim da reunião, Rogério Nery tratou de repassar para cada emissora, que teve assuntos aprovados, os detalhes sobre o encaminhamento das notícias a serem editadas.

5.4 As retrancas e o espelho: a edição do dia começa a tomar forma

Uma vez definida a lista de assuntos a ser trabalhada, é atribuído a cada item um nome para facilitar a identificação do material que será gravado e editado. No jargão jornalístico, esse nome é chamado de retranca. Geralmente são uma, duas, três palavras, no máximo. Por exemplo, um acidente com cinco mortos na BR-101, no Recife, com cenas de um coprodutor, poderia receber a retranca de “REC/Flagrante/BR-101. Se há outra colisão com feridos graves no Piauí a ser inserida no mesmo dia na pauta, pode ser chamada de “Colisão/Piauí”.

As retrancas no JN são definidas no momento da sugestão de pauta. No relatório organizado, de manhã, por Rogério Nery, antes da primeira reunião, cada assunto já possuía uma retranca específica. É como se fosse um título que resumisse, em poucas palavras, aquele assunto, pois bastava olhar para o conjunto de palavras, para saber do que se trata.

A organização das retrancas é fundamental para a elaboração de outra tarefa da rotina do telejornalismo: o espelho. Como o próprio nome diz é o reflexo daquilo que será apresentado no telejornal (PATERNOSTRO, 1999).

Rezende (2000, p. 146) atribui a seguinte definição ao espelho:

Apresentado de forma concisa, distribuído a todos os profissionais participantes da operação do programa, o espelho sintetiza a organização do telejornal em blocos, a ordem das matérias em cada bloco, bem como dos intervalos comerciais, das chamadas e do encerramento (REZENDE, 2000, p. 146).

Paternostro (1999) exprime um significado semelhante. Para a autora, o espelho

é a relação e a ordem de entrada das matérias no telejornal, sua divisão por blocos, a previsão dos comerciais, chamadas e encerramento [...]. É feito pelo editor-chefe, e todas as pessoas envolvidas na operação do programa recebem uma cópia do espelho. As matérias colocadas no espelho são identificadas por retrancas (PATERNOSTRO, 1999, p. 142).

No cotidiano das redações, outros editores também podem colaborar nesse processo e, até mesmo, organizar o espelho na ausência do editor-chefe, que assume a tarefa de fazer os ajustes posteriores. É o que acontece, eventualmente, no *Jornal Nacional*, como explica Bonner (2009):

Como a equipe do JN tem, hoje, integrantes muito experimentados, nós nos revezamos mais no comando da reunião de caixa, de manhã. O autor do espelho, portanto, além do próprio editor-chefe, poderá ser o editor-chefe adjunto, Luiz Fernando Ávila, o editor de Política Vinícius Menezes ou os editores de geral Ângela Garambone e Ricardo Pereira, Cristiana Sousa Cruz, coordenadora de produção, também integra o time, vez por outra. O fato é que, quando o calendário de férias permite que a equipe esteja completa, eu comando duas reuniões de caixa por semana (dias em que passo em torno de dez horas no ambiente da redação). Nos demais dias, embora acessível por rádio, e-mail ou celular a amanhã toda, posso chegar à Globo para reunião de espelho [que acontece às duas da tarde] (BONNER, 2009, p.113).

Nos dias em que acompanhamos o JN, foi o próprio William Bonner quem executou a tarefa de organizar o espelho e não outra pessoa da equipe. Esse trabalho é feito por meio de um programa de computador, onde as retrancas são inseridas na ordem em que serão exibidas. É um processo que não é definitivo, pois, uma vez elaborado, pode mudar inúmeras vezes, até mesmo, durante a veiculação do telejornal, tendo em vista que podem surgir novos assuntos que necessitam de atenção e um tempo maior.

Há também notícias que podem ser descartadas por uma série de fatores: a equipe de reportagem não encontrou a situação descrita pelos produtores na pauta, a dimensão do problema era diferente e menor do que se imaginava, o evento programado foi cancelado, a

fonte desistiu de falar ou cancelou o agendamento por causa de outro compromisso, o equipamento de gravação apresentou algum problema técnico e o flagrante não pôde ser gravado de maneira adequada, o sinal da transmissão ao vivo começou a falhar, o coprodutor não autorizou o uso da imagem feita por ele como havia prometido inicialmente, o tempo do telejornal foi excedido por algum imprevisto e foi preciso retirar algumas notícias e etc.

As mudanças vão desde a redistribuição dos assuntos ao longo do espelho até a alteração do nome da retransmissão ou a sua exclusão. Todas essas atividades fazem parte da rotina diária das redações. De acordo com Bonner (2009), no JN, os ajustes são feitos ao longo do dia, pois, no telejornalismo diário, o foco dos jornalistas para a elaboração das notícias que serão apresentadas está voltado para os temas factuais.

Basta surgir uma informação de grande repercussão (como, por exemplo, um atentado terrorista, o anúncio de um plano econômico, uma cena exclusiva e de repercussão de coprodução, a morte de um ex-presidente ou de um artista famoso, como Michael Jackson etc.) para o espelho sofrer uma grande transformação e novas retransmissões serem inseridas.

Bonner (2009, p. 82) define a montagem do espelho do *Jornal Nacional* como “uma tarefa imensamente trabalhosa e intensamente prazerosa”, pois se trata de “uma atividade que consome do autor todo o seu conhecimento do telejornalismo e que o obriga a refletir sobre todos os temas”.

No JN, é depois da primeira reunião da manhã que o espelho é elaborado. Conforme Bonner (2009, p. 83), o primeiro desafio na hora de organizar o espelho é definir “qual dos assuntos abrirá a edição”. Ele precisa distribuir os tempos, ver qual necessita de mais destaque, organizar de que maneira as notícias serão agrupadas e em qual ordem e também escolher o formato. Será uma nota? Uma reportagem? Uma participação ao vivo do repórter? É na sala que fica ao lado da equipe de produção de rede que o editor-chefe realiza esse trabalho. Uma tarefa, em geral, solitária, mas não demora muito para as decisões serem comunicadas ao restante do grupo.

5.5 É hora de distribuir as tarefas

O passo seguinte à construção do espelho é partilhar o que ficou definido. Isso é realizado, em outra reunião, que acontece a partir das duas e meia da tarde, chamada de “reunião

de espelho”. O editor-chefe ganha a companhia dos editores de texto, da editora executiva, do editor-chefe adjunto e da equipe de produção.

É nessa reunião que são definidos os assuntos e que são distribuídas as tarefas, pois quando ela termina, depois de muita discussão, polêmicas animadíssimas, a equipe está pronta para começar a telefonar para os colegas repórteres e editores das emissoras da Rede. São três e pouco da tarde. Agora o processo de edição vai começar para valer (BONNER, 2009, p. 115).

E de fato é o que acontece, como pudemos observar. Não foi mais o relatório de várias páginas que foi distribuído a cada um dos integrantes, mas o espelho, de apenas uma folha, com as retrancas e o tempo estimado para cada assunto. Um a um, os temas foram explicados, bem como o delineamento proposto. Dessa reunião, Rogério Nery, que citamos ter sido o primeiro a chegar à redação, não participa, pois já completou o horário de trabalho. Ele explicou que sempre deixa um relatório dos assuntos que estão pendentes e quem passa a integrar a equipe de produção é Dagoberto Souto Maior,

Das cinquenta retrancas listadas na pauta, no dia vinte e quatro de outubro de 2011, restaram dezessete no espelho (sem contar a escalada, as passagens de bloco e o encerramento²⁹). E das cinquenta e duas retrancas na pauta do dia vinte e cinco de outubro de 2011, ficaram vinte e quatro, no espelho (também sem contar a escalada, as passagens de bloco e o encerramento), o que demonstra o que já se previa, que a oferta é muito superior ao que realmente vai ao ar, pois no relatório inicial, estavam, em sua grande maioria, assuntos já aprovados. Os temas que tinham sido descartados antes, nem chegaram a ser inseridos no primeiro relatório de pauta da manhã.

É importante deixar claro também que nem todas as retrancas descartadas no espelho das edições observadas foram dispensadas. Elas foram reavaliadas e, dependendo do assunto, reinseridas nos relatórios de pauta do dia seguinte. Isso ocorreu porque nem todos os temas abordados nas reportagens eram factuais, mas de atualidade.

²⁹ A escalada é onde estão inseridos os assuntos que serão destaque na edição do telejornal. É composta por frases curtas e de impacto criadas com a finalidade de prender a atenção do início ao fim do telejornal (PATERNOSTRO, 1999). As passagens de bloco também são compostas por frases curtas e de impacto e são inseridas no fim de cada bloco (exceto no último) para destacar o que será mostrado a seguir. As passagens de bloco do JN possuem de um a dois assuntos e, algumas, são acompanhadas de imagens e de um título criado para chamar a atenção para o que é mostrado. O encerramento é o momento de despedida dos apresentadores. Cada elemento desses do espelho (escalada, passagens de bloco e encerramento) recebe uma retranca específica.

Qualquer produto jornalístico se apoia sobre duas pernas: a dos temas factuais (que aconteceram depois da última edição do jornal – e que têm necessidade urgente de publicação) e a dos temas ditos “de atualidade” (que não ocorreram apenas desde a última edição, mas têm ocorrido, estão ocorrendo, e que podem ser publicados hoje, como poderiam ter sido divulgados ontem, e não perderiam sentido se fossem exibidos amanhã ou depois porque são atuais, mas não urgentes) (BONNER, 2009, p. 19).

Franciscato (2001) diz que a atualidade jornalística não está restrita apenas a dimensão de tempo.

O sentido de atualidade dos fatos é obtido por meio de relações que o produtor e o receptor de notícias fazem (conforme seus processos interpretativos) com outros fatos ou com contextos que o produtor ou o receptor possuem enquanto estoques culturais/simbólicos e intersubjetivamente reelaboram como referenciais de sentido (FRANCISCATO, 2001, p. 276).

No jargão jornalístico, as reportagens de atualidade são denominadas de matérias de “*gaveta*”, porque podem ser “guardadas” pelo tempo que a equipe jornalística avaliar adequado. No JN, essa avaliação é feita por meio do contato entre os produtores de rede e os jornalistas das emissoras e os correspondentes e, depois, revalidada durante as reuniões.

Independentemente de serem selecionados assuntos de atualidade ou factuais, percebemos que as reuniões de espelho não foram exatamente espaços de debate, mas de apresentação dos temas escolhidos para as edições, de justificativa dos critérios de noticiabilidade empregados pelo editor-chefe, de explicação sobre qual era o encaminhamento a ser dado à matéria.

Entretanto, em um desses encontros chegou a ser feita referência às imagens captadas por coprodutores. Os editores citaram as cenas do ex-ditador da Líbia, Muammar Kadhafi sendo agredido, instantes antes da execução. As cenas já tinham sido exibidas em edições anteriores e foram abordadas apenas como um fato de impacto e forte já noticiado, como um *flagrante único de coprodução*.

5.6 Começa a edição: a reconstrução da realidade é posta em prática

Uma vez explicados os critérios de noticiabilidade e concluída a reunião de espelho, observamos, na redação do JN, de que forma as tarefas eram distribuídas entre os editores. A equipe responsável diretamente pela edição, presente nos dias em que acompanhamos as rotinas do JN, era formada por: Alexandre Mattoso, Fernando Castro, Flavio Orro, Isabella Guberman, Leopoldo Long, Ricardo Pereira e Vinicius Menezes³⁰.

Quando afirmamos que esses profissionais possuem um envolvimento mais direto na edição é por que eles têm a responsabilidade de entrar em contato com as equipes de reportagem no Brasil e no exterior, de verificar o material proveniente das agências de notícias, de ir para a ilha de edição e de serem os executores práticos da tarefa de reconstrução da realidade.

Os editores recontextualizam os acontecimentos (reconstroem a realidade) juntamente com os editores de imagens (que são profissionais que trabalham, exclusivamente, nas ilhas de edição, na tarefa de montagem operacional das notícias) e com os produtores, repórteres e correspondentes, pois é preciso organizar o que está fragmentado na forma de informações, imagens, entrevistas, participações do repórter no vídeo (passagens e encerramentos), informações visuais ou audiovisuais feitas pelos coprodutores e etc.

De acordo com Bandrés et al (2000), a edição é a etapa mais importante do processo jornalístico, pois dela dependerá o resultado final obtido, a finalização da notícia.

[...] a fase de edición es decisiva: en ella se articula el sistema visual (planos grabados con las cámaras), el sistema sonoro (sonido ambiente, música, *off*) y el sistema escrito-visual (rótulos, gráficos...). Podemos considerarla como la fase más importante en la fabricación de una historia audiovisual, ya que durante ella obtiene su forma definitiva (BANDRÉS et alli, 2000, p. 248).

As informações são estruturadas no formato de texto (unidas com imagens e sons) e acabam servindo como uma espécie de roteiro, que facilita a reconstrução do que estava fragmentado e a recontextualização no formato de notícia.

Acompanhamos o trabalho dos editores tanto na redação quanto nas ilhas de edição. Há um aspecto que nos chamou a atenção. Um dos editores de texto (no período observado foi

³⁰ Angela Garambone, Chico Walcacer e Eric Hart são também editores do JN, mas não estavam presentes. Cada um por um motivo: convite para edição de outro programa jornalístico da Rede Globo (*Globo Repórter*), atestado médico por doença e férias, respectivamente.

Ricardo Pereira) assumiu a responsabilidade pela edição da tarde do *Globo Notícia* (programa jornalístico com duração inferior a cinco minutos, exibido cerca de três horas antes do JN e cujo foco são apenas as notícias factuais). Os demais colegas o ajudaram nessa função, oferecendo assuntos e realizando a edição, propriamente dita, das notícias.

A edição do *Globo Notícia* não foi algo realizado excepcionalmente. Os editores informaram que isso faz parte da rotina diária deles. Ao mesmo tempo em que desempenham essa função, eles também cuidam da edição do *Jornal Nacional* sob a supervisão direta do editor-chefe adjunto, Luiz Fernando Ávila. O editor-chefe adjunto, nos dias observados, permaneceu a maior parte do tempo na redação.

Enquanto isso, o editor-chefe, William Bonner, permaneceu em sua sala, executando outras tarefas e cuidando também do telejornal. Luiz Fernando Ávila, os editores de texto e os produtores, por várias vezes, foram até ele para consultá-lo. William Bonner também saiu da sala para dar orientações e para pedir que determinadas coberturas fossem feitas ainda naquelas edições.

Existe uma particularidade na edição do JN por conta da divisão das funções por editorias. A editoria de geral, como o próprio nome diz, é a mais abrangente (cuida desde acidentes a mudanças nos planos de saúde, passando por problemas de transporte, crimes, etc). Depois há as mais específicas, como: política, economia, internacional e esportes.

Mas essa não é uma estrutura imutável, fixa. De acordo com os editores de texto, nada impede que um editor designado para trabalhar com assuntos econômicos faça, por exemplo, a edição de temas que não estão relacionados com a sua editoria, especialmente, se as notícias econômicas não estão em evidência naquele dia. Durante a observação, um editor de geral, por exemplo, era um dos encarregados pelos assuntos internacionais devido a demanda dessa área, no período, ter sido maior.

A então editora executiva Fátima Bernardes executou outras atribuições na edição. Ela elaborou e gravou as chamadas do telejornal e também apresentou o *Globo Notícia*. Fátima Bernardes ocupava uma mesa próxima a Luiz Fernando Ávila, na redação, junto aos demais editores de texto.

À medida que as reportagens do *Jornal Nacional* vão sendo editadas e ficam prontas, há um procedimento que é realizado no ambiente da redação, rotineiramente. Cada editor de texto traz as matérias pelas quais ficou responsável para que o editor-chefe adjunto, Luiz Fernando Ávila, as revise. Se estiver perto do “horário de fechamento”, ou seja, restando poucos minutos para a exibição do telejornal, o editor-chefe adjunto vai até as ilhas de

edição³¹ para fazer essa tarefa. Ele precisa sair do ambiente da redação e entrar em um corredor, dentro do mesmo prédio, para chegar a essas salas de edição.

Independentemente do local onde essa revisão seja feita, são sempre observadas as imagens, as informações contidas na notícia, o texto, as sonoras, entre outros elementos. Se houver alguma cena proveniente de coprodutor, é também verificada de acordo com o contexto em que foi inserida na reportagem.

É um procedimento que serve para ver se o processo de reconstrução da realidade ficou de acordo com o planejamento previsto ou não. Logo depois de assistir, na mesma hora, Ávila aprova, rejeita a reportagem ou pede alterações. A matéria pode ser ampliada ou reduzida. Os editores de texto ficam ao lado dele no momento da revisão e argumentam, caso não concordem com a avaliação ou com a mudança sugerida.

Foi isso o que presenciamos, no segundo dia da observação participante, dia vinte e quatro de outubro de 2011. O editor-chefe adjunto considerou que uma reportagem feita por um correspondente internacional, que possuía como temática soluções criativas para a falta de espaço nas cidades, poderia deixar de ser exibida no telejornal. O editor responsável pela edição, que estava ao lado, ressaltou a repercussão que assuntos curiosos têm depois na internet, pelo poder de atrair a atenção e o interesse das pessoas, ou seja, de mexer com a construção dos mundos possíveis como um processo coletivo (SCOLARI, 2011). O resultado foi que, alguns dias depois, fora do período de observação participante, a reportagem que não era factual acabou sendo exibida.

William Bonner e Fátima Bernardes também participaram desse processo de revisão, em alguns momentos. No entanto, quanto mais perto for das vinte horas e trinta minutos - horário de exibição do telejornal -, mais difícil será o envolvimento dos apresentadores nessa rotina.

³¹ Ilha de edição é o nome atribuído às salas de edição, onde há computadores específicos para executar a tarefa de união entre os *offs*, os sons, as imagens, as entrevistas e etc. É o ambiente de trabalho dos editores de imagem e também dos editores de texto, porém estes últimos não ficam o tempo todo nesses espaços, pois também atuam na redação, verificando informações e as transformando em notícia, no formato de texto (elaborando uma espécie de “roteiro da notícia”).

5.7 O resultado de todo trabalho vai ser enfim apresentado

A escalada do JN foi gravada, nos dias observados, cerca de quinze minutos antes do início do telejornal. Depois de revisada, Bonner e Fátima permaneceram no estúdio, aguardando o começo do *Jornal Nacional*.

Como a redação fica na parte de baixo e o estúdio em um mezanino logo acima, a comunicação entre Bonner e os editores de texto, muitas vezes, foi feita em voz alta antes e durante o JN (no intervalo comercial ou enquanto as matérias eram exibidas) com a intenção de comunicar mudanças ou fazer ajustes. Por meio dos computadores presentes no estúdio, Bonner também revisou cada página do telejornal, fez alterações e trocou mensagens com a equipe.

No dia a dia, o controle da ordem de exibição das notícias, de inserção dos créditos (nomes dos entrevistados, do repórter, do cinegrafista, da equipe de apoio, dos coprodutores e etc), das câmeras e dos recursos gráficos ao vivo é feito em outra sala, localizada a alguns metros da redação. Um jornalista do JN também fica nesse mesmo ambiente. Ricardo Pereira foi o editor de texto que permaneceu nesse espaço enquanto o telejornal era transmitido nos dias em que acompanhamos as rotinas produtivas. Lá, ele fez o monitoramento do telejornal, conferiu se as reportagens estavam armazenadas no computador (prontas para serem veiculadas e na ordem correta). Ricardo Pereira também trocou mensagens com outros editores que ainda estavam finalizando seus trabalhos durante a exibição do JN para saber como estava o processo, se seria concluído em tempo hábil.

Presenciamos também, logo depois da veiculação do telejornal, conversas informais feitas na redação entre William Bonner, Luiz Fernando Ávila e alguns editores de texto e produtores sobre assuntos que faltaram ser aprofundados naquelas edições e necessitavam de outras reportagens mais detalhadas. O planejamento para o JN do dia seguinte já começava a ser detalhado com um dia de antecedência.

A finalização da edição e apresentação das notícias representa para Chillón (2010) o processo final de reconstrução da realidade, ou seja,

la realidad estaba ahí, algunos retazos han sido captados por los medios y ahora se presentan informativamente. Lo que ha sucedido no es una degradación del primer nivel para convertirse en información, sino que ha tenido lugar el **proceso constructivo** por el cual el periodista ha colocado y ordenado los hechos periodísticos que constituían el nivel anterior de realidad fenoménica y ha vuelto a imprimir a ellos distintas condiciones

exigidas por el trabajo y las rutinas profesionales: les ha conferido un espacio, un tiempo, ha seleccionado algunos de esos brutos, otros se han obviado, ha recortado las declaraciones de los protagonistas... (CHILLÓN, 2010, p. 60).

As imagens dos coprodutores estão inseridas dentro desse “processo construtivo” e são seleccionadas, recortadas, estruturadas conforme o desejo dos jornalistas, as rotinas produtivas, as decisões editoriais, a visão do que possa interessar ao público, entre outros aspectos.

Após compreendermos de que forma funcionam as lógicas de produção do JN, é o momento de seguirmos adiante e partirmos para complementar o estudo, de uma maneira mais específica. A seguir apresentaremos de que forma os profissionais desse campo executaram essa tarefa de reconstrução da realidade com o auxílio das cenas de coprodução.

6 As lógicas de seleção, edição e apresentação: a análise de conteúdo do JN

Neste capítulo, as informações constatadas na observação participante são complementadas por meio da análise de conteúdo. Não se trata de um estudo esperado, mas de uma continuação. A pesquisa agora ganha contornos mais específicos, voltados para a investigação de como ocorre a reconstrução do real a partir das imagens dos coprodutores no JN. Aqui são apresentados e discutidos os resultados das sete semanas de gravação do *Jornal Nacional* e também das respostas obtidas nas entrevistas abertas semi-estruturadas feitas com o editor-chefe e com um dos editores, Charles Tricot. As informações da observação participante servem de embasamento para a análise.

A análise de conteúdo é aplicada de acordo com o método descrito por Herscovitz (2007), tendo em vista que havia necessidade, desde o princípio, de se estudar como aquelas imagens em vídeo feitas pelos coprodutores eram selecionadas e exibidas no JN. A utilização dessa metodologia trouxe inúmeras contribuições ao trabalho, pois permitiu visualizar como os critérios de noticiabilidade eram postos em prática nas edições do telejornal e ainda compreender a lógica de reconstrução social da realidade operada pelos jornalistas do JN.

O período escolhido como amostra foi de sete semanas – de dez de outubro de 2011 a vinte e seis de novembro de 2011, nas edições de segunda-feira a sábado, do JN. Foram analisadas vinte e uma horas, vinte e cinco minutos e trinta e seis segundos do telejornal, isso sem contar os intervalos comerciais. Embora esse método da análise de conteúdo possua, na sua origem, a herança positivista de Augusto Comte de “valorização das ciências exatas como paradigma de cientificidade e como referência do espírito humano em seu estágio mais elevado” (FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 281), há um bom tempo, vem sendo aplicado levando em consideração não apenas o formalismo estatístico, mas também aspectos qualitativos, pela possibilidade de se fazer inferências.

Conforme Igartua Perosanz (2006, p. 180-181),

el análisis de contenido es un método de investigación que permite explorar cualquier tipo de mensaje: las respuestas a una pregunta abierta, un cuestionario [...], los discursos de un grupo de políticos, textos literarios, etc. [...] En este contexto, se podría decir que el análisis de contenido es una técnica de investigación que permite descubrir el ADN de los mensajes mediáticos, dado que dicho análisis permite reconstruir su arquitectura,

conocer su estructura, sus componentes básicos y el funcionamiento de los mismos. De este modo, el análisis de contenido se puede utilizar para diseccionar cualquier producto de la comunicación mediática, para conocerlo por dentro, para saber cómo está hecho, para inferir y predecir su mecanismo de influencia (IGARTUA PEROSANZ, 2006, p. 180-181).

Como destaca Herscovitz (2007, p. 123), trata-se de um método que pode ser facilmente utilizado em estudos jornalísticos, cuja finalidade seja investigar os valores-notícia e as características de produção.

Amplamente empregada nos vários ramos das ciências sociais empíricas, a análise de conteúdo revela-se como um método de grande utilidade na pesquisa jornalística. Pode ser utilizada para detectar tendências e modelos na análise de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e agendamentos. Serve também para descrever e classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos, para avaliar características da produção de indivíduos, grupos e organizações, para identificar elementos típicos, exemplos representativos e discrepâncias e para comparar o conteúdo jornalístico de diferentes mídias em diferentes culturas (HERSCOVITZ, 2007, p. 123).

Aliado a tudo isso, também recorreremos, ao longo de toda a pesquisa, a revisão de literatura a respeito de assuntos relacionados a novas tecnologias, telejornalismo, rotinas produtivas, campo jornalístico, valores-notícia, construção da realidade, convergência e Teorias da Comunicação e do Jornalismo.

Levando em consideração apenas o tempo efetivo de produção, sem contabilizar os intervalos comerciais, a menor edição do JN registrada foi de dezenove minutos e vinte e um segundos no dia doze de outubro de 2011. A maior foi de trinta e seis minutos e quarenta e nove segundos no dia dezoito de novembro de 2011, sendo que em média, o telejornal teve em torno de trinta minutos de tempo de produção.

Além disso, constatamos que cada edição foi dividida, geralmente, entre quatro e cinco blocos. O bloco é o nome atribuído “as partes (segmentos) que dividem um telejornal ou um programa. Cada bloco, normalmente, fica entre dois intervalos comerciais” (PATERNOSTRO, 1999, p. 137).

Apenas no dia vinte e nove de outubro o JN chegou a ter seis blocos, sendo que a escalada foi exibida de maneira isolada, como um bloco a parte. É o que pode ser observado na **Tabela 1**, apresentada a seguir.

Tabela 1 – Número de blocos e tempo de produção dentro do período de análise

Edição do JN	Tempo de produção (minutos e segundos)	Número de blocos
10/10/2011	31:49	5
11/10/2011	29:40	4
12/10/2011	19:21	4
13/10/2011	33:35	5
14/10/2011	33:54	5
15/10/2011	31:41	4
17/10/2011	33:59	5
18/10/2011	31:53	4
19/10/2011	21:07	4
20/10/2011	34:41	5
21/10/2011	33:31	5
22/10/2011	28:53	5
24/10/2011	24:10	5
25/10/2011	31:18	4
26/10/2011	19:53	4
27/10/2011	30:07	5
28/10/2011	31:57	5
29/10/2011	32:26	6
31/10/2011	33:33	5
01/11/2011	32:42	5
02/11/2011	21:52	4
03/11/2011	30:09	4
04/11/2011	32:04	5
05/11/2011	35:12	5
07/11/2011	34:28	4
08/11/2011	32:53	5
09/11/2011	20:59	4
10/11/2011	34:35	5
11/11/2011	32:22	5
12/11/2011	34:24	5
14/11/2011	31:53	5
15/11/2011	32:52	5
16/11/2011	19:57	4
17/11/2011	34:02	5
18/11/2011	32:59	5
19/11/2011	36:49	5
21/11/2011	34:36	4
22/11/2011	33:30	4
23/11/2011	20:18	4
24/11/2011	32:04	5
25/11/2011	33:20	5
26/11/2011	31:00	5

As edições exibidas às quartas-feiras foram as de menor tempo de produção, tendo em vista que nesse dia eram apresentados jogos de futebol. O horário previsto de início das partidas, geralmente, provoca impacto, não só nos telejornais, mas em toda a programação da Rede Globo no período da noite, inclusive nas novelas.

É importante deixarmos claro que embora este seja um estudo sobre o JN, o *corpus* de análise não envolve todas as notícias veiculadas nesse período, mas somente as que identificamos como contendo imagens em movimento feitas por coprodutores. As demais não são objeto desse estudo.

Embora já estivéssemos observando o telejornal há mais tempo, optamos por essas datas, porque identificamos o uso de diversas cenas captadas por esses agentes e também por ter relação com o período de observação participante.

Para a aplicação do estudo, adotamos a classificação temática. De acordo com Herscovitz (2007, p. 134), é a codificação “mais comum em análise de conteúdo e em geral produz resultados positivos”.

O uso das imagens dos coprodutores foi analisado levando em consideração os seguintes aspectos: formato, notícia factual ou de atualidade (BONNER, 2009), origem do registro/visibilidade, destaque dado às cenas dos coprodutores e valores-notícia empregados. Optamos por esses temas com a finalidade de identificar o contexto em que essas cenas foram escolhidas e de que forma os jornalistas do *Jornal Nacional* procuraram reconstruir a realidade a partir delas.

Foi possível saber, por exemplo, qual o formato da notícia mais utilizado, qual o destaque atribuído as cenas dos coprodutores e se elas foram inseridas dentro de um contexto factual ou de atualidade. Nós analisamos também como os coprodutores foram identificados e de que forma foi dada visibilidade aos mesmos, ou seja, se eles foram mostrados ou apresentados, de alguma maneira, pela equipe de reportagem.

Além disso, um dos principais focos do estudo está na análise dos valores-notícia. Essa análise foi complementada com o auxílio das respostas obtidas por meio das entrevistas abertas semiestruturadas aplicadas ao editor-chefe do *Jornal Nacional*, William Bonner, e ao editor de texto, Charles Tricot. Também foram verificados os critérios de noticiabilidade relatados, recentemente, nos “Princípios Editoriais das Organizações Globo” (ANEXO A) e em Bonner (2009).

6.1 Identificando os coprodutores

Para identificarmos o que foi produzido por coprodutores, no *Jornal Nacional*, adotamos os seguintes critérios³²:

- a) Indicação textual feita pelo repórter ou apresentador de que aquelas imagens apresentadas não foram realizadas pelas equipes de reportagem da emissora, nem por agências de notícia ou por assessorias de imprensa, tendo sido retiradas da internet, com referência ou não de que a origem não pôde ser comprovada;
- b) Referência na forma de caracteres sobre a procedência da imagem, ou seja, informando que aquelas cenas foram feitas por “cinegráfista amador” ou que se tratam de “imagens da internet” ou “feitas por celular”;
- c) Referência de que as cenas mostradas foram feitas por pessoas das mais diferentes profissões: médicos, policiais, taxistas, enfermeiros, professores, assessores de políticos, donas de casa, motoristas, engenheiros, etc. Ou referência de que foram feitas por testemunhas de algum acontecimento.

Neste estudo optamos por não analisar informações visuais (fotografias), apenas informações audiovisuais (vídeos) feitas por coprodutores. Também não levamos em consideração as cenas captadas por câmeras de segurança instaladas em empresas, edifícios, casas, ônibus, carros, helicópteros, ruas e etc., por não ter a intervenção direta do cidadão no processo de produção. É um equipamento que está ali, que pode captar qualquer fato ou acontecimento. É um mecanismo de coprodução impessoal e indireto, mesmo que possa ter os ajustes de aproximação e enquadramento manipulados.

Embora as emissoras utilizem a expressão “cinegráfistas amadores” para se referir aos coprodutores, entendemos que essa não é a definição mais adequada, por isso também não a utilizamos neste estudo. Serve apenas como referência para identificação da procedência da imagem.

Em geral, essa expressão é posta em prática, no dia a dia, pelos jornalistas, para justificar a falta de qualidade técnica do registro (nitidez, enquadramento, foco e cor) e para indicar que a origem do processo é diferente da que os jornalistas estavam acostumados a trabalhar (imagens feitas pelas equipes de reportagem, agências de notícias ou assessorias de imprensa).

³² A indicação de apenas um desses critérios é considerada suficiente para caracterizar que se trata de imagem feita por coprodutor.

É evidente que, na atualidade, há pessoas que são chamadas de “cinégrafistas amadoras”, porém que seguem o caminho da profissionalização, formando associações para ganhar dinheiro com essa função, ou seja, tornando essa atividade um trabalho, uma fonte de renda.

Nossa preocupação nesse estudo não é em analisar se esses coprodutores obtiveram ou não lucro com a venda das cenas captadas, mas em abordar o crescimento dessa oferta de imagens e como isso vem interferindo nas rotinas produtivas dos jornalistas e na forma deles reconstruírem a realidade.

6.2 A análise das imagens feitas pelos coprodutores no JN

Antes mesmo de iniciarmos esta análise, tínhamos uma hipótese de que a maioria dos registros feitos pelos coprodutores seria veiculada, dentro do *Jornal Nacional*, basicamente em dois formatos: reportagem e nota ao vivo com imagens (SIQUEIRA, 2012). Essa hipótese foi construída a partir do acompanhamento diário das edições do JN, durante dois anos, implementado antes da realização da análise de conteúdo. E foi o que de fato constatamos dentro do período analisado. Identificamos nas sete semanas de gravações, dezesseis notícias contendo informações audiovisuais provenientes do processo de coprodução e nenhuma delas foi exibida em um formato diferente.

Houve um predomínio na quantidade de reportagens, totalizando onze ao todo. Foi mais que o dobro do que o número de notas ao vivo com imagens, que chegou a cinco. Verificamos também uma quantidade maior de notícias factuais (**Tabela 2**).

Tabela 2 – Formatos das notícias contendo imagens de coprodutores e a relação atualidade/factual

Formato das notícias	Atualidade	Factual	Quantidade/Formato
Reportagem	1	10	11
Nota ao vivo com imagens	0	5	5
Total	1	14	16

Apenas um assunto não foi apontado como factual, o que se justifica pela própria característica do telejornal, que tem nos principais fatos do dia o ponto de partida para a elaboração da pauta, das reportagens e da edição, como pudemos observar durante o período de acompanhamento das rotinas e também pelos relatos feitos pela equipe de jornalistas durante a observação participante.

Antes de seguirmos com outros detalhes da análise quantitativa e qualitativa desses dados e de explicarmos qual foi a única reportagem de atualidade, consideramos fundamental que se tenha um panorama geral de cada um dos registros feitos pelos coprodutores. É uma etapa importante para que se possa compreender como os jornalistas do *Jornal Nacional* operaram no sentido de reconstruir a realidade a partir dessas cenas ou as utilizaram apenas como uma ferramenta de apoio, um elemento secundário no processo de elaboração das notícias.

A seguir, vamos descrever uma a uma as notícias onde as imagens captadas por coprodutores foram inseridas. A ordem escolhida obedece ao seguinte critério: o formato de exibição das notícias.

6.2.1 Notas ao vivo com imagens: um formato resumido da notícia

As cenas feitas durante os protestos que ficaram conhecidos como “Primavera Árabe”, no Oriente Médio, tornaram-se destaque em termos da captação e veiculação de cenas realizadas por pessoas de fora do meio jornalístico. É que em alguns países dessa região, a presença dos jornalistas foi proibida e as fontes oficiais (no caso, os governantes) impuseram barreiras ao acesso e divulgação de informações.

Das cinco notas ao vivo com imagens (SIQUEIRA, 2012), três estão relacionadas com essa temática de manifestações e cenas de conflito captadas pelas lentes dos coprodutores em um país dessa região, a Síria. A primeira, exibida no dia dez de outubro de 2011, possui dezenove segundos de duração e é acompanhada pelo seguinte texto lido pelo apresentador Heraldo Pereira³³:

³³ Heraldo Pereira é um dos apresentadores que costuma substituir Bonner quando este está de folga, viajando a trabalho ou de férias. Há uma lista extensa de apresentadores que trabalham, eventualmente, no JN. Entre eles estão: Chico Pinheiro, Márcio Gomes, Ana Paula Araújo, Renata Vasconcellos, Carla Vilhena, Alexandre Garcia, William Waack, Cristiane Pelajo.

Segundo relatos, trinta e uma pessoas morreram no fim de semana, na repressão aos protestos anti-governo. Como há restrições ao trabalho dos jornalistas na Síria, não é possível confirmar a autenticidade das imagens. A ONU afirma que desde o início do ano o número mortos no país já passa de dois mil e novecentos.



Figura 10 – Uma das imagens dos protestos (Fonte: JN)

As quatro cenas selecionadas pelos editores do JN que foram inseridas enquanto era lido o texto citado acima mostram os protestos que ocorreram no país (**Figura 10**). A notícia foi construída exclusivamente com registros de coprodutores, ou seja, não foram inseridas imagens feitas por agências de notícias ou pelos repórteres cinematográficos da Rede Globo.

Outra notícia dentro desse formato que mostrou os conflitos no Oriente Médio sob o ponto de vista audiovisual apenas dos coprodutores foi exibida no dia três de novembro de 2011. O texto lido pela apresentadora e editora executiva Fátima Bernardes deixava claro a origem das imagens:

Imagens divulgadas pela internet mostram que tanques teriam bombardeado a cidade de Homs, onde ocorrem manifestações antigoverno. Mas não é possível confirmar a autenticidade das cenas. Ontem a liga árabe anunciou que o governo do presidente Bashar Al-Assad teria aceitado um acordo para pôr fim a mais de sete meses de violência.

O anonimato das imagens retiradas da internet é um dos grandes desafios da atualidade impostos aos jornalistas, pois exige um trabalho de apuração ainda mais aprofundado. É preciso validar não apenas as informações obtidas de diversas fontes, mas também as cenas que representam os fatos.

Blázquez (2000, p. 323-324) argumenta que a dificuldade em identificar quem fez as informações visuais e/ou audiovisuais é eticamente preocupante por três motivos:

En primer lugar, dificulta la identificación y eventual captura de los malhechores ciberespeciales. ¿Cómo protegernos contra los fisgones, ladrones, saboteadores, profesionales de la calumnia y toda suerte de difamaciones? En segundo lugar, es verdad que con el anonimato la gente maltratada pierde el miedo a hablar, a exponer sus legítimas quejas y a facilitar valiosas informaciones que no se revelarían en un contexto normal fuera de la Red. Pero igualmente sirve para actuar de forma indeseable y dañina. Es probable que personas, que a cara descubierta no se atravesarían jamás a delinquir, bajo el velo del anonimato se sientan arrastradas a hacerlo en Internet. La fascinación por lo prohibido o censurado por humanamente indeseable puede dispararse, sobre todo en los adolescentes y personas caracterialmente proclives a la delincuencia. Por último, el anonimato en Internet favorece el poder disponer de informaciones provenientes de muy diversas fuentes para elegir la que más nos convenga. Pero el manejo adecuado de tanta información resulta particularmente difícil, tanto por su volumen como por la incertidumbre de las fuentes informativas. Una misma persona puede aportar información bajo identidades personales múltiples y la misma identidad puede ser utilizada por muchas personas distintas. El anonimato en la Rede contribuye así a la falta de integridad de la información. Con el anonimato garantizado nos arriesgamos a que las informaciones que recibimos en la Rede sean objetivamente falsas sin posibilidad de poder detectar esa falsificación mediante el contraste previo de datos e identificación de las fuentes (BLÁZQUEZ, 2000, p. 323-324).

Como afirma Chillón (2010, p. 195), o jornalista “debe tener en cuenta las posibles repercusiones así como las consecuencias previsibles de sus acciones” e os profissionais desse campo que trabalho no JN incorreram em um risco muito grande dos bombardeios não terem sido captados na cidade de Homs e também de se tratarem de registros antigos.

Mesmo com o destaque no texto de que as cenas não tinham sido comprovadas, há uma implicação no uso que não pode ser ignorada. A credibilidade do telejornal pode ser afetada no momento em que é necessário fazer uma correção. Não constatamos isso no período analisado, entretanto, isso não quer dizer não tenha ocorrido ou que não possa acontecer no futuro.



Figura 11 – Três cenas captadas por coprodutores e reproduzidas pelo JN (Fonte: JN)

Nas cenas do bombardeio ao município de Homs, foram exibidos, ao todo, dezoito segundos de imagens (**Figura 11**). As cenas são tremidas e mal é possível visualizar algo. Notamos apenas a presença de fumaça, de uma parede atingida por bombas e um veículo ao fundo, que parece ser um tanque de guerra. Durante a observação participante, os editores de texto do JN relataram que para eles é comum enfrentar dificuldades com imagens provenientes da coprodução. São cenas que não seguem um padrão de captação, com oscilações no enquadramento, nível de definição mais baixo do que se for comparado com o de uma câmera profissional. Ao longo da análise, abordaremos com mais profundidade essa questão.



Figura 12 – Homens que se dizem soldados desertores gravam vídeo reproduzido no JN (Fonte: JN)

No dia dezesseis de novembro de 2011, foi exibida outra nota ao vivo com imagens. Desta vez, foi mostrada uma cena disponibilizada na internet de homens mascarados que diziam ser soldados desertores (**Figura 12**). O próprio William Bonner admitiu na apresentação do texto da notícia, que a cena não havia sido comprovada, ou seja, possuía como origem “relatos não oficiais”.

No entanto, talvez no intuito de compensar a falta de uma informação validada foram utilizadas, na composição da notícia, as imagens de uma manifestação transmitida pela

televisão estatal da Síria em apoio ao governo. Dessa forma, os dois lados – oficial e oposição – estariam contemplados.

Aznar (2005) chama essa dificuldade de apuração, que existe em alguns governos, de “síndrome de ocultação de informações” e argumenta que

Es evidente, pues, que tanto la información oficial como la facilitada por los medios constituye un factor fundamental para la correcta gestión y resolución de una situación de crisis. Lamentablemente, la respuesta de la clase política en ocasiones es tal que les lleva a anteponer su interés y su imagen al bienestar de la población afectada. No faltan así casos en los cuales los organismos públicos y sus responsables políticos reaccionan ante una situación de catástrofe bajo el *síndrome del ocultamiento de la información*, del que los entendidos tienen muy claro sus efectos perjudiciales (AZNAR, 2005, p. 83).

Na “Primavera Árabe”, a “síndrome da ocultação da informação” é algo muito comum, até hoje, especialmente na Síria. Embora os jornalistas do JN tenham afirmado que o vídeo anterior se tratava de um registro da internet, o mesmo não foi retirado por eles da rede mundial de computadores. Chegou através de uma agência de notícia, que o localizou e o difundiu para vários veículos de comunicação.

Esse é o caminho usual quando se trata de cenas de coprodução, de fora do Brasil, cuja origem inicial é a internet. Porém não é o único meio de obtenção, pois há exceções, tendo em vista que quando uma imagem é disponibilizada na rede, é passível de ser localizada por qualquer pessoa, sociabilizada e distribuída, inclusive, nas redes sociais

As outras duas notas ao vivo com imagens constatadas no período foram de assuntos nacionais. No dia 26 de outubro de 2011, na notícia sobre a prisão do presidente da Câmara de Vereadores de Guarapuava, no Paraná, a apresentadora Fátima Bernardes relatou, no texto, que as imagens exibidas não foram feitas pela equipe de reportagem: “Segundo o Ministério Público, o dinheiro que Admir Strechar, do PMDB, está contando, seria a conta exigida de um assessor, que gravou o vídeo. E mais três funcionários também seriam obrigados a pagar”.



Figura 13 – Cena feita pelo coprodutor que trabalhava no gabinete do político preso (Fonte: JN)

O nome do assessor não foi revelado e além dos onze segundos de cenas feitas por ele (**Figura 13**), também foram acrescentadas, pelos jornalistas do JN, imagens do político, que acabou preso por extorquir dinheiro dos funcionários do gabinete.

A outra imagem registrada, no Brasil, dentro desse formato de notícia foi apresentada, no telejornal, no dia dezoito de novembro de 2011. Ao contrário do exemplo anterior, desta vez o coprodutor não teve o cargo informado.



Figura 14 – Momento em que é inserida informação textual de que a imagem é de celular (Fonte: JN)

O registro captado identifica o flanelinha responsável por um acidente, que terminou com uma pessoa morta e outras quatro feridas (**Figura 14**). Testemunhas informaram à polícia que o suspeito havia bebido antes de manobrar um veículo com câmbio automático.

Não colocar em risco testemunhas faz parte dos aspectos éticos dos códigos deontológicos do jornalismo que envolvem a preservação do sigilo das fontes

(CHRISTOFOLETTI, 2008). Se levarmos em conta a captação de imagens pelos coprodutores, o sigilo das fontes está atrelado ao fato do jornalista não revelar detalhes que coloquem em risco de morte quem fez o registro, especialmente, nos casos ligados a alguma situação criminal ou de violência.

Por esse motivo, não é de se estranhar que a pessoa que fez a imagem do flanelinha não tenha sido apontada pelos jornalistas do JN. Nessa tarefa de construção da realidade (CORREA, 2005), no *Jornal Nacional*, além dos cinco segundos da cena feita pelo celular, foram utilizados outros doze segundos de imagens do local do acidente, realizadas pela equipe da Rede Globo, em caráter de complemento e contextualização dos fatos, dentro do processo de construção da notícia. A seguir abordaremos outro formato que envolveu o uso de coprodução: a reportagem.

6.2.2 Reportagem: um formato mais completo

Dentro do formato de reportagem (REZENDE, 2000; BARBEIRO, 2005; SIQUEIRA, 2012), constatamos diferentes usos do material de coprodução, que extrapolou a utilização apenas das imagens. Os editores do *Jornal Nacional* abriram espaço para se ouvir a voz dos coprodutores ou de testemunhas ou agentes envolvidos nos fatos. Isso aconteceu em sete das onze matérias analisadas.

No dia dezoito de outubro de 2011, a reportagem exibida sobre o flagrante de um caminhoneiro que dirigia embriagado e causou a morte de um motociclista conteve, além das cenas do coprodutor, a voz do motorista e também de uma testemunha. Em um primeiro trecho aparece apenas a imagem do caminhoneiro acompanhada do seguinte texto lido pelo repórter: “A irresponsabilidade bem a nossa frente. Sinais evidentes de embriaguez”. Logo em seguida é inserido o sobe som do motorista balbuciando “Uhhhhh”. Depois também é apresentado o diálogo, no qual uma testemunha pergunta: “Você é o motorista?” e o caminhoneiro, sem condições de responder aparece apenas balançando a cabeça em sinal afirmativo.

A reportagem teve ao todo dois minutos e vinte e cinco segundos, Desses, trinta e cinco segundos foram de cenas captadas por um coprodutor, que mostram o motorista, outra pessoa gravando a cena com celular e o local do acidente.



Figura 15 – Momento em que as imagens de coprodução são identificadas (Fonte: JN)

O repórter explica a origem do material de coprodução na seguinte frase: “O caminhoneiro filmado pelo celular de uma testemunha mal conseguia falar”. Também foi inserido o crédito de “cinegrafista amador” (**Figura 15**).

A utilização de todos esses elementos tem relação com o processo de reconstrução da realidade de uma maneira ordenada e lógica. Não basta inserir as cenas de coprodução de qualquer forma e sem uma estruturação das informações que permita compreender o que se passa. É o que ressalta Oliva e Sitjà (2007, p. 91):

Cuando alguien explica una cosa de una manera incompleta y desordenada cuesta de entender y de seguir. Lo mismo ocurre con las noticias de radio y de televisión escritas sin orden ni concierto. Cansan al auditorio porque son difíciles de comprender. Por lo tanto, cuando se empieza a escribir una noticia, hay que seguir un orden lógico (OLIVA; SITJÀ, 2007, p. 91).

No edição do *Jornal Nacional* do dia dez de novembro de 2011, esse processo de organização da notícia foi bem evidente. Uma testemunha de outro fato também atuou como coprodutor durante a prisão de traficantes e de policiais que faziam escolta para os bandidos, no Rio de Janeiro. As imagens de um homem que chegou antes dos cinegrafistas das emissoras de televisão foram mostradas com destaque em dois momentos da reportagem: no início e no final.

No começo, durante dezoito segundos é possível ver os policiais e os traficantes imobilizados, no chão. As cenas foram acompanhadas do seguinte texto lido pelo repórter Paulo Renato Soares: “Um cinegrafista amador registrou o momento das prisões. Os traficantes que tentavam fugir da comunidade foram apanhados no Bairro da Gávea, vizinho

da favela da Rocinha. Mas a surpresa foi descobrir que os criminosos estavam sendo escoltados por policiais”.



Figura 16 – Momento em que é possível escutar a voz de uma testemunha das prisões (Fonte: JN)

Depois foram inseridas imagens dos traficantes já presos, recursos gráficos, entrevistas, que não foram feitas pelo coprodutor. As imagens provenientes da coprodução só voltaram a ser mostradas na parte final, durante onze segundos e foram acompanhadas por um momento em que se pode ouvir, propositalmente, a voz das pessoas que viram, no local dos fatos, as prisões feitas pela Polícia Federal. No texto, o repórter diz: “A prisão de policiais pagos com o dinheiro do contribuinte, protegendo traficantes, mereceu uma palavra de quem viu a cena”. Logo depois, é possível escutar um homem falando: “Vergonha, vergonha” (**Figura 16**).

A união da imagem com o texto do repórter e da testemunha que presenciou a prisão foi o grande destaque dessa reportagem, pois traduziu, com perfeição, o sentimento de indignação e revolta de quem viu a cena. A matéria teve ao todo dois minutos e quarenta e dois segundos.

Na televisão, a união entre a imagem e o texto é de fundamental importância no processo de reconstrução da realidade. O provérbio que diz que “uma imagem vale mais do que mil palavras” é algo que consideramos um grande equívoco. A imagem tem peso, tem importância, mas sozinha não agrega o mesmo valor e impacto. O escritor e jornalista brasileiro Millôr Fernandes tinha uma resposta que consideramos genial para esse ditado. Se uma imagem vale mais do que mil palavras, então, “vai dizer isso com uma imagem”. De fato, não há como fazer isso.

Saramago (2002, p. 10) explica essa questão muito bem ao afirmar que “las imágenes necesitan muy a menudo de un texto explicativo. Aunque más no sea para hacernos reflexionar sobre el sentido mismo de algunas imágenes, de las cuales la televisión se nutre hasta el paroxismo”.

Para Cebrián Herreros (2004, p. 175), a linguagem verbal na televisão também possui muita importância.

La palabra se convierte en elemento preponderante en los discursos, debates y noticiarios, y no sólo en elemento secundario. La imagen potencia el ver, pero la palabra arraiga en el razonar. No debe incurrirse en el divorcio de ambos elementos. La televisión se define técnica y jurídicamente como un servicio de radiodifusión sonora y de imágenes; emplea dos sistemas de difusión con su correspondiente vinculación. Los relatos no son sólo de imágenes que en la inmensa mayoría serían incompresibles, sino también de palabras (CEBRIÁN HERREROS, 2004, p. 175).

Oliva e Sitjà (2007, p. 169) acrescentam outras discussões sobre a relação entre as imagens e as palavras, que se enquadram ao telejornalismo.

La imagen es fundamental pero insuficiente para dar toda la información. Puede mostrar lo que ocurre (dos aviones se empotran contra las torres gemelas), a quién el ocurre (miles de ciudadanos afectados), dónde (Manhattan, Nueva York), cómo (hemos visto cómo ha ocurrido el choque y el derrumbamiento en imágenes gracias a cámaras situadas en puntos y lugares estratégicos que, además, pueden ser apoyadas por el grafismo electrónico) y puede mostrar el cuándo (día, noche...); sin embargo, la imagen no puede explicar el porqué. ¿Por qué la gente se tira por las ventanas de las torres gemelas incendiadas?, el periodista lo cuenta en su off: “A setenta pisos del suelo... con el edificio en llamas, la desesperación es más fuerte que la razón”. Necesitamos la información verbal – ya sea de las declaraciones de los personajes o de la narración – para dar toda la información que el ciudadano necesita para entender la noticia. La potencia informativa de la imagen se puede aumentar con un buen texto que amplíe y refuerce la información. Las palabras aportan otra dimensión. Las imágenes apelan al mundo de las emociones [...] y las palabras al mundo de la razón (OLIVA; SITJÀ, 2007, p. 169).

O jornalismo televisivo é feito da união desses dois elementos. Prova disso é a próxima reportagem a ser analisada, exibida no dia vinte de outubro de 2011. Neste caso, o coprodutor não foi uma testemunha que por acaso estava no local, mas um agente participante do processo que gravou as imagens com a intenção clara de publicá-las. Trata-se do vídeo feito por integrantes do ETA – Euskadi Ta Azkatusuna – grupo ligado à atentados terroristas na Europa, especialmente, na Espanha e na França.



Figura 17 – Três integrantes do ETA que aparecem no vídeo exibido no JN (Fonte: JN)

As cenas do comunicado gravado pelos mesmos (**Figura 17**) foi entregue a dois jornais e depois difundidas pelo mundo. No *Jornal Nacional*, o registro foi contextualizado pelo repórter Pedro Bassan, que abordou o anúncio do fim das atividades armadas do ETA. A matéria incluiu ainda imagens de arquivo dos atentados, um recurso gráfico para localizar onde fica o País Basco pelo qual o grupo luta pela independência, cenas dessa região e do governo espanhol. O texto e o áudio ambiente tiveram uma função importante na reconstrução da realidade e na união todos esses elementos.

Ao todo, foram vinte e cinco segundos de imagens do comunicado do ETA inseridas ao longo de um minuto e trinta e seis segundos de matéria. Os jornalistas do JN puseram, ao final, o áudio ambiente isolado, sem ser acompanhado do texto do repórter, permitindo, dessa forma, que se escutasse a voz de um dos envolvidos no pronunciamento.

Foi usada uma técnica de edição semelhante na construção da reportagem de Carlos de Lannoy, exibida no dia vinte e um de outubro de 2011, sobre a morte do ex-ditador da Líbia, Muammar Kadhafi. Só que desta vez, ao invés do uso no final da matéria desse recurso de áudio captado juntamente com a imagem pelo coprodutor, a inserção ocorreu durante a apresentação da notícia.

É o que pode ser observado na descrição a seguir do texto de vinte e um segundos lido pelo repórter: “Um novo vídeo divulgado hoje mostra Kadhafi capturado pelos rebeldes, já com ferimento na cabeça. Com muito sangue no rosto, ele cai algumas várias vezes. Atordoadado, ele é espancado pelos rebeldes”. É possível ouvir o áudio dos gritos das pessoas presentes à cena. Em seguida, Carlos de Lannoy explica o que os envolvidos falavam: “Enquanto vários gritam ‘Deus é grande’, um deles pede que a vida de Kadhafi seja poupada”.

O áudio captado no lugar dos fatos é um elemento essencial de edição. Uma reportagem até pode ir ao ar sem o som ambiente, porém a sua ausência acarretará em falha, pois fará falta no mecanismo de reconstrução do real, levando em consideração que agrega valor à notícia. Isso ocorre porque “a la información televisiva le interesa especialmente la selección y valorización de los sonidos propios de los hechos” (CEBRIÁN HERREROS, 2003, p. 189).

Cebrián Herreros (2003, p. 190) chega a chamar esses sons de “protagonistas das notícias”, tamanha a importância que possuem.

El sonido propio de los hechos, sea de protagonistas y testigos que declaran algo, o sea del ambiente que envuelve las acciones, es un elemento integrante de la realidad. Por tanto, la información televisiva trata de captarlo como un componente más con su correspondiente valorización. Es un sonido que adquiere relevancia por ser parte protagonista de la noticia (CEBRIÁN HERREROS, 2003, p. 190).



Figura 18 – Cena do novo vídeo sobre a morte de Kadhafi (Fonte: JN)

Há outra questão que cabe ser destacada em relação a reportagem citada anteriormente (novo vídeo da morte de Kadhafi), que utilizou o áudio ambiente dos coprodutores. É possível perceber que a imagem mostrada acima veio por meio de uma agência de notícias, pois possui a marca da *GlobalPost* (**Figura 18**), uma empresa de origem americana que permite que qualquer cidadão envie vídeos ou fotografias, que depois são distribuídos e comercializados para outros veículos de comunicação.

É uma informação audiovisual que vem por meio de coprodutores espalhados pelo mundo. O sistema utilizado é semelhante ao do *Citizenside* (CITIZENSIDE, 2012) e quem

envia é visto como colaborador, não necessariamente recebe dinheiro para desempenhar essa função.

No mesmo dia da exibição dessa reportagem sobre Kadhafi (vinte e um de outubro de 2011), constatamos outra matéria com temática diferente, envolvendo material de coprodução em um caso de denúncia e prisão de um juiz. A imagem provavelmente foi captada por celular, mas não é possível afirmar, pois isso não foi informado oficialmente no texto, nem nos créditos.

A cena mostra o momento em que um promotor de justiça, um representante da corregedoria e um policial entram na sala do juiz e pedem de volta o dinheiro que havia sido entregue, como prova, pela pessoa que se dizia extorquida pelo magistrado.

É possível ouvir a voz dos envolvidos. Durante a prisão, o juiz diz “eu estou constrangido”. Uma das pessoas que fez a prisão fala: “Não, eu também estou constrangido”.

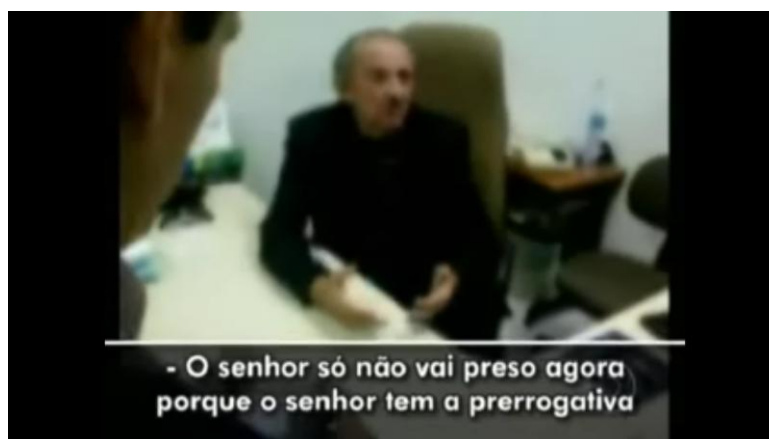


Figura 19 – Momento no qual parte do diálogo entre as testemunhas da prisão e o juiz é destacado (Fonte: JN)

Em seguida, aparece o policial verificando as cédulas de dinheiro que tinham sido marcadas para servir de prova e argumenta: “O senhor só não vai preso agora porque o senhor tem a prerrogativa do cargo. Mas nós vamos imediatamente à delegacia registrar a ocorrência e encaminhar ao tribunal” (**Figura 19**).

A reportagem sobre a prisão do juiz possui ao todo dois minutos e dezoito segundos, sendo vinte e oito exclusivamente de cenas de coprodução. As demais mostram a obra que foi motivo da tentativa de extorsão, o áudio da conversa em que o juiz faz o pedido de pagamento, cenas do fórum, entrevista com o presidente do Tribunal de Justiça do Piauí e da prefeita de Nossa Senhora de Nazaré, Lucienne Silva, que foi a pessoa extorquida.

É interessante perceber como a realidade foi reconstruída jornalisticamente (CORREA, 2005). Vários elementos foram reunidos para contextualizar os fatos. Cebrián Herreros (2003, p. 39) argumenta que

la mirada del periodista es profesional, formada para ver la realidad en su conjunto. Otea la realidad de manera global, en su complejidad y pluralismo por la integración de diversas miradas. Cuanto más se aleje de esa visión panorámica, más pierde en profesionalidad y se incrementa la parcialidad: mirada política, de denuncia interesada o de mera oposición (CEBRIÁN HERREROS, 2004, p. 39).

Difere muito do olhar dos cidadãos que “ve o se fija en aquello que más le interese por diversas circunstancias. Son miradas parciales” (CEBRIÁN HERREROS, 2004, p. 39). A denúncia contra o juiz agregou outros enfoques justamente para explicar a origem da extorsão, o que teria motivado a cobrança de propina.

O que chama a atenção em situações como essa é o que motivou a gravação: a produção de prova audiovisual do crime praticado. Essa comprovação acabou servindo de elemento diferencial na construção da reportagem. Apesar do fato das fontes nesse caso serem oficiais há uma questão que precede a veiculação nos meios de comunicação, porque a intenção primordial é ter a prova para que o processo siga pelos meios legais.

Vídeos como esse feitos por equipes internas desses órgãos só acabam cedidos aos jornalistas após a liberação de algum delegado, promotor ou outra autoridade relacionada com a situação apresentada. As assessorias de imprensa funcionam apenas como canais de mediação entre quem detém as imagens de coprodução e a imprensa.

Outra reportagem que teve como característica uma denúncia gravada por coprodutores foi exibida no dia oito de novembro de 2011. Foi sobre o suposto pagamento de propina ao governador do Distrito Federal, Agnelo Queiroz, que antes de assumir esse cargo foi diretor da Anvisa, Agência de Vigilância Ambiental do governo federal. Foram exibidos dois vídeos feitos por diferentes coprodutores. O primeiro é sobre o depoimento de um ex-funcionário de um laboratório farmacêutico que teria pago dinheiro à Agnelo Queiroz para que houvesse a liberação da empresa para participar de licitações do governo. A imagem foi acompanhada da seguinte descrição feita pela repórter Poliana Abritta:

Neste vídeo Daniel aparece dando um depoimento à presidente da Comissão de Ética da Câmara Distrital, deputada Celina Leão, do PSD. Ele diz que o depósito de cinco mil reais na conta de Agnelo Queiroz foi apenas parte de uma propina paga ao laboratório ao então diretor da Anvisa, hoje, governador do Distrito Federal.

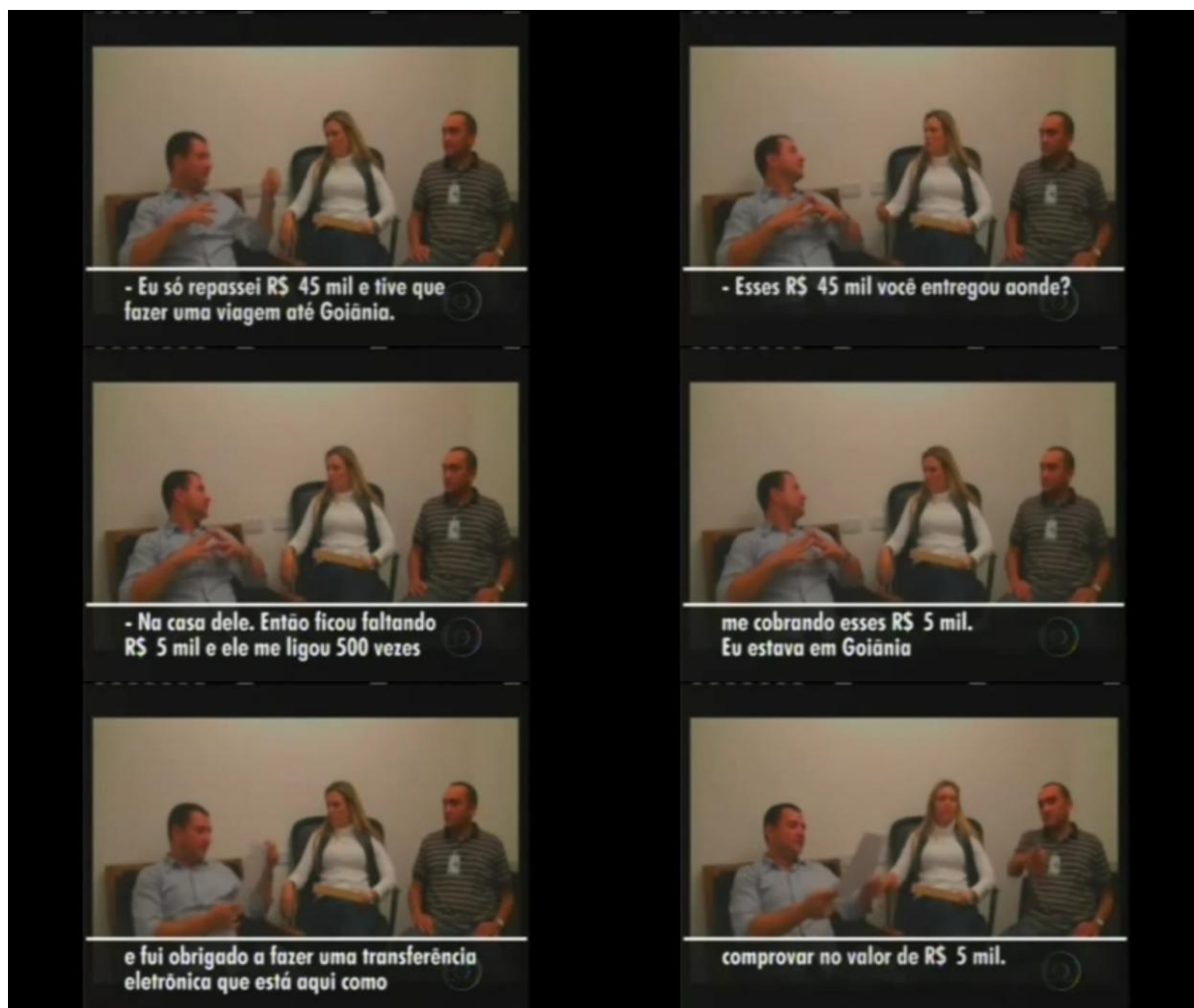


Figura 20 – Momentos em que os diálogos gravados pela Comissão de Ética são reproduzidos (Fonte: JN)

Logo em seguida, no mesmo vídeo, o diálogo entre a deputada e o ex-funcionário da empresa também é reproduzido e legendado pelos jornalistas do JN para facilitar a compreensão, tendo em vista que a qualidade de captação do áudio não foi boa (**Figura 20**).

Esse primeiro vídeo somando off e sobe som (SIQUEIRA, 2012) possui ao todo trinta e nove segundos. O segundo, é um pouco menor, pois tem treze segundos e foi divulgado pelo deputado Chico Vigilante, líder do PT na Câmara, que não especificou a origem.



Figura 21 – Trecho destacado do segundo depoimento do ex-funcionário do laboratório (Fonte: JN)

O ex-funcionário aparece olhando para a câmera, enquanto defende o governador, ao apresentar outra justificativa para a realização do depósito na conta bancária de Agnelo Queiroz: “É simplesmente um dinheiro que ele me emprestou. É um dinheiro que eu tinha que pagar ‘pra’ ele” (**Figura 21**).

Cabe destacar que o ex-funcionário sabia que estava sendo gravado nos dois vídeos. No primeiro, chega a mostrar um documento para a câmera. Em relação a esses vídeos de denúncia, o editor-chefe do JN disse durante a entrevista aberta semi-estruturada (MOYA; RAIGADA, 2010) que a oferta dessas imagens tem crescido e com isso a responsabilidade dos jornalistas na apuração também precisa ser maior. Antes, não havia uma preocupação tão grande em relação a isso, conforme Bonner explica:

[...] A oferta era menor, mas quando chegavam imagens de cinegrafista amador, em geral, eram imagens muito específicas, sobre situações específicas. Você tinha um acidente qualquer, a imprensa toda “tava” cobrando e alguém chegou antes da imprensa e pegou um momento, particularmente importante do desastre. A gente analisava a qualidade da imagem, enfim... Mas não havia muito o que comprovar em termos de autenticidade. Era um fato concreto. Você via ali um prédio pegando fogo. Era um prédio pegando fogo, então, não havia essa preocupação. O cuidado tem que ser muito grande. O rigor tem que ser muito, muito grande, porque com a popularização das câmeras nós passamos a receber ofertas, as vezes, também de outras coisas que não são apenas acidentes. Sei lá, uma denúncia de... Um suposta denúncia de corrupção [...]. Com relação a imagens, obviamente, eu não posso botar no ar nada cuja comprovação eu não tenho. Então, uma denúncia de corrupção, eu ligo uma câmera, uma conversa a dois, sem que eu consiga identificar os participantes claramente, eu não posso usar (APÊNDICE A).

William Bonner cita a gravação que foi feita da prisão do juiz do Piauí, que detalhamos anteriormente, como um caso que permitiu a identificação clara do pessoa citada

na cena. O editor-chefe do JN justifica a exibição da imagem do coprodutor com o seguinte argumento:

A filmagem foi feita, embora com uma câmera dessas bem miúdas, foi feita pela própria polícia numa investigação de corrupção contra um juiz do Piauí numa situação em que “tô” seguro. A polícia filmou, aquele é o juiz identificável claramente na imagem. O que ele diz não tem o menor corte, você vê aquilo claramente, então, esse tipo de situação permite a publicação sem menores problemas (APÊNDICE A).

O que pudemos analisar durante o período de observação das rotinas dentro da redação do JN foi a atenção com que os jornalistas envolvidos no processo de produção tem nesse trabalho de busca pela informação e de construção da notícia. A definição do que será exibido e de como isso será mostrado começa após a oferta da pauta.

É um processo contínuo, que só termina ao final de cada edição. Mesmo depois que a reportagem é aprovada, realizada e editada, passa pela avaliação final do editor executivo, que as assiste antes de serem exibidas ao público. Assuntos que exigem um rigor maior, como casos de denúncia, passam por uma análise mais detalhada ao longo do processo de edição.

Dentro do período de análise do uso das imagens feitas pelos coprodutores no JN, outra reportagem com características semelhantes (com cenas captadas por policiais) foi exibida no dia oito de novembro de 2011 sobre a desocupação da reitoria da USP, a Universidade de São Paulo.

Um grupo de estudantes estava no local há uma semana e setenta e dois acabaram presos pela polícia. O repórter José Roberto Burnier explicou no texto que algumas cenas exibidas ali não foram feitas pela equipe da Rede Globo: “Os próprios policiais registraram a ação. Com a energia elétrica cortada, quase não se vê nada”.



Figura 22 – Momento em que os policiais registram a entrada na reitoria da USP (Fonte: JN)

As imagens dos policiais coprodutores mostram o momento em que eles entram no prédio (**Figura 22**), a rendição dos estudantes e as bombas incendiárias que a polícia disse ter encontrado no local.

A reportagem possui ao todo quatro minutos e cinquenta e oito segundos, sendo que as cenas de coprodução somam, ao todo, trinta segundos. Foi utilizado o áudio dos coprodutores na construção da notícia.

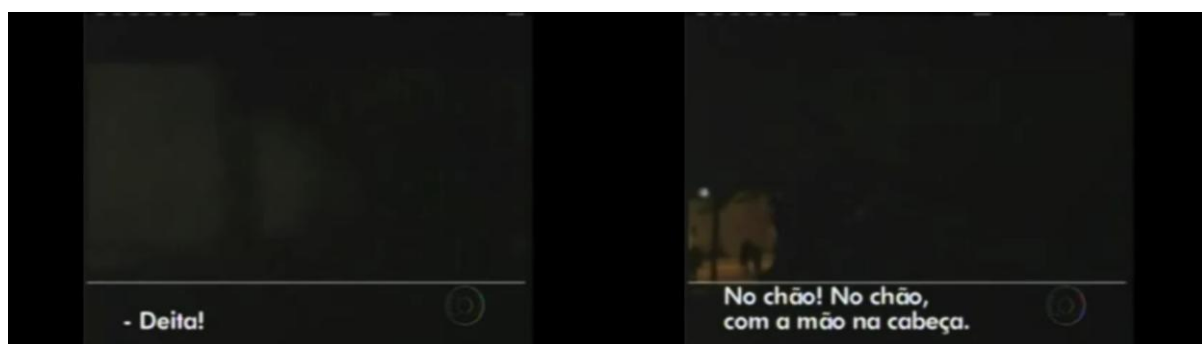


Figura 23 – Momento em que a fala dos policiais é destacada (Fonte: JN)

O repórter diz que em meio a escuridão, só se escuta a ordem da polícia e em seguida é exibido o trecho em que um policial diz: “Deita! No chão! No chão, com a mão na cabeça” (**Figura 23**).

Os policiais também atuaram como coprodutores e protagonistas nas informações audiovisuais da notícia (CEBRIÁN HERREROS, 2003) em outra reportagem exibida no dia catorze de novembro de 2011. Desta vez o assunto era a chegada das primeiras equipes na desocupação da Favela da Rocinha, no Rio de Janeiro. As cenas que somam cinquenta e nove

segundos foram exibidas em cinco momentos diferentes da matéria, que possui ao todo dois minutos e vinte e nove segundos.

As informações audiovisuais sempre suscitam atenção. Há uma série de dilemas éticos envolvidos na seleção e não importa quem tenha feito o registro, se foi um policial ou não. Matelski (1992, p. 75) afirma que

a pesar de la aparente popularidad de la contribución del vídeo doméstico a los informativos de televisión, varios profesionales de la industria vaticinan serios dilemas éticos si se emplean en exceso las grabaciones de las videocámaras domésticas. En primer lugar, siempre se debe considerar con detenimiento *quién* grabó la cinta y *por qué* llevaba una cámara en el momento de la noticia (MATELSKI, 1992, p. 75).

É importante observar que essa autora citada acima fez esse alerta em 1992. Na atualidade, os cuidados devem ser maiores, pois a quantidade de registros cresceu muito. A reportagem do repórter Eduardo Tchao não utilizou apenas cenas de coprodução, pois mesclou imagens feitas por câmeras especiais acopladas em helicópteros, com cenas captadas pelos policiais e outras feitas pelas equipes de reportagem. Contou também com a sonora feita pelo repórter com um piloto da polícia que participou da operação.

A reunião de todos esses elementos, com certeza, não foi uma tarefa fácil, uma decisão sem ponderação e é, de fato, uma tarefa jornalística. Conforme observa Cebrián Herreros (2003, p. 187), hoje em dia, um dos grandes desafios do jornalismo televisivo é escolher as imagens que melhor representam um determinado acontecimento.

¿Qué imágenes representan mejor los hechos? Este es un problema clave en la información televisiva. Una vez seleccionada la noticia y los contenidos de la misma hay que decidir qué imágenes son las que mejor la plasman y representan. Es una tarea nítidamente periodística. La selección no está movida por un criterio estético, propio de la creatividad, sino por un criterio periodístico. No se trata de oponer un criterio a otro. Hay ocasiones en que es posible combinarlos, pero lo más frecuente es la imposibilidad. Los hechos informativos rara vez permiten componer la realidad – salvo en el estudio – y sólo a veces dejan tiempo para buscar los encuadres de mayor calidad estética. Lo más frecuente es que el periodista, arrastrado por los hechos, trate de captarlos y perseguirlos para que no que se le escape lo fundamental; su objetivo es central en la pantalla el núcleo de la acción. Las imágenes seleccionadas responden a un criterio de calidad técnica e informativa, a los diversos estilos de las emisoras y reporteros y el mantenimiento del pluralismo, equilibrio e igualdad de tratamientos de las diversas partes protagonistas del hecho (CEBRIÁN HERREROS, 2003, p. 187).

Na matéria citada anteriormente, da ocupação da favela, os jornalistas do JN abriram espaço não apenas para as cenas feitas pelos policiais, mas também para três momentos dos diálogos registrados por eles.

No primeiro, foi destacada a conversa dos policiais, no instante em que decidiam quais seriam os pontos de ocupação da Rocinha. Um deles diz: “Há possibilidade de os dois pontos terem alguma coisa errada. Vê o tempo que o cara tá lá, entendeu? Mexendo, olha lá. Parece que ele tá com a mão para cavar e enterrar, de repente, o fuzil dele...”. Depois, aparecem os policiais que estão no helicóptero se preparando para descer de rapel. Um deles questiona “pode ir?” e o outro responde “pode”.



Figura 24 – Trechos dos diálogos dos policiais captados pelos mesmos durante a ocupação (Fonte: JN)

A última fala dos coprodutores inserida na reportagem foi feita pelos policiais que desceram de rapel e logo depois começaram a caminhar pela comunidade. Um deles fala alto enquanto se desloca a pé: “Cadê os brabos da Rocinha, rapaz? Se mudaram? Arrumaram emprego agora?” (**Figura 24**).

As únicas reportagens que não tiveram o áudio dos coprodutores destacado do texto do repórter foram as seguintes: matéria sobre a morte do ex-ditador da Líbia, Kadhafi (exibida em vinte de outubro de 2011), sobre as investigações da morte do filho de Kadhafi (mostrada no dia vinte e dois de outubro de 2011) e sobre o aumento do desmatamento na região Oeste do Brasil (que foi ao ar no dia vinte e quatro de novembro de 2011).

A matéria sobre a morte de Kadhafi contou com as cenas de dois vídeos feitos por coprodutores. As informações audiovisuais foram realizadas logo após a captura do ex-ditador, que aparece ferido e depois sendo arrastado, com pode ser observado no texto do repórter Carlos De Lannoy:

Ao mesmo tempo, dois vídeos feitos por celulares começavam a rodar o mundo. Num deles, um homem ensanguentado, ainda vivo, em meio a um enorme tumulto. No outro, um corpo arrastado pelo chão. Nos dois casos, os rebeldes afirmam ser Kadhafi. Várias versões surgiram para as circunstâncias da morte dele. No fim do dia, o primeiro ministro afirmou que Kadhafi foi retirado de uma tubulação de esgoto, sem mostrar resistência. Em seguida, houve um tiroteio entre rebeldes e tropas leais ao ditador. Kadhafi levou um tiro na cabeça. O primeiro ministro disse que ele ainda estava vivo quando rebeldes o colocaram em cima de um carro, morrendo poucos minutos antes de chegar ao hospital.



Figura 25 – Imagens dos dois vídeos feitos por coprodutores sobre a morte de Kadhafi (Fonte: JN)

A matéria tem ao todo cinco minutos e vinte segundos, sendo um minuto e doze segundos apenas de cenas de coprodução, que, como o repórter afirma, foram feitas por celulares (**Figura 25**).

Embora a imagem tenha recebido mais espaço do que o áudio, em termos de destaque, é possível ouvir, ao longo do trecho selecionado, o som ambiente captado no local pelos coprodutores.

As informações audiovisuais foram o grande diferencial da cobertura jornalística do dia sobre a morte de Kadhafi, pois até então não se tinha nenhuma prova de que o ex-ditador havia sido encontrado, muito menos da morte dele.

As imagens dos coprodutores foram exibidas acompanhadas de outros elementos captados pela equipe de reportagem e por agências de notícia: pela comemoração das pessoas nas ruas do país, pelas imagens de arquivo dos protestos e também dos ataques feitos pelo ex-dirigente da Líbia, pela entrevista do primeiro ministro que assumiu o governo de transição, pelo arquivo das manifestações que ocorram em vários países por conta da “Primavera Árabe” e pela comemoração na Tunísia (país que estava prestes a eleger um novo governo após anos de ditadura).

Foi realizado um trabalho de reconstrução social da realidade que ultrapassa o registro de coprodução. Como afirmam Kischinhevsky, Iorio e Vieira (2011, p. 25), “os cidadãos têm

mais poder que nunca para produzir e distribuir informações”, porém eles não deixam “de precisar de uma informação profissional e confiável sobre os acontecimentos que merecem ser conhecidos quando ajudam a compreender e a melhorar a sociedade na qual vivemos”.

Na matéria sobre as investigações da morte do filho do Kadhafi apresentada dois dias depois (vinte e dois de outubro de 2011), as informações audiovisuais não tiveram tanto destaque quanto na anterior (da morte do ditador). A reportagem também de Carlos De Lannoy teve ao todo dois minutos e cinquenta e dois segundos, sendo seis segundos de imagens provenientes de coprodução.



Figura 26 – Cena capturada por coprodutor retirada da internet (Fonte: JN)

O repórter descreve a cena da seguinte forma: “Um vídeo divulgado na internet mostra o filho de Kadhafi fumando um cigarro após ser capturado” (**Figura 26**). No restante da reportagem foi abordado o pronunciamento do primeiro ministro do conselho de transição, as filas feitas pelos moradores da Líbia para ver os corpos do ex-ditador e do filho, as eleições na Tunísia (país vizinho) e a avaliação das mudanças no mundo Árabe feita por um analista político.

O coprodutor não foi identificado. O repórter enfatizou que o vídeo apresentado foi descoberto na internet. Inclusive o crédito de “imagens da internet” foi inserido para reforçar essa informação.

A falta de destaque nas cenas de coprodução pode ocorrer por diversos fatores, geralmente, está relacionada ao fato de, nesse caso, se tratar de um complemento e não do elemento principal da notícia. Cebrián Herreros (2003, p. 188) diz que o processo de seleção de imagens que não foram feitas pelas equipes de reportagem das emissoras ocorre da seguinte forma:

A las redacciones de televisión llegan cantidad de imágenes de procedencias distintas: agencias, *freelance*, aficionados, de otros canales, empresas, instituciones, etc. La redacción trabaja con ellas como si se tratara de cualquiera otra fuente informativa. Dispone de libertad para seleccionar unas y descartar otras (CEBRIÁN HERREROS, 2003, p. 188).

Ou seja, é natural que alguns registros sejam descartados, outros valorizados ou mostrados sem ênfase. Nem sempre há um destaque às informações audiovisuais. Isso ocorreu, por exemplo, em uma reportagem sobre o aumento do desmatamento no Estado do Mato Grosso, exibida no dia vinte e quatro de novembro de 2011, no *Jornal Nacional*.



Figura 27 - Cena feita pelo coprodutor que registra o desmatamento (Fonte: JN)

O coprodutor foi citado no texto do repórter Jonas Campos da seguinte forma: “Estas imagens feitas por um fiscal mostram como a técnica destrói a vegetação. Segundo o INPE, Mato Grosso lidera o ranking dos Estados que mais desmataram”. Não foi inserido nenhum crédito para identificá-lo (**Figura 27**). A duração das cenas de coprodução foi de nove segundos, ou seja, foi apenas um detalhe da reportagem que teve, ao todo, um minuto e cinquenta e três segundos e mostrou áreas desmatadas, entrevistas feitas com uma ativista do *Greenpeace* e com um representante do Ibama e imagens dos tratores que foram apreendidos pela fiscalização. Esta foi a única reportagem de atualidade (BONNER, 2009) constatada no período. Na cabeça lida por Fátima Bernardes, chegou a ser feita uma relação do assunto com a discussão do Congresso Federal sobre o projeto do Novo Código Florestal Brasileiro. Foram informadas também estatísticas sobre o aumento das áreas desmatadas, no entanto, a matéria poderia ter sido exibida um dia depois sem se tornar desatualizada, por isso foi enquadrada dentro dessa classificação, como não sendo factual.

6.2.3 Origem do registro feito pelos coprodutores e a visibilidade

Ao longo da análise, identificamos diversas fontes de origem dos registros feitos pelos coprodutores, que foram classificadas de acordo com a citação textual feita dentro ou fora da reportagem e das nota ao vivo com imagens e também, em alguns casos, por meio dos créditos inseridos em sobreposição às informações audiovisuais.

TABELA 3 - Classificação de acordo com a origem e o formato da notícia

Origem das imagens dos coprodutores	Nota ao vivo com imagens	Reportagem	Total
Internet	2	1	3
Sem procedência comprovada	1	1	2
Captado por celular sem função identificada	1	1	2
Função profissional ou papel desempenhado identificado	1	7	8
Cinegrafista amador identificado		1	1

Obtivemos a seguinte classificação: cenas retiradas da internet, sem procedência comprovada, captada por celular sem função comprovada, função profissional ou papel desempenhado identificado e cinegrafista amador identificado (**Tabela 3**).

Embora tenhamos constatado um caso (da reportagem sobre o homem embriagado que teria provocado dois acidentes com mortes) no qual foi incluída a informação de que a imagem foi feita por uma testemunha por celular e que também teve atribuído o crédito de “cinegrafista amador”, optamos por incluí-la no penúltimo critério (papel desempenhado identificado). Houve o destaque para a função do coprodutor, definido como sendo uma testemunha de um dos acidentes.

Em duas notas ao vivo com imagens (protestos na Síria exibidos nos dias três e dezesseis de novembro de 2011) e em uma reportagem (matéria sobre a captura do filho de Kadhafi, que foi ao ar no dia vinte e dois de outubro de 2011), os textos lidos pelo repórter ou

pelos apresentadores continham informações que deixavam claro que as cenas tinham sido encontradas, primeiramente, na internet e depois difundidas pelos veículos de comunicação. Ou seja, não se tratavam de registros feitos por jornalistas da Rede Globo, nem de empresas terceirizadas. Certamente passaram pelas agências de notícia, que as selecionaram e distribuíram, mas por se tratarem de vídeos da internet, a origem não tinha como ser comprovada, a não ser que alguém assumisse a autoria, o que não ocorreu nos casos mostrados pelo *Jornal Nacional*.

Há também um registro que classificamos apenas como sem procedência comprovada, porque os editores do JN não informaram se os vídeos foram retirados da internet ou feitos por celular. Apenas destacaram que não era “possível confirmar a autenticidade das imagens” dos conflitos na Síria, mostrados no dia dez de outubro de 2011. Em relação a essa questão, Bonner explicou na entrevista aberta feita no dia vinte e três de outubro de 2011, que o telejornal sempre optou por exibir cenas de origem verificada e validada, no entanto, esse critério tem passado por ajustes, pois tem ocorrido um aumento na oferta de vídeos feitos por cidadãos em regiões do mundo onde o trabalho de jornalistas é muito restrito. De acordo com o editor-chefe do JN,

só são exibidas imagens cuja relevância jornalística é inquestionável e cuja qualidade permite acrescentar, agregar valor ao material jornalístico que a gente quer exibir. E são duas condições que nos permitem discutir se vamos ou não exibir, mas tem uma terceira que é a cabal. Eu só exibo, independentemente das outras duas questões, eu só exibo na Globo alguma coisa se eu tiver a autenticidade dela comprovada. Nos últimos tempos, justamente em função do aumento da oferta, nós nos vimos numa situação muito específica que foi a da cobertura de alguns eventos relativos à chamada “Primavera Árabe”. Alguns países impõem restrições muito fortes. É o caso da Síria. A Síria impõem restrições fortíssimas ao trabalho da imprensa internacional, no entanto, a profusão de câmeras permite que cidadãos comuns postem na internet, como no *YouTube*, algumas imagens e atribuam a elas informações. Nessa situação, a gente tem que considerar o fato de que é impossível eu comprovar a autenticidade, no entanto, há ali, aparentemente, veracidade naquelas imagens. Então, você cruza essas duas informações e permite ao público saber que você não tem como atestar a veracidade daquilo, ao público dividir com você, saber em que condições estamos exibindo as imagens. São imagens exibidas da internet, cuja autenticidade é impossível verificar. O trabalho da imprensa lá é super-restrito, então na Síria, particularmente, isso aconteceu muito e se não me engano, houve no Irã, manifestações no Irã, que também tiveram essa característica. Usaram redes sociais, twitter e tal para... para falar das manifestações que havia lá em Teerã contra o governo e algumas imagens foram parar no *YouTube* também (APÊNDICE A).

Essa é uma questão polêmica sob vários aspectos, principalmente, éticos, tendo em vista que os jornalistas têm por obrigação, dentro dos códigos deontológicos, apurar os fatos (CHRISTOFOLETTI, 2008) e publicar somente aquilo que for atestado, comprovado, verificado. A exibição de algo sem origem comprovada remete também a possibilidade de se estar informando algo que não ocorreu, que não corresponde à realidade, que pode ter sido manipulado por alguém que possui interesse em “fabricar notícias”.

Por outro lado, existe também o risco de se vetar o uso de cenas de coprodução sem origem comprovada e dessa forma se restringir a cobertura jornalística, deixando o telespectador sem conhecimento dos fatos ligados às regiões onde o trabalho dos jornalistas é coibido pelos governantes.

Levando em consideração essas ponderações, o que é melhor: informar ao público o que se passa nesses países mesmo sem que as cenas tenham sido validadas? Deixar o público sem informações e sem imagens? Apenas reproduzir informações oficiais com imagens validadas, mesmo que sejam apenas de reuniões das Organizações das Nações Unidas (ONU) ou da Liga Árabe ou da televisão estatal?

Há que se ponderar que se os governos colocam entraves ao trabalho jornalístico, fazem isso porque, possivelmente, têm algo a esconder, que não querem que os demais saibam. É uma tentativa também de dificultar a formação de uma oposição organizada dentro e fora do próprio território, dificultando a circulação de informações que possam ser transformadas em notícias.

Como os jornalistas devem se posicionar diante de tal situação é a grande questão. Aznar (2005, p. 88) diz que em uma situação de crise, as exigências éticas dos profissionais do campo jornalístico ganham mais ênfase.

Las exigencias éticas propias de un periodismo comprometido y de calidad se hacen todavía más fundamentales en una situación de crisis. Desde el refuerzo de las obligaciones comunes – como la comprobación de la información o su atribución, la inmediata rectificación etc. – hasta la aplicación de aquellas propias de una situación especial – como las recogidas en el documento que sigue. La lógica de servicio debe presidir más que nunca al labor de los medios en una situación así (AZNAR, 2005, p. 88).

A lógica de prestar um serviço, de não deixar o telespectador sem informação e de dividir a responsabilidade com o público pelo que é mostrado faz parte do argumento do editor-chefe do JN, mostrado anteriormente.

Cebrián Herreros (2004, p. 194) chama a atenção para o papel dos jornalistas de manter a sociedade informada sobre o que se passa ao redor, sobre a realidade que a cerca.

Es una obligación de los medios y de los profesionales mantener bien informada a la sociedad para que pueda ejercer sus derechos democráticos. Una sociedad desinformada es el mejor caldo de cultivo para todo tipo de atropellos políticos y comerciales. La información es un derecho de todo ciudadano. La existencia de los medios está justificada en tanto que mediadores para hacer circular la información des de las fuentes hasta los ciudadanos; esto tiene que efectuarse con todas las garantías de veracidad y rigurosidad (CEBRIÁN HERREROS, 2004, p. 194).

Mas até que ponto há uma rigorosidade na apuração dos fatos, quando não se tem certeza do que se está mostrando? Noticiar algo sem ter uma informação precisa não é uma situação ideal, bem longe disso. Requer cuidado por parte dos jornalistas. O editor-chefe do JN, William Bonner, procurou deixar claro que só em casos especiais, como na Síria ou em outros países onde há restrições à liberdade de expressão, ao trabalho jornalístico, que há possibilidade dessas cenas sem autenticidade comprovada serem exibidas. Em outros casos, as imagens feitas por coprodutores sem origem comprovada não são utilizadas.

O JN incorreu e incorre em um grande um risco, como observa Matelski (1992, p. 77):

la consideración ética más importante sobre el empleo del vídeo doméstico en los informativos de televisión es la posibilidad de que haga de sacrificar la *exactitud* de una noticia en favor de su inmediatez [...]. Desgraciadamente, a veces la exactitud pelagra por culpa de la necesidad de ser los primeros en dar una noticia, y en empleo de grabaciones de aficionados multiplica el peligro potencial de error. El más claro ejemplo de un vídeo manipulado ocurrió en la Unión Soviética hace unos cuantos años. Un cámara aficionados entregó una grabación de lo que según él era un incendio en la planta química de Chernobyl; posteriormente se descubrió que la cinta de vídeo se había grabado en una fábrica de cemento en Itália (MATELSKI, 1992, p. 77).

Embora a imagem falsa do incêndio em Chernobyl (MATELSKI, 1992) não tenha sido usada, até onde se sabe, pelo JN no passado, nada impede que alguma cena feita por coprodutor e selecionada pelo telejornal, como dos bombardeios na Síria, também seja produzida em situações fora do contexto e em outros países.

Quanto ao uso da expressão nas notícias de que aqueles vídeos não tem a autenticidade comprovada, entendemos que foi essencial a incorporação dessa informação. É uma obrigação

jornalística deixar claro ao telespectador de que se trata de algo sem apuração rigorosa, porque não há como fazê-lo, embora o seu uso seja questionável.

Entendemos que a divulgação de algo sem comprovação, por mais que se diga, deixa os jornalistas e os coprodutores no mesmo nível. Nesse caso, o que ocorre é a produção de informações e não de notícias dentro do processo de reconstrução do real por meio de imagens.

Há também outras implicações, tendo em vista as possíveis consequências da sua utilização. Razões não faltam para que haja um cuidado extremo com o uso dessas informações audiovisuais não validadas.

Valdebuena de la Fuente (1997, p. 128) diz algo que consideramos essencial a respeito disso: o “trabajo periodístico tiene unas consecuencias más visibles en la sociedad que el de muchas otras profesiones. Una información periodística puede hacer perder la fama a una persona de la noche a la mañana; o desencadenar un pánico en la Bolsa; o servir como medio para atacar a un competidor”.

Percebemos que no JN, os jornalistas procuraram compensar a falta de comprovação das imagens com a confrontação de informações apuradas junto às fontes oficiais, como a ONU e a Liga Árabe e ainda à TV estatal da Síria, que mostrou uma manifestação favorável ao governo.

Na maioria das notícias, os jornalistas não se ativeram apenas às cenas dos coprodutores, foram um pouco além, buscando outros detalhes, outros complementos, que extrapolaram o elemento visual oferecido pela coprodução. Consideramos a soma de todas essas informações fundamental para o processo de reconstrução do real por meio das notícias.

Os jornalistas poderiam, é claro, ter avançado mais se tivessem escolhido somente o formato de reportagem e não o de nota ao vivo com imagens, que possui uma abordagem mais superficial das situações apresentadas como notícia (SIQUEIRA, 2012). Entretanto, entendemos que a limitação do tempo é um dos fatores que influenciam nessa opção e o peso dos valores-notícia também.

Além desses casos relatados acima, identificamos também duas notícias (uma reportagem e uma nota ao vivo com imagens) que tiveram as cenas de coprodução descritas apenas como: imagens feitas por celular.

No caso da reportagem, certamente os jornalistas do JN não sabiam a origem, pois se tratavam de dois registros realizados sobre a captura e morte do ditador da Líbia, Muammar Kadhafi. A escolha pela denominação “vídeos feitos por celulares” é uma forma de justificar a

qualidade técnica das cenas, que são muito tremidas e com uma definição longe de se equiparar às câmeras profissionais. Sobre isso, Bonner diz:

Agora, recentemente, na morte do Kadhafi tinha umas imagens muito ruins, mas ainda sim você via o rosto do Kadhafi. Era celular, claramente, filmado com celular e um celular que não era grande coisa, mas dava para ver a imagem do Kadhafi, tremia, aí tinha uma confusão, muitas pessoas, cabeças, barulho e, de novo, a imagem do Kadhafi, claramente, sem cortes, então, nós exibimos. O mundo inteiro exibiu, mas a qualidade, quando você fala, em sei lá, vídeo amador, imagens captadas com esse filtro... Não é uma imagem de alta qualidade, um tipo de imagem comparável em qualidade com as câmeras profissionais que a gente utiliza, mas não é a qualidade, a não ser como eu te disse, que tenha sido um desastre. A qualidade não é um impeditivo de se exibir uma reportagem, desde que ela atenda aos requisitos que eu mencionei (APÊNDICE A).

Mongay (2006, p. 182) diz que a possibilidade de transmissão de vídeos por celular é mais uma questão de rapidez do que de qualidade da imagem. É evidente que essa é uma situação que deve mudar, pois “en muy poco tiempo, con el acceso generalizado y universal a la banda ancha y el desarrollo de tecnologías que aligeren la transmisión, la calidad no supondrá ningún problema” (MONGAY, 2006, p. 182).

Já com relação à nota ao vivo com imagens feita por celular, a justificativa é outra. Conforme havíamos mencionado anteriormente, a cena que recebeu o crédito de “imagem por celular” sobre a identificação do flanelinha que provocou um acidente com morte se justifica na medida em que o jornalista presta essa informação sem colocar em risco a vida de quem a gravou.

Outra questão que nos chamou a atenção durante o período de análise foi a quantidade de reportagens que tiveram a função profissional ou o papel desempenhado pelo coprodutor destacado de alguma forma no texto. Isso ocorreu em sete reportagens, ao todo, e em apenas uma nota ao vivo com imagens.

Os coprodutores foram identificados com diferentes funções, como pode ser observado na **Tabela 4**:

TABELA 4 – Identificação da função profissional ou do papel desempenhado pelo coprodutor

Função profissional ou papel desempenhado	Nota ao vivo com imagens	Reportagem
Testemunha		1
Integrante do ETA		1
Polícia		3
Assessor de vereador	1	
Fiscal		1
Políticos		1
Total	1	7

A testemunha citada acima foi de um acidente, os próprios integrantes do ETA gravaram o vídeo distribuído à imprensa, um assessor de vereador fez imagens de uma denúncia de cobrança indevida dentro da Câmara, políticos gravaram vídeos de uma testemunha contra e a favor ao governador do Distrito Federal e um fiscal ligado ao meio ambiente registrou cenas de desmatamento.

Entretanto, o maior número de informações audiovisuais inseridas dentro do JN foi de cenas capturadas por policiais durante o trabalho. Isso foi constatado em três reportagens: prisão de um juiz, desocupação da reitoria da USP e ocupação da favela da Rocinha. Entendemos que se tratam de casos de coprodução feitos em um momento de trabalho e não de imagens oficiais realizadas por assessorias de imprensa, pois as três não foram, aparentemente, captadas por câmeras profissionais, continham diálogos que foram escolhidos e destacados pelos editores do JN na construção das notícias.

Além disso, foram registradas, seguramente, com a intenção de produzir provas para comprovar uma denúncia de cobrança de propina (no caso do juiz); para avaliar, em um momento posterior, como foi o andamento das operações na Rocinha, e na USP, para assegurar, em caso de algum processo, a versão dos policiais de que não houve exagero nas prisões e abordagens realizadas.

Não se pode dizer que os policiais não tiveram também intenção de fazer com que essas cenas fossem parar nos telejornais, porque isso pode também ter ocorrido e não invalida, de forma alguma, a caracterização como trabalho de coprodução de informações audiovisuais.

A intencionalidade de fazer com que as imagens cheguem aos meios de comunicação é cada vez mais comum, não só entre os policiais, mas também entre os cidadãos de diversas profissões, incluindo, entre eles: políticos, bombeiros, médicos, enfermeiros, taxistas, motoristas, donas de casa, comerciantes e etc.

Um cidadão identificado como Gustavo Leite e também no texto como “cinegrafista amador” foi o único coprodutor, no período de análise, que teve o nome informado.



Figura 28 – Momento em que é possível ver o crédito com o nome do coprodutor (Fonte: JN)

Foi possível verificar essa informação por meio do crédito inserido na tela enquanto eram mostradas as cenas feitas por Gustavo Leite (**Figura 28**). Normalmente, na Rede Globo, quando uma imagem é cedida, sem custo, e o coprodutor não corre risco de morte ao ter o seu nome revelado, a informação sobre a identidade do mesmo pode ser colocada dentro da notícia, desde que é claro, haja um acordo e uma autorização para que isso seja feito.

Imagens pagas, geralmente, não levam o nome de quem as fez. Isso não quer dizer, no entanto, que os demais casos citados até agora tenham relação com essa situação. São apenas procedimentos que costumam ser empregados no dia a dia das rotinas produtivas dos telejornais da Globo.

Ao se referir ao uso das informações audiovisuais, no começo da década de 1990, Matelski (1992, p. 75) já chamava a atenção para um situação que permanece até hoje: na “mayoría de las veces, las empresas pagan relativamente poco por estas grabaciones de vídeo [...]; sin embargo, para casi todos los cámaras aficionados la mayor recompensa es la gloria de aparecer como colaboradores en el informativo de ese día”.

Não nos foi informado quanto o JN paga por imagens realizadas por coprodutores, pois além da estrutura própria do telejornal, há uma rede por trás de emissoras da Rede Globo e afiliadas que realizam a negociação dos valores diretamente com os cidadãos. As cenas depois podem ser usadas tanto nos programas jornalísticos locais, quanto no *Jornal Nacional*. A divulgação do nome do coprodutor é uma espécie de reconhecimento pelo papel desempenhado por ele na construção da notícia.

6.2.4 O destaque dentro da edição

Dentro da análise desse critério, levamos em consideração o destaque com relação ao seguinte aspecto: a utilização das cenas feitas pelos coprodutores no momento onde as notícias que os editores consideram as mais importantes da edição são citadas com evidência, ou seja, na escalada do JN.

Para Paternostro (1999, p. 142), a escalada pode ser definida como as manchetes estruturadas com a finalidade de “prender a atenção do telespectador, do começo ao fim do telejornal”. São usadas “frases curtas” e de “dois a três takes (5 a 7 segundos) das imagens principais”.

Das dezesseis reportagens e notas ao vivo com imagens, constatamos que apenas quatro foram utilizadas na escalada. Pode parecer pouco a primeira vista, mas não é. O editores do *Jornal Nacional* não selecionam imagens para todos os assuntos que serão colocados em destaque, como pode ser observado na **Tabela 5**.

TABELA 5 – Relação entre o número total de manchetes e das manchetes com imagens/sonora/teaser/sobe som.

Edição do JN	Manchetes	Manchetes acompanhadas por imagens/sonora/teaser do repórter/sobe som	Tempo total/manchete (minutos e segundos)
10/10/2011	12	5	1:05
11/10/2011	13	2	1:16
12/10/2011	7	4	0:42
13/10/2011	14	5	1:05
14/10/2011	12	4	1:02
15/10/2011	12	4	0:59
17/10/2011	9	4	0:52
18/10/2011	10	3	0:56
19/10/2011	8	1	0:45
20/10/2011	15	4	1:04
21/10/2011	10	4	0:58
22/10/2011	10	3	1:07
24/10/2011	10	3	0:58
25/10/2011	10	3	0:53
26/10/2011	11	3	0:58
27/10/2011	10	3	0:53
28/10/2011	13	5	1:23
29/10/2011	10	4	0:42
31/10/2011	10	3	1:05
01/11/2011	13	3	1:12
02/11/2011	10	2	0:46
03/11/2011	12	2	1:01
04/11/2011	12	3	1:01
05/11/2011	11	5	0:45
07/11/2011	16	5	1:22
08/11/2011	10	4	1:06
09/11/2011	10	3	0:55
10/11/2011	14	6	1:14
11/11/2011	10	3	1:02
12/11/2011	14	6	1:01
14/11/2011	11	3	1:17
15/11/2011	8	4	0:59
16/11/2011	11	2	0:53
17/11/2011	17	5	1:18
18/11/2011	13	4	1:06
19/11/2011	15	4	1:04
21/11/2011	14	5	1:09
22/11/2011	11	3	1:00
23/11/2011	9	2	0:52
24/11/2011	15	6	1:07
25/11/2011	13	5	1:01
26/11/2011	12	5	0:57
Total	486	157	41:22

No JN, a escalada é fracionada e lida de forma intercalada pelo apresentadores. Consideramos para efeitos de análise a manchete como sendo uma frase ou conjunto de frases lida por cada apresentador separadamente, ou seja, quando há troca de quem vai ler o texto, entendemos que se inicia uma nova manchete.

Ao todo, identificamos quatrocentas e oitenta e seis manchetes, sendo que dessas apenas cento e cinquenta e sete vieram acompanhadas de imagens ou sonoras ou sobre sons ou do teaser do repórter³⁴.

Das informações audiovisuais captadas pelos coprodutores, foram utilizadas na escalada do JN as seguintes: captura e morte do ex-ditador da Líbia (exibida no dia vinte de outubro de 2011), comunicado do grupo terrorista ETA (vinte de outubro de 2011), novo vídeo divulgado sobre a captura de Kadhafi (vinte e um de outubro de 2011) e aumento do desmatamento no Mato Grosso (vinte e quatro de novembro de 2011).

No primeiro caso citado, foi utilizada na escalada uma cena de cada um dos dois vídeos de coprodutores exibidos reportagem. A manchete lida por Fátima Bernardes foi a seguinte: “Vídeos correm o mundo com imagens do ex-ditador depois da captura em uma tubulação de esgoto”.



Figura 29– Duas cenas usadas na escalada sobre a morte de Kadhafi (Fonte: JN)

Foi a notícia de maior destaque da edição e as duas imagens tiveram, ao todo, cinco segundos de duração (**Figura 29**), o que representa um tempo que está dentro dos padrões normais do JN.

³⁴ O *teaser* é compreendido como “uma pequena chamada gravada pelo repórter sobre uma notícia, para ser colocada na escalada do telejornal. Serve para atrair a atenção do telespectador” (PATERNOSTRO, 1999, p. 151). A imagem ou trecho de uma sonora ou um sobre som também podem ser considerados *teasers* se selecionados para inserção na escalada.



Figura 30 – Imagem da escalada sobre o comunicado do ETA (Fonte: JN)

No mesmo dia, também na escalada, foi inserida uma cena de três segundos do comunicado gravado por integrantes do grupo terrorista ETA (**Figura 30**), no texto lido por Fátima Bernardes: “O grupo ETA abandona o terrorismo na defesa da separação do país Basco”.



Figura 31 – Novo vídeo sobre a morte de Kadhafi na escalada (Fonte: JN)

E no dia vinte e um de outubro de 2011, Bonner leu a seguinte manchete: “Um novo vídeo mostra o ex-ditador da Líbia momentos depois de ser capturado pelos rebeldes”. A imagem de cinco segundos foi capturada de um ângulo diferente das exibidas no dia anterior, pois mostra a ação de cima (**Figura 31**).



Figura 32 – Imagem de coprodutor utilizada na escalada (Fonte: JN)

A última imagem que identificamos como sendo de um coprodutor na escalada (conforme os critérios estabelecidos nesta tese) foi sobre o desmatamento no Mato Grosso. A imagem feita por um fiscal (**Figura 32**) foi utilizada por dois segundos durante o seguinte texto lido por William Bonner: “Ambientalistas denunciam a aceleração do desmatamento no Mato Grosso”.

Esse também foi o único caso em que houve outra cena feita pela equipe de reportagem inserida, dentro da manchete, para mostrar como fica uma área após o desmatamento, em uma espécie de comparativo entre a derrubada das árvores posta em prática (captada pelo coprodutor/fiscal) e a devastação deixada por quem faz esse serviço ilegal.

Nas três primeiras manchetes citadas, esse recurso não foi empregado. É algo que se justifica tendo em vista que são de assuntos factuais e que não necessitam de um complemento. Provavelmente, perderiam a força se fossem inseridas de outra forma por conta do tipo de flagrante registrado.

No JN, como pudemos observar no período de acompanhamento das rotinas produtivas, quem define tanto os assuntos quanto as imagens que vão ser inseridas é o editor executivo do telejornal. Luiz Fernando Ávila é o responsável por escrevê-la e também por depois fazer as solicitações das imagens para os editores de texto. Há uma série de critérios envolvidos na escolha do que será selecionado.

6.2.5 Os valores-notícia no *Jornal Nacional*

No livro “*Jornal Nacional: Modo de fazer*”, o editor-chefe do JN não cita os coprodutores ao definir os critérios de noticiabilidade do telejornal para o qual trabalha. Afirma apenas que esses critérios podem ser divididos em duas categorias: primários e secundários. Os primários estão relacionados com a abrangência, a gravidade das implicações, o caráter histórico, o peso do contexto e a importância do todo. Os secundários, por sua vez, estão ligados à complexidade, ao tempo e a disponibilidade de imagens (BONNER, 2009).

A abrangência tem a ver com “o universo de pessoas atingidas por um fato” e quanto maior ele for, “maior a probabilidade de ser publicado” (BONNER, 2009, p. 95). O mesmo ocorre com a gravidade das implicações, pois, por exemplo, quanto maior for a quantidade de mortos e de veículos envolvidos em um acidente, maior será a chance dele se tornar notícia no JN.

Um fato também pode se sobrepor aos demais pela importância histórica que representa. É o caso da captura e morte do ditador da Líbia, do anúncio do fim dos ataques terroristas pelo ETA.

O contexto também tem relevância, diz respeito a “importância relativa de uma notícia quando comparada às demais daquele dia” (BONNER, 2009, p. 101). Um fato pode se sobressair e por isso tirar espaço ou eliminar os demais.

A importância do todo possui relação com o equilíbrio dos assuntos dentro do telejornal, com a possibilidade de se exibir reportagens que complementem os fatos do dia, que ofereçam outro olhar para as notícias factuais, tidas como prioridade dentro do referido telejornal.

O tempo e a complexidade estão relacionados a forma como cada notícia será apresentada ao público, organizada, formatada. Bonner (2009, p. 108) afirma que “quanto mais complexo um assunto, maior a probabilidade de ser tratado numa reportagem maior, com um repórter que conduza, com entrevistas que balizem, com imagens e recursos de arte que a ilustrem”.

Se em determinada edição, há vários fatos factuais que devem ser transformados em notícias, o tempo que cada um ocupará terá uma relevância maior e a seleção desse item será mais rigorosa. Bonner (2009) argumenta que a falta de imagens não impede que uma notícia seja publicada no JN, no entanto, determina apenas a forma como esse assunto será abordado.

Nós consideramos que essa classificação dos valores-notícia apresentada por Bonner (2009) permite visualizar, de maneira geral, a maneira como os fatos são selecionados pelos jornalistas do *Jornal Nacional*. Não é uma visão aprofundada, pois, há outros critérios que não foram citados e que possuem impacto nos processos de seleção não só do JN, mas em qualquer telejornal. Entre esses critérios, está, por exemplo, a concorrência, a busca para noticiar em primeira mão.

É evidente que, no telejornalismo, o olhar em relação às outras emissoras e programas jornalísticos possui algumas particularidades. Está embasado dentro das questões editoriais. Não é porque os concorrentes irão exibir determinada informação audiovisual feita por um coprodutor, por exemplo, que mostre um assassinato com requintes de crueldade, que um telejornal com o perfil como o do JN, fará o mesmo. Os valores-notícia estão muito atrelados aos fatores editoriais. O que é considerado notícia para um determinado programa, pode não ser para os demais.

Recentemente, as Organizações Globo disponibilizaram na internet (ANEXO A) as normais editoriais da empresa, que devem ser seguidas por seus funcionários. Há também um conjunto de outras normas que dizem respeito aos “Princípios e Valores da TV Globo no Vídeo”, quer dizer, são válidos especificamente para a televisão. Este último, aborda, entre outros aspectos, os cuidados que devem ser tomados sobre o uso das imagens na produção de novelas, programas especiais, *realities* e programas esportivos e jornalísticos. Entre os temas, as orientações estão em evitar abordagens que estimulem a violência e o uso de armas.

O editor de texto do *Jornal Nacional* no Recife, Charles Tricot, em entrevista aberta semi-estruturada afirmou que embora os coprodutores tenham captado as imagens de um acontecimento, pode ocorrer delas não serem veiculadas por infringir as normas editoriais da Rede Globo e a própria ética jornalística (de não explorar o grotesco e o que é impactante de maneira negativa, a qualquer custo).

Charles Tricot citou o exemplo da cobertura feita da queda do avião da *Air France*, em 2009. O avião saiu do Rio de Janeiro com destino a Paris, na França e acabou caindo no mar. A Rede Globo Nordeste situada no Recife, em Pernambuco, foi utilizada como base para a produção de reportagens, pois o arquipélago de Fernando de Noronha, que fica dentro da área de cobertura da emissora, serviu como ponto de apoio para o trabalho de buscas e recolhimento dos corpos.

Charles relatou que houve uma grande oferta de imagens provenientes de coprodução, naquele período, realizadas por militares e peritos, pois o local da queda, por ser em alto mar, era de difícil acesso. Foi complicado encontrar os vestígios da aeronave e muitas cenas de

coprodução, de acordo com Charles Tricot, não puderam ser usadas, conforme o editor relata a seguir:

O caso da *Air France* que eu coordenei, eu acho que foi o trabalho mais difícil que eu tive até hoje na minha vida em edição. Eu recebia muitas coisas. Eu cheguei a receber coisas, mas a gente não podia usar, porque apareciam pedaços de corpos, sabe? Tinha legistas que faziam imagens. Você tinha gente que fazia coisa, mas era assim, ó: era o corpo de uma criança. Aí você tinha alguma coisa que os militares filmaram, mas era um pedaço de um corpo, então, era muito... Aí você muitas vezes tem a notícia, mas a notícia é tão forte e o impacto é tão grande, que você tem que ter um tratamento para o público (APÊNDICE B).

Areal (2001) chama o critério que tem a ver com a linha empresarial de caráter ideológico. No nosso entendimento, é mais do que isso. Faz parte de um conjunto de normas maior que norteia todo o processo produtivo.

6.2.5.1 A linha editorial como critério de noticiabilidade

A linha editorial possui um peso grande dentro dos processo produtivos do *Jornal Nacional*. É um dos principais critérios de noticiabilidade, um dos primeiros a ser aplicado. É o que guia todo o trabalho jornalístico, não apenas do JN, mas de todos os telejornais.

Das dezesseis notícias que encontramos no período analisado contendo material de coprodução, nenhuma infringia as normas editoriais apontadas tanto nos “Princípios & Valores da TV Globo no Vídeo” quanto nos “Princípios Editoriais das Organizações Globo” (ANEXO A).

As informações audiovisuais da captura e morte do ex-ditador da Líbia, Muammar Kadhafi, por exemplo, continham cenas do ex-líder político ferido, sendo levado e depois, já morto. Porém, apesar de remeter a uma situação de violência, possuía interesse jornalístico, relevância e não explorava o grotesco, nada que impossibilitasse a sua veiculação.

6.2.5.2 O perfil específico do telejornal como critério de noticiabilidade

O perfil específico do telejornal também pode ser considerado um critério de noticiabilidade. No momento em que o editor-chefe do *Jornal Nacional* diz, por exemplo, que

a missão do JN é exibir o que de mais importante ocorreu no Brasil e em outras partes do mundo (BONNER, 2009), está traçando os limites do telejornal. Pode parecer abrangente essa definição, mas não é. Quer dizer que não é qualquer fato que será veiculado, mas aquilo que for considerado de relevância, de maior interesse, de maior impacto, pois o telejornal é exibido para todo o Brasil e também para quem possui a Globo Internacional ou confere a versão pela internet, disponível no portal G1.

Esse perfil também determina se uma cena de um coprodutor será ou não exibida no JN. Não é qualquer registro que será transformado em notícia. O editor-chefe deixou isso claro ao dizer que “para ser notícia, tem que ter relevância, caso contrário, você “tá” perdendo tempo, “tá” jogando fora o tempo do teu telejornal. Trocando coisas de relevância por distração, por entretenimento” (APÊNDICE A).

Além disso, o que é considerado notícia para um telejornal local, pode não ser para o JN. Em um programa jornalístico local do horário do meio-dia, na Rede Globo, são veiculadas notícias que têm a ver com problemas das comunidades, com serviços oferecidos à população, com programação cultural e etc. São assuntos que dificilmente serão vistos, da forma como são abordados, no *Jornal Nacional*, por exemplo. Os públicos que recebem as notícias nos dois programas são diferentes, pois um é mais abrangente e o outro mais restrito a uma determinada região e a um perfil de audiência.

Notícias internacionais raramente entram em telejornal local da Rede Globo, por exemplo, a não ser que o fato envolva pessoas que são originárias daquela área e que no momento estão vivendo fora do país e passaram por alguma situação, como: um atentado terrorista, um tsunami, um terremoto e um acidente grave.

No JN, no entanto, o noticiário internacional aparece com mais frequência, por conta do perfil ser mais abrangente e envolve, geralmente, notícias relacionadas com questões econômicas, revoltas populares, catástrofes, curiosidades culturais e comportamentais, aspectos políticos, entre outros fatores.

As informações audiovisuais feitas por coprodutores são selecionadas dentro desse contexto. Foi o que ocorreu, por exemplo, com as imagens do grupo terrorista ETA, dos bombardeios e protestos na Síria, da captura e morte do ex-ditador da Líbia e da prisão do filho de Kadhafi.

O perfil do telejornal influenciou na decisão, no processo de escolha. Entretanto, é evidente que esse critério não foi aplicado de forma isolada. Há outros valores-notícia colocados em prática. No nosso entendimento, um deles possui relação direta com a coprodução.

6.2.5.3 O flagrante único de coprodução como critério de noticiabilidade

Quando começamos a desenvolver esta tese, não tínhamos ainda a noção da existência de um novo critério de noticiabilidade envolvido no processo de escolha das imagens feitas pelos coprodutores. Acreditávamos na possibilidade de existência do mesmo, porém não possuíamos a certeza.

Durante o desenvolvimento do estudo, no entanto, o surgimento de um novo critério foi se revelando. Analisamos a posição de diferentes autores a respeito dos valores-notícia e constatamos que nenhum estava atento a essa nova realidade. Além disso observamos as rotinas produtivas do JN, ouvimos o editor-chefe do telejornal e um editor de texto que trabalha há mais de doze anos para o *Jornal Nacional* e verificamos uma a uma as dezesseis notícias contendo informações audiovisuais de coprodução. Após todo esse processo, constatamos que, na atualidade, há um novo valor-notícia nos processos jornalísticos televisivos: o *flagrante único de coprodução*.

É único porque não pode se repetir e aquele ponto de vista foi captado exclusivamente por um coprodutor. Além disso, é um *flagrante*, por que é um instante captado de algo que ocorreu diante da câmera, que se desenrolou enquanto a cena era captada, mesmo que tenha sido, de certa maneira, um fato planejado.

Difere do conceito de novidade ou fato raro de Pastoriza (2003) por este ser mais abrangente, envolvendo notícias que tenham como interesse a raridade do acontecimento, do assunto. Pastoriza (2003) não especifica a origem, não se refere unicamente ao registro visual ou audiovisual, pois trata do assunto como algo novo ou raro. O autor não se refere, exatamente, as imagens raras ou que acrescentem um novo ponto de vista.

Com a quantidade de câmeras nas mãos dos cidadãos, é cada vez mais frequente vê-los na função de testemunhas ativas dos fatos, captando flagrantes. É o que afirma o editor de texto do JN, Charles Tricot:

É o grande diferencial. É aquela que vale para qualquer coisa na vida. Você estar no lugar certo, na hora certa. Você estar no lugar certo, na hora certa, as pessoas sempre estiveram, mesmo que não fossem jornalistas, mas agora elas têm uma tecnologia em mãos, elas têm uma câmera. Então, agora, é muito fácil qualquer um “tá” perto da notícia, ou seja, a notícia chega pra nós, em termos de imagem, num processo muito mais rápido do que a dez anos atrás (APÊNDICE B).

O editor de texto do *Jornal Nacional* diz ainda algo que já havíamos constatado: a qualidade técnica desses flagrantes é cada vez menos importante. O que importa é a informação audiovisual contida na cena, como explica, Charles Tricot:

Você tem um flagrante em qualquer lugar do mundo. Qualquer coisa que você imagine. Pode estar a pior filmagem possível. Se você estiver com o flagrante, ele vai entrar em qualquer televisão do mundo. Na CNN, entra. Agora você tem que ter a imagem. Ninguém questiona a qualidade de imagem se você tem a informação e se é o “cinegrafista amador” que faz, é outro diferencial. Se você manda uma equipe sua, da “casa”, fazer aquilo e vem um material péssimo, você vai cobrar, talvez você nem coloque ao ar e talvez cobrem de você. E aí eu acho que é uma cobrança do *Jornal Nacional* e de qualquer base do jornal, do editor-chefe e coisa e tal, de você não cobrar a qualidade do cinegrafista amador. Você agradece a contribuição dele. Você não “tá” indo fazer uma cobrança. Mesmo que você pague, você tem que agradecer por ter aquilo que todas as suas equipes, que a sua dinâmica e a sua qualidade não conseguiram alcançar (APÊNDICE B).

O que o editor quer dizer é que o padrão de qualidade da imagem das equipes de jornalismo segue sendo exigido, bem como das equipes das agências de notícias e das assessorias de imprensa. Entretanto, a cobrança não é a mesma em relação ao que é enviado pelos coprodutores. Os jornalistas só têm a agradecer a contribuição dos coprodutores por conseguir algo que não havia sido registrado.

Das dezesseis notícias analisadas do JN, constatamos que todas se enquadram dentro da definição do valor-notícia *flagrante único de coprodução*. Todavia, encontramos algumas diferenças entre elas. Algumas se tratavam de algo que se desenrolou ao acaso e outras de fatos planejados, mas nem por isso estas últimas deixaram de ser flagrantes únicos, como pode ser observado no **Quadro 1**.

Quadro 1 – Valor-notícia de *flagrante único* presente nas cenas de *coprodução* do JN
(continua)

Notícia com coprodução no JN	Valor-notícia (<i>flagrante único de coprodução</i>)
Protestos na Síria (JN, 10/10/2011)	É um <i>flagrante único</i> , embora sem comprovação, dos protestos na Síria, envolvendo repressão por parte do governo. São cenas captadas no instante em que ocorre a manifestação.
Motorista embriagado (JN, 18/10/2011)	A imagem mostra o motorista visivelmente embriagado após ter provocado um acidente com morte. Se fosse captada horas depois, o efeito não teria sido o mesmo, pois o motorista, provavelmente, já teria voltado ao estado normal de consciência. Foi o grande diferencial da reportagem.
Captura e morte de Muammar Kadhafi (JN, 20/10/2011)	Os dois vídeos feitos por meio de celulares permitem visualizar o instante em que Kadhafi é detido pelos rebeldes. É possível vê-lo ferido e logo em seguida, morto. Também foram os grandes diferenciais da matéria exibida nesse dia.
Manifesto dos integrantes do ETA (JN, 20/10/2011)	Nesse caso, o <i>flagrante único</i> foi produzido pelos próprios integrantes do ETA, que gravaram o comunicado, informando que deixariam as práticas terroristas. Eles admitiram suspender a atividade armada. Não foi um <i>flagrante único</i> de algo inesperado, que se desenrolou diante da câmera, mas foi visivelmente planejado. Mesmo tendo sido orquestrado, foi um momento único. Os integrantes do ETA até poderiam encaminhar outro vídeo, logo depois, desmentindo a declaração anterior, porém essa informação audiovisual permaneceria como um <i>flagrante único</i> e provavelmente seria utilizada, complementando a notícia para informar que houve uma mudança nos planos da organização.
Novo vídeo da captura do ex-ditador da Líbia (JN, 21/10/2011)	Divulgação de uma informação audiovisual onde é possível ver outro instante da captura de Kadhafi. É um registro único, um flagrante que também não tem como ser repetido.
Prisão do juiz no Piauí (JN, 21/10/2011)	É também um <i>flagrante único</i> , embora tenha sido planejado pela Polícia Federal, pela Corregedoria e pelo Ministério Público. Entretanto, o instante da prisão não poderia ser repetido, nem as falas dos envolvidos e do juiz, no momento da prisão.
Captura do filho de Kadhafi (JN, 22/10/2011)	É um <i>flagrante único</i> exclusivo do filho do ex-ditador da Líbia já capturado, antes de ser morto.
Prisão do presidente da Câmara de Vereadores de Guarapuava (JN, 26/10/2011)	Foi um <i>flagrante único</i> planejado. Um dos assessores do presidente da Câmara de Vereadores foi quem decidiu gravar o chefe extorquindo dinheiro do salário dos funcionários. Embora o assessor tenha programado a gravação, não teve controle sobre o que poderia ocorrer, sobre a maneira como o político iria se comportar. A gravação implicou em riscos, pois ele poderia ter sido descoberto. Se o presidente da Câmara de Vereadores tivesse sido informado com antecedência, havia a possibilidade de ele agir de uma forma diferente, sem exigir dinheiro do funcionário, que ao final, acabaria ameaçado e teria a câmera roubada.

Quadro 1 – Valor-notícia de *flagrante único* presente nas cenas de *coprodução* do JN
(continuação)

Bombardeio na cidade de Homs, na Síria (JN, 03/11/2011)	São registros do bombardeio e da destruição provocada por ele. As cenas não têm comprovação, porque foram divulgadas na internet, todavia, não deixam de ser <i>flagrantes únicos</i> . O <i>Jornal Nacional</i> utilizou informações da Liga Árabe para validar a notícia e justificar as cenas exibidas.
Desocupação da reitoria da USP (JN, 08/11/2011)	As imagens feitas por policiais, são <i>flagrantes únicos</i> do instante em que a polícia entra na reitoria da USP, ocupada, até então, por estudantes. É possível ver os alunos sendo revistados, imobilizados e as bombas incendiárias que a polícia diz ter encontrado no local. Foi uma ação planejada, porém os policiais não tinham total controle sobre o que poderia ocorrer.
Denúncias contra o governador do Distrito Federal (JN, 08/11/2011)	Foram exibidos dois vídeos. Os dois foram <i>flagrantes únicos</i> planejados. Um mostra um lobista prestando depoimento à presidente da Comissão de Ética da Câmara Distrital. Ele informa que pagou propina ao governador, que na época era chefe da Anvisa. No outro, o mesmo lobista aparece dizendo que o pagamento que fez foi, na realidade, fruto de uma dívida que tinha com o político. É a prova de que mesmo os flagrantes planejados podem resultar em algo inesperado. São únicos, porque dificilmente o lobista gravaria um terceiro vídeo e mesmo que o fizesse, se trataria de um novo flagrante.
Policiais que escoltavam traficantes perto da favela da Rocinha (JN, 10/11/2011)	São <i>flagrantes únicos</i> da prisão dos policiais captados por uma testemunha, que estava no local, no momento em que o fato ocorreu.
Ocupação da favela da Rocinha (JN, 14/11/2011)	São <i>flagrantes únicos</i> registrados por policiais durante a ocupação da favela da Rocinha. Não poderiam se repetir. Por mais que os policiais tivessem planejado a ação, não tinham como prever o que poderia acontecer, se haveria alguma resistência ou prisões durante o processo.
Homens mascarados dizendo que deixariam o exército da Síria (JN, 16/11/2011)	É outro caso de informação audiovisual planejada. Foi feito propositalmente, porém pelo caráter exclusivo, se transforma em um <i>flagrante único</i> . A imagem é proveniente da internet e portanto sem comprovação, mas nem por isso deixou de ser um flagrante. O <i>Jornal Nacional</i> buscou outras informações para validar o que foi mostrado.
Flanelinha responsável por acidente (JN, 18/11/2011)	É um <i>flagrante único</i> por ser a única imagem que se tem do um flanelinha que provocou um acidente grave no Rio de Janeiro. Pode ter sido gravada de maneira planejada pelo coprodutor, porém não deixou de ser um flagrante.
Desmatamento no Mato Grosso (JN, 24/11/2011)	É um <i>flagrante único</i> , pois se trata do instante em que foi registrada uma ação de desmatamento. É exatamente da maneira que o repórter relata na reportagem: com o uso de dois tratores e de uma corrente, que ao ser arrastada, derruba toda a vegetação. É difícil de registrar um instante como esse, por ser específico. As equipes de reportagem poderiam ter sobrevoado várias vezes a região e não ter captado aquela cena, que acabou sendo feita por um fiscal.

Por mais que alguns desses flagrantes citados acima tenham sido planejados, não poderiam ter sido reproduzidos pelos cinegrafistas das emissoras de televisão, nem de assessorias de imprensa, nem de agências de notícia. Eles não estavam presentes ao pronunciamento do ETA, à prisão do juiz, às denúncias feitas contra o Governador do Distrito Federal, ao momento da extorsão feito pelo Presidente da Câmara de Vereadores de Guarapuava, à ocupação da favela da Rocinha, à retirada dos estudantes da reitoria da USP e ao pronunciamento dos soldados desertores na Síria.

É importante deixar claro que o *flagrante único de coprodução* não é um valor-notícia isolado. É aplicado, ao longo do processo, acompanhado de outros critérios que vão influenciar também na escolha, como, por exemplo: o impacto e o interesse do assunto para o país, o número de pessoas envolvidas (WOLF, 1997; PASTORIZA, 2003), a possibilidade do assunto ter desdobramentos e consequências, a concorrência (WOLF, 1997), a imagem do que poderá interessar ao público construída pelos jornalistas (WOLF, 1997; VIZEU, 2005; AREAL, 2001), a utilidade da notícia (PASTORIZA, 2003), a relevância social da pessoa envolvida (WOLF, 1997; PASTORIZA, 2003), a disponibilidade de tempo (WOLF, 1997; TRANQUINA, 2008; BONNER, 2009), a gravidade das implicações, o caráter histórico (BONNER, 2009) e a aplicação prática dos critérios editoriais dos veículos de comunicação, entre outros.

No caso específico das imagens de Kadhafi, há vários critérios de noticiabilidade envolvidos. Os coprodutores são desconhecidos, a autenticidade das cenas demorou a ser confirmada, não há uma referência direta de proximidade entre quem fez as imagens e quem assiste ao telejornal (há muitas diferenças: geográficas, culturais, religiosas e políticas que os separam), entre outros aspectos.

No entanto, é um *flagrante único de coprodução*, um instante captado por um cidadão, envolvendo vários valores-notícia: morte, alguém conhecido, situação de conflito e relevante, altamente visual e disponível, o caráter histórico e etc.

Há aspectos mais abrangentes que não estão ligados, especificamente, a aplicação dos valores-notícia na seleção de um fato isolado que será transformado em notícia, mas com o conjunto do telejornal, como, por exemplo: os critérios que envolvem o equilíbrio dos assuntos no noticiário (WOLF, 1997; TRANQUINA, 2008; BONNER, 2009), o perfil do telejornal, as rotinas de trabalho (WOLF, 1997; AREAL, 2001), os valores editoriais e etc.

O fato de constatarmos que o *Jornal Nacional* não tem diariamente informações audiovisuais de coprodutores é algo que já esperávamos. Faz parte do critério de equilíbrio, da importância do todo do programa jornalístico e do próprio perfil do JN. Na entrevista aberta

semi-estruturada, William Bonner, ressaltou que há um cuidado rigoroso com tudo o que é selecionado para o JN e disse ainda que há três critérios determinantes quando se fala no uso de imagens de coprodutores: “A relevância jornalística, a qualidade da imagem como agregadora de valor ao produto jornalístico e a autenticidade da imagem. Se você não tiver essas três características, dificilmente você vai exhibir alguma coisa, a respeito desse aumento absurdo de oferta” (APÊNDICE A). Há um certo paradoxo, pois constatamos imagens da Síria, durante o período analisado, divulgadas mesmo sem ter a autenticidade comprovada. No entanto, essa questão já foi justificada anteriormente neste capítulo.

Outra questão fundamental é que a falta desse tipo de imagem não impede que a notícia seja dada. A coprodução é um complemento, mas que pode fazer toda a diferença em uma cobertura jornalística. É o que o que conta o editor do JN, Charles Tricot, ao se referir à queda de um avião da empresa *Noar* na praia de Boa Viagem, no Recife, em 2011:

O que que nós tínhamos para editar a matéria da *Noar*? Você tinha o início do aeroporto, a movimentação. Você tinha um jatinho igual. Você tinha a imagem de jatinhos levantando... Aí você tinha para compor a edição aérea do local da queda... Você tinha o avião no chão; as cinzas; a polícia fazendo perícia, mexendo nos corpos. E o que que você não tinha? A queda, que esse cidadão tinha no móvel. Um celular móvel “tirou” a imagem da queda. Você não tinha ele no chão, mas você tinha ele caindo. Então, era a imagem que faltava para compor uma edição perfeita... E, você ter no lugar dos outros a informação a mais... Não é a mais correta, mas mais completa (APÊNDICE B).

Há outra questão que já havíamos vivenciado na prática e que constatamos também junto à equipe do JN. O jornalista também pode se transformar em um coprodutor. É o que afirma Charles Tricot:

Eu vou dar um exemplo, na esquina da minha rua, explodiu um carro, pegou fogo. Eu estava no banho, olhei pela janela do banheiro, vi o carro pegando fogo. Saí correndo, peguei o meu *I-Phone*, o meu *Smartphone* e tirei uma foto quando eles já estavam apagando o fogo com a água. Eu não tinha mais a chama. Qual é o momento perfeito da notícia? O carro explodindo com a chama. Eu tinha o carro sendo apagado, mesmo assim eu trouxe “pra” cá e “ele” foi veiculado no G1. Colocaram a foto no G1, porque ainda era notícia, mas seria muito mais notícia se tivesse com fogo. Então, por um instante, uma notícia deixou de ser tão relevante para ser irrelevante. Ela continua sendo notícia. Então, é o momento certo que é o grande diferencial. É você ter a tecnologia, ter o registro, ter o estímulo e ter a hora certa, senão não adianta nada (APÊNDICE B).

Entendemos que Tricot atuou, ao fazer o registro, como coprodutor. É inegável que o editor domina a linguagem jornalística e tem um olhar diferenciado em relação aos fatos, que não é o mesmo dos outros cidadãos. Porém, ao repassar a imagem ao portal G1, da Rede Globo, Charles Tricot delegou para outros jornalistas a função de seleção, apuração das informações e construção da notícia.

Nós também já desempenhamos funções de coprodução em diversos momentos da nossa carreira. Ao registrarmos o show de Amy Winehouse, no Recife, em Pernambuco, em 2011, para uso pessoal, acabamos gravando uma queda da cantora no palco. Essa imagem foi oferecida e utilizada em um telejornal da Rede Globo Nordeste, o *NETV Segunda Edição*.

Fizemos também cenas de um dos apagões de energia elétrica que ocorreram no Nordeste do Brasil, em 2012, que não foram exibidas porque existiam outras imagens mais impactantes. Uma delas foi feita por um cinegrafista profissional de uma emissora de televisão. Era possível ver dezenas de passageiros, no escuro, nas paradas de ônibus e o caos no trânsito, por conta do não funcionamento dos semáforos. A outra foi realizada também por uma coprodutora, jornalista, que captou os problemas ocasionados pela falta de energia dentro do Aeroporto Internacional dos Guararapes, por quem chegou de avião no momento do apagão e encontrou todo o setor de desembarque sem iluminação. Muitas pessoas estavam no local e, visivelmente, não sabiam o que fazer.

Havia uma riqueza de detalhes que se sobrepôs ao que havíamos captado (uma cena simples da escuridão na orla de Olinda) e tudo isso fez muita diferença no momento em que foram aplicados os valores-notícia de disponibilidade de tempo, impacto, número de pessoas envolvidas, etc.

7 Considerações finais

Neste trabalho avançamos nos objetivos traçados inicialmente. Conseguimos comprovar, no JN, o surgimento de um novo valor-notícia ligado, exclusivamente, às informações audiovisuais produzidas pelos coprodutores: o *flagrante único de coprodução*. É algo que acreditamos que possa ser aplicado também à seleção de informações audiovisuais em outros telejornais, mas para a verificação disso é preciso a realização de estudos futuros.

Constatamos que esse registro, quando selecionado, pode funcionar tanto como um complemento da notícia, como ponto de partida para a produção jornalística ou como elemento de destaque.

A sua ausência pode não impedir que a notícia seja estruturada e exibida, porém a sua presença pode resultar em um trabalho de apuração e validação das informações mais completo, permitindo a visualização, por parte de quem acompanha o noticiário, de diferentes pontos de vista, que vão além daqueles captados pelas equipes de reportagem.

Não são mais as lentes dos cinegrafistas das emissoras de televisão, dos cinegrafistas profissionais das agências de notícia e das assessorias de imprensa que auxiliam na tarefa de reconstrução da realidade de maneira mais efetiva. Os próprios jornalistas do JN admitiram que há um aumento na oferta dessas informações audiovisuais.

Ao longo desta tese, acreditamos ter avançado na compreensão da forma como a realidade social é construída e também na definição de qual o papel ocupado pelo jornalista, que se difere dos coprodutores. O primeiro tem a função de apurar, verificar, confrontar e validar a informação e transformá-la em notícia. Possui tarefas importantes perante a sociedade, de defender princípios éticos, denunciar injustiças sociais e crimes, defender os direitos humanos, fazer com que as pessoas conheçam os seus direitos e respeitar o anonimato das fontes quando necessário. Tem a missão de reconstruir a realidade, mas não é uma tarefa feita com base apenas naquilo que se vê, que está posto diante de todos.

Difere da coprodução por avançar e não apresentar apenas o *flagrante único*. É uma realidade reconstruída, analisada, validada, mesmo que notícia seja mostrada na forma de uma nota ao vivo com imagens, pois integra outras informações que vão além do que é mostrado.

Os coprodutores podem até ter alguns princípios que estão por trás das razões para a realização do registro, como, por exemplo: fazem imagens para denunciar pessoas que infringem a lei e cometem injustiças. No entanto, eles não têm o papel de apurar as informações e contextualizar os fatos, confrontar ideias e dados emitidos pelas fontes e etc.

O próprio jornalista que não é um cinegrafista profissional e exerce o trabalho de coprodução no momento em que grava a informação audiovisual não o faz como profissional da área. Naquele instante é um cidadão, uma testemunha de um acontecimento. É evidente que é uma testemunha com um olhar diferenciado, com uma atenção naquilo que pode ser transformado em notícia.

Entretanto, naquele instante, ele não tem certeza de que o *flagrante único* registrado por ele será depois selecionado. Há possibilidade de ser descartado durante a aplicação dos critérios de noticiabilidade na redação, seja por existirem outras cenas melhores, pela imagem também ter sido feita por cinegrafistas profissionais, por não estar integrada aos critérios editoriais do veículo de comunicação, por estar fora do perfil do telejornal, por não ser um assunto de relevância e interesse público.

O jornalista apenas estará exercendo sua função profissional quando realiza essa imagem como vídeo-repórter, apurando, checando a informação, buscando outras fontes, indo em busca de outros detalhes para transformar o que observa em notícia.

No nosso entendimento, este trabalho também trouxe contribuições para a compreensão da maneira como as mudanças tecnológicas e sociais contribuíram para o aumento da inserção dos cidadãos dentro dos processos produtivos no telejornalismo brasileiro e de que forma os modelos de convergência (CEBRIÁN HERREROS, 2004; JENKINS, 2008) existentes no país contribuíram para isso. No Brasil, a tecnologia digital permite um “intercâmbio” de informações audiovisuais entre a televisão, a internet e os celulares, o que facilita os processos de coprodução e os cidadãos estão atentos a isso e sabem que têm essa possibilidade.

A televisão e o telejornalismo não perderam a importância apesar do avanço tecnológico, até mesmo entre os mais jovens. Um exemplo disso é um estudo feito por Alcolea (2008). A autora repetiu uma pesquisa realizada pelo professor Francisco Iglesias, em 1990. Alcolea (2008) propôs para um grupo de estudantes universitários da CES Felipe II de Aranjuez, na Espanha, que eles ficassem uma semana sem assistir a televisão, seja pelo aparelho tradicional, pelo computador ou por outro sistema (vídeo, DVD, etc). O período escolhido foi de doze a dezoito de dezembro, de 2007.

Setenta e três estudantes de dezoito a vinte e cinco anos participaram do estudo e, ao final, o resultado foi que os alunos não conseguiram ficar sem ver televisão. O motivo constatado foi o “hábito fuertemente arraigado y a la omnipresencia de este medio en el entorno, a pesar de hacer un mayor consumo de Internet que de televisión” (ALCOLEA, 2008, p.137). Além disso, a autora descobriu que “a pesar de la dura competencia que supone

Internet, y que los individuos de la muestra estudiaban hacen un mayor consumo de este medio que del televisivo, la rede no desbanca la televisión (ALCOLEA, 2008, p. 138).

Os jovens não conseguiram cumprir o objetivo proposto, porque viram a televisão por hábito, para passar o tempo, para se acalmar em momentos de tensão e estresse e ainda porque a televisão é um meio onipresente nos espaços privados e públicos, sendo “un elemento de socialización, por lo que resulta complicado no consumirla” (ALCOLEA, 2008, p. 138).

No Brasil, a televisão também ocupa um papel central na vida das pessoas. Diariamente, as novelas, as notícias televisivas são debatidas na internet, nas redes sociais. Frequentemente, estão entre os assuntos mais comentados do *Twitter*, por exemplo.

A revisão de conceitos da Teoria da Comunicação permitiu entender as mudanças que ocorreram na função desempenhada pelos jornalistas. Os profissionais desse campo deixaram de ser os únicos emissores, mesmo no telejornalismo, onde há meios de produção que restringem a “participação” do público.

Por mais que as escolhas do que será ou não exibido sejam feitas pelos profissionais do jornalismo televisivo, os cidadãos estão mais presentes nos processos de produção e portanto, também fazem parte do grupo de emissores ao desempenhar o papel de coprodução. Podem não ser os emissores de fato, mas estão inseridos nesse processo. Não podem mais ser considerados somente receptores, embora ainda o sejam.

Até mesmo os jornalistas são emissores e receptores do que produzem, do que os demais colegas de profissão elaboram. Eles também assistem ao que é veiculado e as suas escolhas sofrem influências do que observam no próprio veículo onde trabalham e na concorrência. Dentro dos processos produtivos do JN, observamos que há um cuidado com tudo o que é selecionado e que tudo é centralizado no editor-chefe, William Bonner.

Outra questão que cabe ser destacada é que o incentivo a “participação” dos coprodutores também passa pela inclusão digital. De acordo com Barbosa Filho e Castro (2006, p. 142),

Pensar em inclusão digital vai muito mais além de saber utilizar as novas tecnologias. A inclusão passa pela capacitação dos atores sociais para o exercício ativo da cidadania, através do aprendizado tecnológico, do uso dos equipamentos, assim como pela produção de conteúdo e conhecimentos gerados dentro da realidade de cada grupo envolvido para ser disponibilizados em rede e demais tecnologias digitais. Passa ainda pela possibilidade que esses mesmos grupos possam encontrar no ambiente digital um espaço de trabalho e renda, auto-gerando locais de acesso público à rede (BARBOSA FILHO; CASTRO, 2006, p. 142).

Não acreditamos que seja necessário que os jornalistas ensinem aos cidadãos a usar a tecnologia, pois ela está mais presente na rotina das pessoas, especialmente, entre os mais jovens. O aprendizado tecnológico está mais ligado ao processo educacional. Todavia, é inegável que o jornalismo tem a missão de prestar um serviço à população, de informar as pessoas sobre os seus direitos e de onde colocá-los em prática e isso diz respeito também ao acesso à tecnologia.

Entendemos que é possível estimular o cidadão a se envolver na comunidade onde vive por meio do incentivo a “participação” nos processos produtivos e isso passa pela divulgação dos portais das emissoras de televisão, que disponibilizam espaços voltados para o público interagir e enviar suas informações visuais e audiovisuais.

O portal G1 da Rede Globo possui uma sessão dedicada a isso. É uma das comprovações de que a hipótese traçada no início desse trabalho de que os veículos de comunicação e os jornalistas procuram criar um *efeito de participação do real representado* não é apenas uma teoria, mas algo posto em prática. Há um estímulo mediado e orientado e o real que se mostra, não é o real em si, mas uma representação do mesmo, por meio de imagens.

O editor Charles Tricot informou que existem ainda outros dois estímulos. Um deles é de alguma forma *jornalístico*, mesmo que não seja consciente.

No momento em que você procura um veículo de comunicação, porque você tem uma imagem boa, mesmo você pedindo dinheiro por aquilo, você teve uma instigação, uma... Um processo de, não é de ânimo, como é que eu vou dizer para você? Um processo de estímulo jornalístico. Você viu uma notícia, quis registrar uma notícia e de alguma forma quis veicular essa notícia, mesmo você recebendo por ela, mas você foi atrás de um veículo de comunicação. Porque é o que eu digo... Você tem um grande número de pessoas com tecnologia na mão, mas você vai ter uma pequena parcela desse público que vai achar que aquilo é notícia, vai querer ir atrás daquilo (APÊNDICE B).

O outro estímulo é *indireto*. No instante em que as imagens são selecionadas e veiculadas e os cidadãos as observam, eles ficam cientes de que podem contribuir de alguma forma, ou seja, podem fazer parte dos processos produtivos. Ou seja, os jornalistas não atuam, nesse caso, para criar um *efeito de participação do real representado*. Os cidadãos é que visualizam essa possibilidade de “participar”.

Não que exista nenhuma campanha específica, mas no momento em que você vê na televisão, num jornal como o *Nacional*, que é a maior audiência do nosso país... Você vê esses registros indo ao ar. Se ele fez, por que o meu que eu fiz semana passada, que eu não ofereci, de um ônibus caindo com dez crianças dentro, pegando fogo ou sei lá o que, também não poderia ter ido? (APÊNDICE B).

Embora seja *indireto*, as pessoas começam a visualizar que aquelas informações audiovisuais estão, cada vez mais presentes nos telejornais. “Participar” dos processos produtivos torna-se uma possibilidade naturalizada, algo que está disponível. É como o editor Charles Tricot afirmou: Se os outros podem, por que eu não posso? Essa é uma questão cuja resposta afirmativa passa a fazer parte do imaginário coletivo.

Comprovamos neste trabalho que no *Jornal Nacional* as intenções de criar um *efeito de participação do real representado* não são, de todo modo, diretas. Há o portal G1, que disponibiliza um espaço para os cidadãos, mas o JN, em si, não faz essa orientação. Não é um telejornal baseado na seleção de *flagrantes únicos de coprodução*. Entretanto, os cidadãos estão inseridos no processo e percebem que podem interagir.

Nesse universo de envolvimento maior das pessoas na produção de informações visuais e audiovisuais, os jornalistas precisam ter cada vez mais atenção e cuidado, especialmente com o que retiram da internet. É um alerta que serve, inclusive, aos editores do *Jornal Nacional*, embora todos estejam cientes disso. Vale prestar atenção no que diz Blázquez (2000, p. 309):

La Red tiene un lado oscuro que con los ojos abiertos ya nadie puede negar. Es verdad que por la Internet circula información muy útil, pero al mismo tiempo es una autopista excelente para piratas informáticos irresponsables y delincuentes de toda especie accedan a los bancos de datos confidenciales (BLÁZQUEZ, 2000, p. 309).

Muitos profissionais desse campo têm cometido erros, por não colocar a devida atenção nessa questão. Um exemplo disso foi a utilização de uma foto do ex-chefe da Al-Qaeda, Osama Bin Laden, que teria sido feita logo após ele ter sido morto por militares americanos. A imagem acabou sendo reproduzida por diversos veículos de comunicação e não passava de uma montagem realizada a partir de uma foto antiga de Bin Laden (ESTADÃO, 2012). A farsa se espalhou rapidamente e depois foi corrigida pelos meios de comunicação, que admitiram a falha.



Figura 33 – A soma de duas imagens reais que resultaram na montagem da morte de Osama Bin Laden

A montagem pode ser percebida no conjunto de imagens acima (**Figura 33**). Algumas emissoras brasileiras, como a *Globo News* (televisão por assinatura, da Rede Globo) chegaram a divulgar a imagem de Bin Laden morto, mesmo sem ter a comprovação.



Figura 34 – Imagem divulgada pela *Globo News* (Fonte: *Globo News*)

Durante a veiculação da imagem acima (**Figura 34**), os jornalistas da *Globo News* disseram que não havia comprovação de que se tratava de algo real e que já existiam rumores de que a fotografia era falsa. No entanto, os profissionais não hesitaram em transmiti-la. Acabaram informando depois que não passava de uma montagem. Os riscos para a credibilidade podem ser enormes. É claro que eles, desde o princípio, não trataram a cena como um flagrante de um fato real, como outros meios de comunicação fizeram. Entretanto, há riscos por trás de uma imagem falsa que podem abalar, de maneira grave, a credibilidade do telejornal, do veículo de comunicação.

Kischinhevsky, Iorio e Vieira (2011, p. 22-23) ressaltam que um dos grandes desafios do que chamam de “redes colaborativas de jornalismo” é “a apuração, a verificação de pautas, fontes e dados, a inventividade estética e de conteúdo, a pluralidade de interpretações,

a diversidade temática”. Acreditamos que isso também é um problema para o telejornalismo, quando se apropria dessas informações visuais e audiovisuais que não possuem comprovação.

É preciso ter atenção, pois há muitas informações falsas que circulam, especialmente, pelas redes sociais e que são compartilhadas pelas pessoas. Alguns exemplos são extremamente grotescos e absurdos, porém há pessoas que chegam a acreditar neles.



Figura 35 – Informação visual retirada do Facebook (Fonte: Facebook)

Prova disso é a imagem acima retirada do Facebook (**Figura 35**) e que pode ser visualizada, até hoje, na internet. Encontramos versões em espanhol, inglês e português. A pessoa para quem se pede ajuda na realidade é um personagem do cinema, muito famoso: Darth Vader, do filme *Guerra nas Estrelas*, conhecido também como Anakin Skywalker.

Pode parecer um exemplo absurdo, mas nos comentários postados pelos internautas foi possível ver que alguns acreditaram na história acima e outros compreenderam a “brincadeira”.

É difícil crer que um jornalista a utilizaria como fonte de notícia, porém há situações falsas que não são tão evidentes na internet, quanto o exemplo anterior, e que qualquer

profissional desse campo poderia incorrer em um erro, ao tentar ser o primeiro a divulgar a informação, ao tentar vencer a concorrência a qualquer custo.

Uma cena fora de contexto basta para a credibilidade dos jornalistas e do telejornal para o qual trabalha ser perdida. E na atualidade, cada vez mais veremos *flagrantes únicos de coprodução* chegando às redações.

Podem surgir, inclusive, imagens produzidas e manipuladas para promover uma determinada pessoa ou instituição ou, até mesmo, para prejudicar alguém. É o que ressalta Matelski (1992, p. 75):

Por ejemplo, hay activistas políticos, religiosos o ecológicos que pueden preparar un acontecimiento para grabarlo en vídeo y promocionar así su causa. Sin un director de informativos no discrimina y selecciona las imágenes puede emitir una noticia por su valor visual sin haber considerado su valor informativo. En tales casos, la emisora de televisión – y sus espectadores – habrían sido engañados por un manipulador (MATELSKI, 1992, p. 75).

Agora, até mesmo a legislação estimula a realização de imagens por parte dos cidadãos. É o caso da alteração na Lei Seca feita pela presidente Dilma Rousseff, no final de 2012. As cenas que mostram motoristas dirigindo sob o efeito de álcool podem ser utilizadas como prova do crime cometido por eles.

No período de análise do JN, já constatamos uma dessas imagens de motoristas embriagados no telejornal, feita bem antes da mudança na legislação. A tendência é que ocorra um acréscimo nessa oferta, que deverá exigir um rigor maior por parte dos jornalistas nos processos de seleção.

Um flagrante manipulado pode denegrir a imagem de alguém, que na realidade, não estava ao volante, não estava dirigindo sob os efeitos do álcool, pois era passageiro do veículo e, naquele momento, não estava cometendo crime algum.

Embora tenhamos estudado o uso desses registros sob a perspectiva dos editores e produtores do *Jornal Nacional*, acreditamos que há outros caminhos que podem ser desenvolvidos em pesquisas futuras. Entre eles, está a análise de como a oferta crescente de imagens feitas por coprodutores tem afetado o trabalho diário dos repórteres nas ruas e de que forma isso tem interferido nas rotinas produtivas desempenhadas por esses profissionais.

Não é fácil investigar os motivos que levam os coprodutores, no telejornalismo, a fazer esses registros, pelas razões já expostas anteriormente. Todavia, acreditamos que se houver a criação de um cadastro diferenciado (com inclusão de e-mail e telefone, para facilitar

o contato), em uma parceria estruturada por meio de um convênio entre uma emissora de televisão e um instituto de pesquisa ou universidade, essa proposta se tornará viável.

É importante que os pesquisadores possam ter acesso a essas pessoas, de alguma maneira, por meio da aplicação de entrevistas ou questionários, para que se descubram as razões que estão por trás da realização dessas cenas, no telejornalismo. Acreditamos que os resultados desse estudo, que pode vir a ser realizado, não serão apenas de interesse do meio acadêmico, pois têm uma aplicação prática para os próprios veículos de comunicação do meio televisivo, que podem, a partir dos dados, traçar estratégias para se aproximar ou criar novos produtos para esses cidadãos coprodutores.

Referências bibliográficas

ALCOLEA, Gema. **Uma semana sin televisión en el siglo XXI**. Madrid: Editorial Gragua, 2008.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

AMORIM, Lidiane Ramirez de. **Telespectador multimídia: olhares sobre o jornalismo participativo em noticiários de TV**. Porto Alegre: PUCRS, 2009. 170 p. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

ARANA, Edorta. **Estrategias de programación televisiva**. Madri: Editora Sintesis, 2011.

AREAL, Manuel Fernández. **Cuestiones de Teoría General de la Comunicación**. Madri: Editorial Universitas, S. A., 2001.

ARIAS, Rafael Díaz. **Periodismo en televisión: entre el espectáculo y el testimonio de la realidad**. Barcelona: Boch Comunicación, 2006.

AZNAR, Hugo. **Ética de la comunicación y nuevos retos sociales**. Códigos y recomendaciones para los medios. Barcelona: Paidós, 2005.

BACIN, Miro Luiz dos Santos. **A fonte amadora na construção de realidades no telejornalismo**. Porto Alegre: PUCRS, 2006. 179p. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

BANDRÉS, Elena; GARCÍA AVILÉS, José A.; PÉREZ, Gabriel; PÉREZ, Javier. **El periodismo en la televisión digital**. Barcelona: Editorial Paidós, 2000.

BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette. **Mídia digital**. In: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano. **Mídia cidadã: utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

BARBEIRO, Herótodo. **Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

BARROS FILHO, Clóvis; LOPES, Felipe Tavares Paes; PERES NETO, Luiz. **Teorias da comunicação em jornalismo: reflexões sobre a mídia**. São Paulo: Saraiva, 2010.

BAUER, Martin W; GASKELL, George (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto: imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

BECKER, Beatriz; TEIXEIRA, Juliana. **Narrativas jornalísticas audiovisuais: um estudo dos efeitos da convergência no JN e no UOL**. Revista Galáxia, São Paulo, n. 18, p.232-246, dez. 2009.

BELTRÃO, Luiz. **Subsídios para uma teoria da comunicação de massa**. São Paulo: Summus, 1986.

BENITO, Ángel. **Teoría general de la información I**. Madri: IMNASA, 1971.

_____, Ángel. **La socialización del poder de informar**. Madri: Ediciones Pirámide, 1978.

BERGAMO, Alexandre. A reconfiguração do público. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. (Org.). **História da Televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.

_____. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido**: a orientação do homem moderno. Petrópolis: Vozes, 2004.

BERLO, Devid K. **El proceso de la comunicación**. Buenos Aires: Editorial El Ateneo, 2000.

BERROCAL GONZALO, Salomé. GARCÍA DE TORRES, Elvira. Comunicación e información en internet. In: GALDÓN, Gabriel (coord.). **Introducción a la comunicación y a la información**. Barcelona: Ariel, 2001.

BLASQUES, Marcia Aparecida Silva. **Navegar é preciso**: jornalismo, autoria e colaboração. São Paulo: USP, 2010. 221 p. Tese (Doutorado) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

BLÁZQUEZ, Niceto. **El desafío ético de la información**. Salamanca, Espanha: San Esteban, 2000.

BONNER, William. **Jornal Nacional**: modo de fazer. São Paulo: Globo, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**, seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrاند Brasil, 2000.

BRASIL, André; MIGLIORIN, César. **Biopolítica do amador**: generalização de uma prática, limites de um conceito. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 20, p. 84-94, dez. 2010.

BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. **Rede Globo**: 40 anos de poder e hegemonia. São Paulo: Paulus, 2005.

_____; SIMÕES, Denis Gerson. A reconfiguração do mercado de televisão pré-digitalização. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

CARRO, María Jesús Casals. **Periodismo y sentido de la realidad**: teoría y análisis de la narrativa periodística. Madri: Editorial Fragua, 2005.

CASADEVALL, Imma Tubella; PASCUAL, Jordi Alberich. **Comprender los media:** en la sociedad de la información. Barcelona: Editorial UOC, 2012.

CASANOVA Y TODOLÍ, Ubaldo de. **Apuntes para una reflexión sobre la profesión periodística y el oficio de escribir.** Salamanca, Espanha: Amarú Ediciones, 2005.

CASERO, Andreu; MARZAL, Javier (editores). **Periodismo en televisión:** nuevos horizontes, nuevas tendencias. Zamora, Espanha: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2011.

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

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação:** economia, sociedade e cultura. Vol. I: A Sociedade em Rede Trad.: Klauss Brandini Gerhardt e Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Edit. Paz e Terra, 1998.

_____. **Comunicación y poder.** Madri: Alianza editorial, 2009.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. **Información televisiva:** mediaciones, contenidos, expresión y programación. Madri: Editorial Síntesis, 2003.

_____. **La información en televisión:** obsesión mercantil y política. Editorial Gedisa: Barcelona, 2004.

CESAREO, Giovanni. **Es noticia:** fuentes, procesos, tecnologías y temas en el aparato informativo. Barcelona, Editora Mitre: 1986.

CHILLÓN, José Manuel. **Filosofía del periodismo.** Razón, libertad, información. Madri: Editorial Frágua, 2010.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2008.

CITIZENSIDE, 2012. **Citizenside, the global news community.** Acesso em: 01 maio de 2012. Disponível em: <<http://www.citizenside.com>>.

CORCUFF, Philippe. **As Novas Sociologias:** construções da realidade social. São Paulo: Edusc, 2001.

COROMINAS, Joan. **Breve diccionario etimológico de la lengua castellana.** Madri: Editorial Gredos, 2006.

CORREIA, João Carlos. **A teoria da comunicação de Alfred Schutz.** Lisboa: Livros Horizonte, 2005.

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo como serviço público no Brasil: reflexões sobre o exercício do direito à comunicação no Jornal Nacional/TV Globo. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **40 anos do telejornalismo em Rede Nacional: olhares críticos.** Florianópolis: Insular, 2009a.

_____. Lógicas de produção do real no telejornal: a incorporação do público como legitimador do conhecimento oferecido nos telenoticiários. In: GOMES, Itania Maria Mota (org.). **Televisão e Realidade**. Salvador: EDUFBA, 2009b. p. 105-123.

_____; MUSSE, Christina. Telejornalismo, narrativa e identidade: a construção dos desejos do Brasil no Jornal Nacional. **Revista ALTERJOR**, São Paulo, v. 1, n. 1, jan.-dez. 2010.

_____. Telejornalismo e Público: sobre vínculos com o cidadão, convertido em audiência. In: PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo; _____. **O Brasil (é) ditado**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 21-42.

CUNHA, Antônio Geraldo da. **Dicionário etimológico Nova Fronteira da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

DANS, Enrique. **Todo va a cambiar**: tecnología y evolución: adaptarse o desaparecer. Barcelona: Deusto (Grupo Planeta), 2010.

DGC. **Direção Geral de Comercialização**. Disponível em: <<http://comercial2.redeglobo.com.br/programacao/Pages/jornal-nacional.aspx#>>. Acesso em: 17 dez. 2012.

DIEZHANDINO, María Pilar. **El quehacer informativo**: el “arte de escribir” un texto periodístico. Algunas nociones validas para periodistas. Bilbao, Espanha: Servicio Editorial de na Universidad del País Vasco, 1994.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

ESPIRITUSANTO, Oscar; RODRÍGUEZ, Paula Gonzalo. **Periodismo ciudadano**: evolución positiva de la comunicación. Barcelona: Ariel, 2011.

ESTADÃO. **Foto de Bin Laden morto é falsa**. Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/radar-global/foto-de-bin-laden-morto-e-falsa/>. Acesso em: 01 jan. 2012.

FAUSTO NETO, Antônio. Papel da televisão nas eleições presidenciais de 2002. In: **Mídia e Política**, 2003, Pelotas, v. 1, n. 1, 2003.

FRANÇA, Vera Veiga; HOHFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz Mauro Sá (orgs.). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. A atualidade no jornalismo. In: FAUSTO NETO, Antônio et al. **Práticas midiáticas e espaço público**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

FECHINE, Yvana; FIGUEIRÔA, Alexandre. Cinema e televisão no contexto da transmediação. In: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco. **História da televisão no Brasil**: do início aos dias de hoje. São Paulo: Contexto, 2010.

FERRER, Eulalio. **Información y comunicación**. México: Tezontle, 1997.

FIGUEROA PÉREZ, Gabriel. **El nuevo orden informativo internacional y el nuevo periodismo: periodismo ciudadano en la sociedad de la información: el caso de la red de diarios ciudadanos de Chile**. Madri: UCM, 2011. 443p. Tese (Doutorado). Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madri, 2011.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise do conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

G1. **G1**. Disponível em: <<http://www.g1.com.br>>. Acesso em: 19 dez. 2011.

GALDÓN, Gabriel. Información, desinformación y manipulación. In: _____ (coord.). **Introducción a la comunicación y a la información**. Barcelona: Ariel, 2001.

GARCÍA, Jaime Barroso. **Realización de los géneros televisivos**. Madri: Editora Síntesis, 2002.

GARCÍA JIMÉNEZ, Leonarda. **Las teorías de la comunicación en España**. Madri: Tecnos, 2007.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo: como se forma el presente**. Barcelona: Paidós, 2001.

GONZÁLEZ, Joaquín Sotelo; SÁNCHEZ, Javier Sierra. Un nuevo modelo de comunicación reticular. In: VIVAR, Jesús Miguel Flores; RAMÍREZ, Francisco Esteve (editores). **Periodismo Web 2.0**. Madri, Editorial Fragua, 2009.

GORDILLO, Inmaculada. **La hipertelevisión: géneros y formatos**. Quito, Chile: Ciespa, 2009.

HARCUP, Tony. **The ethical journalist**. Londres: SAGE Publications, 2007.

HERSCOVITZ, Heloíza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

IBGE. **Pesquisa Nacional por amostras de domicílios: sínteses de indicadores – 2009**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 12 dez. 2011.

IGARTUA PEROSANZ, Juan José. **Métodos cuantitativos de investigación en comunicación**. Barcelona: Bosch, 2006.

IRAMAIN, Juan Luis. En definitiva, ¿qué es la comunicación? In: ENZ, Angélica; FANTIN, Roxana; LAHARRAGUE, Isabel (ed.). **Comunicar para el cambio social**. Buenos Aires: La Crujía, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENSEN, Klaus Bruhn; JANKOWSKI, Nicholas W. (orgs.). **Metodologias cualitativas de investigacion en comunicacion de masas**. Barcelona: Bosh Casa Editorial, 1993.

KAPUŚCIŃSKI, Ryszard. **Los cinco sentidos del periodista** (estar, ver, oír, compartir, pensar). México: Fundación para um Nuevo Periodismo Iberoamericano, FCE Madrid, 2005.

KNEIPP, Valquíria A. Passos. **O Critério de Noticiabilidade do SPTV 2ª Edição no Caso Covas**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28. São Paulo: Intercom, 2005. Disponível em: <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17339/1/R1050-1.pdf>>. Acesso em: 30 fev. 2008.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; IORIO, Fabio Mario; VIEIRA, João Pedro Dias (orgs.). **Horizontes do jornalismo**: formação superior, perspectivas teóricas e novas práticas profissionais. Rio de Janeiro: E-papers, 2011.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Editora Ática, 1993.

LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

LECAROS, María José. **Ética periodística**. Santiago, Chile: Pontifica Universidad Católica de Chile, 1989.

LIMEIRA, Michele Boff da Silva. **Comunicação e diálogo na Rede Vida**: um olhar interacionista sobre o jornalismo. Porto Alegre: PUCRS, 2005. Tese (Doutorado) - Faculdade de Comunicação Social, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

LINDEMANN, Cristiane. **O perfil da notícia no webjornalismo participativo: uma análise do canal VC Repórter no portal Terra**. Porto Alegre: UFRGS, 2008. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

LOSADA, Alejandro Salgado (coord.). **Creatividad en televisión: entretenimiento y ficción**. Madri: Editorial Fragua, 2010.

MACIÁ MERCADÉ, Juan. **Comunicación y personas**: temas de periodismo, publicidad y propaganda. Madrid: Editorial Universitas, S. A., 2006.

MACIEL, Pedro. **Jornalismo de Televisão**. Porto Alegre: Sagra, 1993.

MACQUAIL, Denis. **McQuail's mass communication theory**. Londres: SAGE, 2005.

MARTÍN SERRANO, Manuel. **Teoría de la comunicación**: la comunicación, la vida y la sociedad. Madri: McGraw-Hill, 2010.

MARTINS, Simone Teixeira . A construção da notícia no telejornalismo local: uma análise da rotina de produção do Jornal da Alterosa Edição Regional. In: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2008. 1 CD-ROM.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria.** São Paulo: Paulus, 2009.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo: compreensão e reinvenção.** São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. **Teoria da comunicação: paradigmas latino americanos.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

_____. **Classificação das unidades comunicacionais.** Disciplina: Gêneros da Comunicação de Massa. São Bernardo do Campo: Umesp, Cecom, PósCom, 1997.

_____. **A opinião no jornalismo brasileiro.** Petrópolis: Vozes, 1985.

MARTÍN ALGARRA, Manuel. **Teoría de la comunicación: una propuesta.** Madri: Tecnos, 2003.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

MATELSKI, Marilyn. **Ética en los informativos de televisión.** Madri: Focal Press, 1992.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

MAYO, Enrique Castelló. **La producción mediática de la realidad.** Madri, Laberinto, 2004.

MAYORAL, Javier et al. **Redacción periodística en televisión.** Madri: Editorial Síntesis, 2008.

MELLO E SOUZA, Cláudio. **JN: 15 anos de história.** Rio de Janeiro, Rede Globo de Televisão, 1984.

MEMÓRIA GLOBO. **Jornal Nacional: a notícia faz história.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

MENDES, Conrado Moreira. **A expressão e o conteúdo da fala do Jornal Nacional.** Belo Horizonte: UFMG, 2009. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Letras, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Universidade Federal de Belo Horizonte. Belo Horizonte, 2009.

MONGAY, Fernando García. **Los caminos de las noticias: de las palomas mensajeras al periodismo digital.** Zaragoza: IberCaja, 2006.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais.** Investigações em psicologia social. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

MOYA, Juan A. Gaitán. RAIGADA, José L. Piñuel. **Técnica de investigación en comunicación social: elaboración y registro de datos.** Madri: Editorial Síntesis, 2010.

NACHBIN, Luís. O vôo solo do videojornalismo. In: RODRIGUES, Ernesto (org.). **No próximo bloco...** O jornalismo brasileiro na TV e na internet. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; São Paulo: Loyola, 2005.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

NEWTON, Julianne H. The guardian of the real. In: ZELIZER, Barbie (ed.) **The changing faces of journalism**: tabloidization, technology and truthiness. Nova Iorque: Routledge, 2009.

OLIVA, Llúcia; SITJÀ, Xavier. **Las noticias en radio y televisión**: periodismo audiovisual en el siglo XXI. Barcelona: Omega, 2007.

ORTIZ, R. **Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983.

PAGLIA, Ernesto. **O diário de bordo do JN no ar**: cruzando um país numa cobertura histórica. São Paulo: Globo, 2011.

PASTORIZA, Francisco Rodríguez. **La mirada en el cristal**. La información en televisión. Madri: Editorial Fragua, 2003

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

PE360GRAUS. **Internautas contribuem com informações sobre a chuva**. Disponível em: <<http://www.pe360graus.com>>. Acesso em: 19 jun. 2010.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

PICCININ, Fabiana. Edição na TV: olhares híbridos no tratamento da notícia. In: FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio de Azeredo; _____ (orgs.). **Edição de imagens em jornalismo**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2008.

PINEDA DE ALCÁZAR, Migdalia. Los procesos de la comunicación a la luz de los medios interactivos. In: VASSALLO DE LOPES, Maria Immacolata; FUENTES NAVARRO, Raúl (comps). **Comunicación**: campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas. Guadalajara, México: Edotorial Pandora, 2005.

POSTMAN, Neil; POWERS, Steve. What is news? In: DUFFY, Brooke Erin; TUROW, Joseph (editors). **Key readings in media today**. Mass communication in contexts. Nova Iorque: Routledge, 2009.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**. Comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007

PUENTE, Soledad. **Televisión**: la noticia se cuenta. Como informar utilizando la estructura dramática. México: Alfaomega, 1999.

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

_____. 60 anos de jornalismo na TV brasileira: percalços e conquistas. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (orgs.). **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. Florianópolis: Insular, 2010.

ROSE, Diana. Análise de imagens em movimento. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2002.

RHEINGOLD, Howard. Periodismo ciudadano: ¿Por qué las democracias deberían depender de él?, y ¿por qué el periodismo digital no es suficiente?. In: ESPIRITUSANTO, Oscar; RODRÍGUEZ, Paula Gonzalo. **Periodismo ciudadano: evolución positiva de la comunicación**. Madrid: Fundación Telefónica, 2011

RIVADENEIRA PRADA, Raúl. **Periodismo: la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación**. México: Editorial Trillas, 1977.

SÁBADA, Teresa. **Framing: el encuadre de las noticias: el binômio terrorismo-medios**. Buenos Aires: La Crujía, 2007.

SAPERAS, Enric. **Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas**. Lisboa: Edições Asa, 2000.

SANTAELLA, Lúcia. Por uma epistemologia das imagens tecnológicas: seus modos de apresentar, indicar e representar a realidade. In: ARAÚJO, Denize Correa (ed.). **Imagem (Ir) realidade**. Porto Alegre: Sulinas, 2006.

SARAMAGO, José. ¿Para qué sirve la comunicación? In: SARAMAGO, José; OÉ, Kenzaburo; MATTELART, Armand; ROMONET, Ignacio; et al. **El mito internet**. Santiago, Chile: Le Monde Diplomatique, 2002.

SCHUTZ, Alfred. **El problema de la realidad social**. Madrid, Amorrortu, 2004.

SCOLARI, C. A. A construção de mundos possíveis se tornou um processo coletivo. **Matrizes**, São Paulo, nº 2 – Ano 4, p.127-136, jan.-jun. de 2011.

SEARLE, John. **La construcción de la realidad social**. Barcelona: Paidós, 1997.

SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de; VIZEU, Alfredo. Los ciudadanos y el periodismo: la visión de los colaboradores del citizenside. **Revista Ámbitos**. No prelo, 2013.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SOUZA E SILVA, Adriana. Do ciber ao híbrido: Tecnologias móveis como interfaces de espaços híbridos. In: ARAÚJO, Denize Correa (ed.). **Imagem (Ir) realidade**. Porto Alegre: Sulinas, 2006.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no telejornalismo**. Vitória, Espírito Santo: EspaçoLivros, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**, porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2. ed., 2005.

_____. **Teorias do jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2. ed., 2008.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **Juventude e Televisão**: um estudo do Jornal Nacional entre jovens universitários cariocas. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

_____. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus Editorial, 2011.

TSUI, Lokman. Rethinking Journalism through technology. In: ZELIZER, Barbie (ed.) **The changing faces of journalism**: tabloidization, technology and truthiness. Nova Iorque: Routledge, 2009.

VALDEBUENA DE LA FUENTE, Felicísimo. **Teoría general de la información**. Madri: Editorial Noesis, 1997.

VIDAL, Delcia Maria de Mattos. **Imprensa, jornalismo e interesse público**: perspectivas de renovação – a notícia cidadã. Brasília: UnB, 2009. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

VILCHES, Lorenzo. **La televisión. Los efectos del bien y del mal**. Barcelona: Paidós, 1996.

VIZEU, Alfredo; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. **Mediadores públicos: as imagens em destaque**. In: XXXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2011, Recife. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2011. 1 CD-ROM.

_____; ROCHA, Heitor; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. **Telejornalismo**: da audiência presumida aos co-produtores da notícia. In: XXXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2010, Caxias do Sul. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2010. 1 CD-ROM.

_____; SIQUEIRA, Fabiana Cardoso de. **O telejornalismo**: o lugar de referência e a revolução das fontes. In: 7º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2009, São Paulo. A pesquisa em jornalismo em um mundo em transformação. São Paulo : Sbpjor, 2009.

_____; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: _____ (org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

_____. **O telejornalismo como lugar de referência: a redução da complexidade nas sociedades contemporâneas**. In: VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2008, São Paulo. Disponível em :

<<http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/coordenada5alfredovizeu.pdf>>.

Acesso em: 12 out. 2011.

_____. **Decidindo o que é notícia:** os bastidores do telejornalismo. Porto Alegre: Edipucrs, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 1997.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Porto Alegre: Sulina, 2007.

ŽIŽEK, Slavoj. **Bem-vindo ao deserto do real!** Cinco ensaios sobre 11 de setembro e datas relacionadas. São Paulo: Boitempo, 2003.

Apêndice A – Entrevista com William Bonner

Entrevista realizada com o editor-chefe do Jornal Nacional, em 23 de outubro de 2011, na redação do JN, no Rio de Janeiro.

Você está há bastante tempo no *Jornal Nacional*. Já acompanhou várias mudanças. O *Jornal Nacional*, hoje tem mais de 40 anos...

William Bonner: 42

Ao longo desse processo, a partir dos anos 2000, com a tecnologia digital mudou um pouco a lógica de captação de imagens. Por que, antes as cenas das equipes de reportagem eram provenientes dos cinegrafistas das emissoras e das agências de notícias. Hoje em dia, qualquer pessoa pode captar por meio de celular, pode disponibilizar esse material. Eu queria saber se isso, de alguma forma, alterou a maneira de fazer jornalismo ou você acha que não?

William Bonner: Eu acho que não. Acho assim... Você botou, sei lá, início dos anos 2000 essa modificação, pode ser. Eu não saberia dizer com precisão qual foi o momento em que as câmeras que filmam começaram a se popularizar em telefones celulares que filmam também. Eu lembro até de uma discussão que havia: “Pra que eu quero uma câmera em meu celular?”. Já houve essa discussão. Hoje, você não encontra um celular sem câmera, mas é preciso que a gente considere duas coisas: antes dessa popularização, já existiam cinegrafistas amadores. Alguns tinham máquinas de super-8, é uma película de uso doméstico. Depois vieram as *camcorders*. Ainda nos anos 80, as câmeras de VHS capazes de gravar. Antes delas, havia câmeras separadas do gravador de VHS, então, eu me lembro do primeiro aparelho de VHS que gravava, que eu vi na minha vida, portátil. Um amigo meu tinha. Eu estava na faculdade, foi nos anos 80, 84, 83... Então, não é algo assim tão recente essa oferta de filmes. Agora, você tá certa quando você diz que a oferta aumentou estupidamente, só que tem uma coisa que não muda, que é o critério para a exibição dessas imagens. Por mais que eu tenha, hoje, uma oferta muito maior de imagens, os meus critérios para exibição, os “meus” (eu tô falando do jornalismo da TV Globo), eles continuam os mesmos. só são exibidas imagens cuja relevância jornalística é inquestionável e cuja qualidade permite acrescentar, agregar valor ao material jornalístico que a gente quer exibir. E são duas condições que nos permitem discutir se vamos ou não exibir, mas tem uma terceira que é a cabal. Eu só exibo, independentemente das outras duas questões, eu só exibo na Globo alguma coisa se eu tiver a autenticidade dela comprovada. Nos últimos tempos, justamente em função do aumento da oferta, nós nos vimos numa situação muito específica que foi a da cobertura de alguns eventos relativos à chamada “Primavera Árabe”. Alguns países impõem restrições muito fortes. É o caso da Síria. A Síria impõem restrições fortíssimas ao trabalho da imprensa internacional, no entanto,

a profusão de câmeras permite que cidadãos comuns postem na internet, como no *YouTube*, algumas imagens e atribuam a elas informações. Nessa situação, a gente tem que considerar o fato de que é impossível eu comprovar a autenticidade, no entanto, há ali, aparentemente, veracidade naquelas imagens. Então, você cruza essas duas informações e permite ao público saber que você não tem como atestar a veracidade daquilo, ao público dividir com você, saber em que condições estamos exibindo as imagens. São imagens exibidas da internet, cuja autenticidade é impossível verificar. O trabalho da imprensa lá é super-restrito, então na Síria, particularmente, isso aconteceu muito e se não me engano, houve no Irã, manifestações no Irã, que também tiveram essa característica. Usaram redes sociais, twitter e tal para... para falar das manifestações que havia lá em Teerã contra o governo e algumas imagens foram parar no *YouTube* também, mas esses três critérios são fundamentais “pra” gente: a relevância jornalística, a qualidade da imagem como agregadora de valor ao produto jornalístico e a autenticidade da imagem. Se você não tiver essas três características, dificilmente você vai exibir alguma coisa a despeito desse aumento absurdo de oferta.

A questão da qualidade técnica da imagem não é relevante se ela tiver conteúdo jornalístico?

A qualidade técnica... A não ser que seja desastrosa a imagem. Então, você vai ao *YouTube*, mas as imagens não permitem ver absolutamente nada e as pessoas atribuem alguma informação a aquilo. Aí, realmente, não faz sentido. Não me lembro de ter posto no ar nada parecido com isso. Agora, recentemente, na morte do Kadhafi tinha umas imagens muito ruins, mas ainda sim você via o rosto do Kadhafi. Era celular, claramente, filmado com celular e um celular que não era grande coisa, mas dava para ver a imagem do Kadhafi, tremia, aí tinha uma confusão, muitas pessoas, cabeças, barulho e, de novo, a imagem do Kadhafi, claramente, sem cortes, então, nós exibimos. O mundo inteiro exibiu, mas a qualidade, quando você fala, em sei lá, vídeo amador, imagens captadas com esse filtro... Não é uma imagem de alta qualidade, um tipo de imagem comparável em qualidade com as câmeras profissionais que a gente utiliza, mas não é a qualidade, a não ser como eu te disse, que tenha sido um desastre. A qualidade não é um impeditivo de se exibir uma reportagem, desde que ela atenda aos requisitos que eu mencionei.

E a questão da apuração, acha que em função dessa oferta maior nesse aspecto, porque antes não existia toda essa oferta?

William Bonner: Olha, a oferta era menor, mas quando chegavam imagens de cinegrafista amador, em geral, eram imagens muito específicas, sobre situações específicas. Você tinha um acidente qualquer, a imprensa toda “tava” cobrando e alguém chegou antes da imprensa e pegou um momento, particularmente importante do desastre. A gente analisava a qualidade da imagem, enfim... Mas não havia muito o que comprovar em termos de autenticidade. Era um fato concreto. Você via ali um prédio pegando fogo. Era um prédio pegando fogo, então, não havia essa preocupação. O cuidado tem que ser muito grande. O rigor tem que ser muito, muito grande, porque com a popularização das

câmeras nós passamos a receber ofertas, as vezes, também de outras coisas que não são apenas acidentes. Sei lá, uma denúncia de... Um suposta denúncia de corrupção. Então, tem gente que grava uma conversa telefônica, por exemplo. Aí eu já não “tô” falando de imagem, “tô” falando de som. Gravação de conversa telefônica só pode ser exibida se tiver autorização judicial. Não é qualquer um. E a gente faz essa observação. As gravações foram feitas com a autorização da justiça é uma... É um chavão que a gente repete aqui, mas ele é... Como eu vou dizer? Ele é quase que um atestado da nossa... Do nosso cuidado em não transgredir a lei e em não levar ao público algo que tenha sido captado ilegalmente. Com relação às imagens, obviamente, eu não posso botar no ar nada cuja comprovação eu não tenho. Então, uma denúncia de corrupção, eu ligo uma câmera, uma conversa a dois, sem que eu consiga identificar os participantes claramente, eu não posso usar. Semana passada, nós usamos um material dessa natureza, em que o personagem é claramente identificável e a filmagem foi feita, embora com uma câmera dessas bem miúdas, foi feita pela própria polícia numa investigação de corrupção contra um juiz do Piauí numa situação em que “tô” seguro. A polícia filmou, aquele é o juiz identificável claramente na imagem. O que ele diz não tem o menor corte, você vê aquilo claramente, então, esse tipo de situação permite a publicação sem menores problemas.

Então, existe um cuidado na seleção de todo esse material?

Como a gente tem que ter cuidado em tudo o que bota no ar. O *Jornal Nacional* é um dos telejornais da Globo. Os princípios editoriais recentemente publicados, tornados públicos, também abordam a questão das imagens. Eu não sei se você teve acesso?

Sim. Você acha que o jornalismo “tá” mudando, hoje em dia, ou não? O jornalismo é o que era há algum tempo atrás?

Olha, eu te diria que a oferta maior de imagens, dependendo do veículo que “tá” utilizando, pode não significar, necessariamente, um aumento da qualidade daquilo que você tá exibindo. Eu, particularmente, sou muito crítico em relação a profusão do uso de imagens de câmeras de vigilância. Hoje em dia, você tem câmeras de vigilância em toda parte. Essas câmeras podem registrar fatos verdadeiramente relevantes. Eu te dou um exemplo da morte do rapaz do *AfroReggae*, no Rio de Janeiro. A câmera permitiu que a gente visse policiais desprezando um rapaz ferido no chão e depois, levando embora objetos dele e ele morreu. Ao invés de prestarem socorro, eles foram achar o ladrão que tinha atacado o “cara”. Isso é um crime, absurdo. Então, obviamente, há relevância numa imagem dessa natureza, mas eu vejo nos telejornais, que não no *Jornal Nacional*... Eu vejo nos telejornais uma profusão de imagens absolutamente desnecessárias. Assalto a uma casa lotérica... É a imagem mais comum, hoje: assalto a casa lotérica. Qual é o sentido de mostrar isso, né? Tem um certo tom de... Uma certa característica de espetáculo. É o crime registrado por câmeras, mas isso já se banalizou de tal maneira, que eu acho que deveria haver uma reflexão maior por parte das pessoas que tratam desse assunto, que são os editores de telejornalismo, se de fato aquilo tem relevância para ser exibido em

rede nacional. Não leva absolutamente a nada. Uma imagem pode ser muito útil para a identificação de um criminoso responsável por um crime de grande gravidade e repercussão. Aí num caso como esse, numa câmera que dê para identificar um bandido foragido tem utilidade social. É algo que se pode resolver com trinta, vinte segundos. Em vinte segundos você mostra a imagem e “tá” feito. Mas o que eu vejo, sobretudo, em programas sensacionalistas vespertinos de concorrentes da TV Globo, é o uso em profusão disso sem a menor, sem a menor relevância. Apenas o espetáculo pelo espetáculo. Existem programas dedicados exclusivamente a isso nos Estados Unidos: o *Amazing Videos*. É um programa que até uma das concorrentes da Globo exibe aí, diariamente. É isso. É câmera de polícia. Lá nos Estados Unidos, eles colocam câmeras em carros de polícia, de helicópteros da polícia. Você fica vendo cenas de perseguição, capotamento. Eu te diria que isso tá mais ligado ao entretenimento. Eu não vou entrar na questão se é de bom gosto ou não é, mas é entretenimento, não é notícia. Para ser notícia, tem que ter relevância, caso contrário, você “tá” perdendo tempo, “tá” jogando fora tempo do teu telejornal. Trocando coisas de relevância por distração, por entretenimento.

Apêndice B – Entrevista com Charles Tricot

Entrevista realizada com o editor de texto e produtor do Jornal Nacional, na Rede Globo Nordeste, realizada em 20 de dezembro de 2012, na redação da Rede Globo Nordeste, em Pernambuco.

Há quanto tempo você está trabalhando na edição do JN, trabalhando na edição da rede?

Charles Tricot: No JN, no total, são doze anos de *Jornal Nacional*. Aqui na Globo, como coordenador, editor e produtor, oito anos.

E antes?

Charles Tricot: Antes eu era editor de rede, da TV Sergipe, em Aracaju, e era responsável também pela edição e produção do jornal [JN]. Como era afiliada, tinha um núcleo de rede que eu coordenava.

Explica um pouco como funciona o trabalho aqui [Rede Globo Nordeste, Pernambuco] em relação ao JN?

Charles Tricot: O trabalho no JN, geralmente, é um trabalho um pouco isolado, porque nas outras afiliadas, inclusive, praças da Globo, você tem um núcleo maior, com um maior número de pessoas. Então, você tem chefe de produção, de redação, coordenador, produtor, estagiários, fazendo o *Jornal Nacional*, como é o caso de Brasília e Belo Horizonte. E até algumas afiliadas têm uma estrutura grande, como é o caso da Verdes Mares, que é a afiliada do Ceará, que tem um bom grupo de rede para fazer o *Jornal Nacional*. Aqui, no caso, faço um trabalho muito só e envolve o seguinte: eu tenho que ver a produção do dia, do factual. Eu passo o factual todo do que “tá” acontecendo no Estado para o jornal, para ver se eles têm interesse de entrar na história ou não. Se tiver interesse, a gente tem que fazer toda uma modificação de cinegrafista, de repórter, colocar os repórteres de rede definidos por eles como repórteres que entram no *Jornal Nacional*, que não são todos. Alguns repórteres de cada praça. Na maioria das afiliadas é um só. Aqui na Globo Nordeste, nós ainda temos um número

maior de repórteres que entram, mas aí tem que se redefinir cinegrafista, colocar na rua e é uma operação totalmente diferente de uma operação local.

O fato de se ter imagens, por exemplo, de “cinegrafistas amadores” (é como o *Jornal Nacional* chama essas pessoas que não são repórteres cinematográficos, nem pessoal de agências de notícia, nem assessoria de imprensa)... No caso de ter uma imagem de algum acontecimento, isso aí já é o ponto de partida para uma reportagem, para um assunto do *Jornal Nacional* ou não?

Charles Tricot: Sim, sem dúvida alguma. Eu acho que hoje em dia, com o acesso muito fácil a obtenção da imagem, todo mundo tem um celular que tem câmera e as pessoas sabem mexer, têm acesso à tecnologia, que se tornou muito acessível, né? Antigamente não era, era mais restrito aos meios de comunicação. As pessoas têm participado e, sim, dependendo da importância da imagem, da qualidade para que ela possa ser usada, porque existe um padrão mínimo de qualidade, a gente tem que obedecer isso, não adianta. Mas a gente obtendo a autorização do uso dessa imagem, que é preciso ter, né, autorização, sem problema nenhum entra no *Jornal Nacional* e pode até, numa única imagem, virar uma grande reportagem ou a partir de uma boa imagem várias reportagens serem feitas, serem exibidas pelo jornal. Isso aí eu acho que é uma nova realidade que é muito boa para o jornalismo, porque é aquela história do George Orwell, do livro 1984, do “Big Brother”, do grande olho, que a ideia era essa de que daqui para a frente termos um olho em cada... Um olho digital em cada indivíduo, seguindo cada indivíduo vinte e quatro horas por dia. Eu acho que a tendência é você usar isso cada vez mais. Hoje em dia, eu ainda acredito que boa parte do jornalismo se faz em função da colaboração do telespectador. O *Jornal Nacional* por ser o jornal de maior audiência no Brasil, é um jornal em que você vai ter uma qualidade maior, uma pauta muito boa para poder entrar, agora, entra sem dificuldade nenhuma. Só lembrando, o fim daquela outra pergunta que ficou suspensa, depois do oferecimento da pauta diária, que a gente tem que mudar as nossas equipes, se eles querem a gente muda isso e tem também o oferecimento de pautas frias que a gente produz, dentro do Estado, seja de economia, cultura, o que possa vir a interessar de destaque nacional. Produzimos as matérias e “vendemos” a pauta. Eles aprovando, além do factual, a gente segue para a produção e a edição dessas pautas e a consequente veiculação delas, né.

Você também faz plantão no *Jornal Nacional* aos sábados [no Rio de Janeiro]?

Charles Tricot: Sim, sim. Alguns plantões, sim. Aos sábados *Jornal Nacional* e domingos, o *Fantástico*.

Você lembra de algum caso que você tenha encaminhado imagem de coprodução para o *Jornal Nacional*?

Charles Tricot: A gente tem algumas coisas interessantes. Do *Noar*, nós usamos quando teve a queda. O “cara” tava no estacionamento, tinha um indivíduo com um celular no estacionamento e a imagem que o *Jornal Nacional* e os jornais de rede usaram do avião caindo é um registro de celular, que ele tava no estacionamento próximo a praia de Boa Viagem e conseguiu esse flagrante, justamente, do avião vindo, caindo. Você não vê quando ele toca ao chão, mas vê toda a queda e consequentemente a explosão. Esse é o exemplo clássico.

Por que essas imagens estão indo ao ar? Qual o critério você acha que está envolvido nesse tipo de imagem?

Charles Tricot: A notícia. Eu acho que se for notícia entra. Você ter a notícia na mão. A qualidade dela as vezes não é tão boa, mas você tem a notícia. Existe um padrão mínimo de entrar, mas se você conseguir olhar, você vai ter a notícia.

Não é tentar reproduzir o que aconteceu? O flagrante?

Charles Tricot: Eu acho assim, o flagrante único e a notícia são muito parecidos. O flagrante é a notícia, a notícia em si. Você tem o que ninguém tem. Você estava no local onde caiu o avião, um local onde as equipes de TV iriam demorar horas para chegar, que as equipes dos outros jornais, rádio, TV, jornais imprenso, qualquer tipo de mídia, iriam demorar horas a chegar, você tinha uma pessoa lá registrando aquilo. Então, você tinha o factóide, mas você tinha a notícia, que só você tinha aquela imagem.

Isso é o diferencial?

Charles Tricot: É o grande diferencial. É aquela que vale para qualquer coisa na vida. Você estar no lugar certo, na hora certa. Você estar no lugar certo, na hora certa, as pessoas sempre estiveram, mesmo que não fossem jornalistas, mas agora elas têm uma tecnologia em mãos, elas têm uma câmera. Então, agora, é muito fácil qualquer um “tá” perto da notícia, ou seja, a notícia chega pra nós, em termos de imagem, num processo muito mais rápido do que a dez anos atrás.

Você acha que o *Jornal Nacional*, em si, “seleciona” essas imagens também para tentar fazer com que as pessoas que estão assistindo se vejam representadas ali ou não tem esse viés?

Charles Tricot: Eu acho que não. Eu acho que... É claro que se você estiver mostrando uma enchente na marginal do Tietê, que é maior cidade do país (porque se você fosse entrar com enchente aqui no Recife, dificilmente entraria). Mas você tem uma enchente no Tietê e tem milhares de pessoas preocupadas e aí o pessoal vai ver aquilo e vai achar, vai se identificar como se a matéria fosse para ele, mas não é isso, ou seja, influencia no fato dele... Ele todo dia usar o Tietê, mas eu acho que não é feito em consequência da pessoa. Eu acho que é feito em consequência da cidade, da notícia. Interessa ao cidadão de São Paulo, seja quem for, quem passar no Tietê ou não a história, uma imagem inédita de um caminhão caindo e flutuando no Tietê, porque a água tapou os carros, entendeu? Eu continuo a acreditar que é a força do registro, da notícia. Você ter acesso a imagem que antigamente você não tinha.

Não tem uma questão da aproximação, tornar as pessoas mais próximas da notícia, vivenciando aquela notícia também? Reproduzir aquele real representado na forma de imagens?

Charles Tricot: Eu não sei. Eu acho assim, que as pessoas sempre vivenciaram a notícia, se elas estão onde a notícia está acontecendo. O diferencial é que agora elas podem participar do processo. Também não adianta nada você registrar uma foto e você não ligar para uma emissora para dizer que você tem. Agora a gente também não pode descartar que muita gente - oitenta por cento ou setenta por cento de quem faz isso – quer um retorno financeiro. Então, as pessoas querem participar do processo da notícia, visando um lucro econômico, também. Para o jornal o interesse é ter a notícia. Então, é uma troca, agora eu ainda acho que só é viável, é possível, em função das mudanças econômicas no país e da possibilidade de qualquer um ter uma câmera que grave as coisas. Antigamente você não tinha uma câmera, imagine uma câmera HD. Eu sou do tempo... Eu só não peguei filme, mas de U-Matic para cá, eu peguei tudo. Na Bandeirantes, eu fui chefe durante seis anos, fazia o *Jornal da Band* com Paulo Henrique Amorim, também era um jornal de rede, só não era nacional, mas era o mesmo processo, entendeu? Era a mesma, era a mesma dinâmica da dificuldade. Uma câmera HD era vinte mil dólares, cinquenta mil dólares. Hoje em dia, você compra um celular, trezentos reais, que tem câmera em HD. Uma máquina fotográfica HD por quatrocentos reais e aí você tem uma qualidade em mãos para entrar em qualquer lugar, porque é aquela coisa que você deixa de ter uma equipe de cem pessoas e passa a ter uma equipe de cem mil.

E você acha que tem uma diferença entre o que é jornalismo e o que é esse registro, essas imagens feitas por pessoas que não são jornalistas?

Charles Tricot: Eu acho que tudo depende da linguagem. Eu não posso... Eu acho que é jornalismo o que eles fazem, só que sem saber. O tratamento da notícia só pode ser dado de forma adequada por quem trabalha ela, por profissionais ligados à ela. A forma em que essa notícia vai ser processada para chegar à população é uma coisa que vai depender do indivíduo jornalista, do editor de TV, de todo esse contexto de uma redação de televisão. Agora, eles estão dentro do processo, claro, porque o entusiasmo de tu “fazer” um registro... Por que que tu “pensa” em registrar?

É um registro ou é jornalismo? Já é uma notícia pronta?

Charles Tricot: Não é uma notícia pronta. Então, ela tem que ser tratada. Antes de se ter a notícia pronta, você dá a ela um tratamento e se ter onde veicular ela. Vai ficar lá no álbum de celular dele lá com as fotos da filhinha dele...

Pode colocar na internet e mesmo assim ser um registro?

Charles Tricot: O que vai funcionar levar à internet? Por que eu vou colocar na internet? Por que vou perder meu tempo? Eu acho que tem aí um grande divisor de coisas aí. Uma coisa é o seguinte: um acesso à tecnologia para muita gente. Isso é uma coisa. Outra coisa é o impulso que tu “tenha” jornalístico ou não de levar aquilo adiante. Porque você pode estar com o registro e não se dar conta daquilo. No momento em que você procura um veículo de comunicação, porque você tem uma imagem boa, mesmo você pedindo dinheiro por aquilo, você teve uma instigação, uma... Um processo de, não é de ânimo, como é que eu vou dizer para você? Um processo de estímulo jornalístico. Você viu uma notícia, quis registrar uma notícia e de alguma forma quis veicular essa notícia, mesmo você recebendo por ela, mas você foi atrás de um veículo de comunicação. Porque é o que eu digo... Você tem um grande número de pessoas com tecnologia na mão, mas você vai ter uma pequena parcela desse público que vai achar que aquilo é notícia, vai querer ir atrás daquilo.

E você percebe por parte da Globo um certo estímulo para que as pessoas participem desse processo?

Charles Tricot: Acho que sim. Eu acho que sim, Não que exista nenhuma campanha específica, mas no momento em que você vê na televisão, num jornal como o *Nacional*, que é a maior audiência do nosso país... Você vê esses registros indo ao ar. Se ele fez, por que o meu que eu fiz semana

passada, que eu não ofereci, de um ônibus caindo com dez crianças dentro, pegando fogo ou sei lá o que, também não poderia ter ido? Mas aí você já começa a trabalhar com instinto jornalístico, dinheiro e fama. Porque tem muita gente que só quer fazer aquilo para aparecer. Não necessariamente as pessoas fazem aquilo achando que é jornalismo. Isso não. Eu não concordo com isso. Eu acho que o fato em si é jornalístico para ter o registro de uma notícia, mas o estímulo daquela pessoa não quer dizer que seja jornalístico. Eu acho que é uma parcela muito mínima é um estímulo jornalístico, que nem você tem os motoboys em São Paulo, que ganham... São motoboys que ganham de alguns sites, que é aqueles sites dos motoboys, que eles recebem câmeras para filmar alguma coisa enquanto eles passam na rua. É outra história, mas uma coisa é você ter tecnologia, outra coisa é você trabalhar jornalisticamente ela. Eu acho que é um divisor muito grande de... Também você ter imagem e não ter o veículo...

A questão de ser um flagrante, um momento único, não importa ter muitas pessoas envolvidas no fato, não tem todo o contexto também que é relevante?

Charles Tricot: Eu acho que é a informação. Acho que sempre vai ser a informação. Essa vale ouro. É que nem quando chega aqui alguma coisa que a gente avalia... Antes de ir para o *Jornal Nacional*, quando alguém oferece alguma coisa, a chefia se reúne, a chefia de redação, direção e a chefia de reportagem e avaliam a imagem para os jornais locais. Muitas vezes ela vem, eles oferecem duzentos, as vezes oferecem quinhentos ou mil, porque o que vale mais ou menos, pela raridade da informação, por ser uma notícia mais rara ou por ser um flagrante mais exato.

Quanto mais exato, mais raro, vale mais?

Charles Tricot: Sim. Eu vou dar um exemplo, na esquina da minha rua, explodiu um carro, pegou fogo. Eu estava no banho, olhei pela janela do banheiro, vi o carro pegando fogo. Saí correndo, peguei o meu *I-Phone*, o meu *Smartphone* e tirei uma foto quando eles já estavam apagando o fogo com a água. Eu não tinha mais a chama. Qual é o momento perfeito da notícia? O carro explodindo com a chama. Eu tinha o carro sendo apagado, mesmo assim eu trouxe “pra” cá e “ele” foi veiculado no G1. Colocaram a foto no G1, porque ainda era notícia, mas seria muito mais notícia se tivesse com fogo. Então, por um instante, uma notícia deixou de ser tão relevante para ser irrelevante. Ela continua sendo notícia. Então, é o momento certo que é o grande diferencial. É você ter a tecnologia, ter o registro, ter o estímulo e ter a hora certa, senão não adianta nada. O que que nós tínhamos para editar a matéria da *Noar*? Você tinha o início do aeroporto, a movimentação. Você tinha um jatinho igual. Você tinha a imagem de jatinhos levantando... Aí você tinha para compor a edição aérea do local da queda... Você tinha o avião no chão; as cinzas; a polícia fazendo perícia, mexendo nos corpos. E o que

que você não tinha? A queda, que esse cidadão tinha no móvel. Um celular móvel “tirou” a imagem da queda. Você não tinha ele no chão, mas você tinha ele caindo. Então, era a imagem que faltava para compor uma edição perfeita... E, você ter no lugar dos outros a informação a mais... Não é a mais correta, mas mais completa.

A reportagem poderia igualmente ser feita sem essa imagem, mas ela fez a diferença?

Charles Tricot: Toda a diferença. Você com todo o trabalho jornalístico, com as equipes as equipes de cinegrafistas, repórteres e editores envolvidos sairia uma matéria muito menos interessante do que com essa imagem. É evidente, a gente contaria a história da queda do avião, mas essa imagem do avião caindo, mal feita, porque a imagem “tá” mal feita. A imagem “tá” borrada. A imagem não o aparece explodindo no chão, não aparece ele caindo no chão, mas aparece ele caindo do céu. Deu todo o diferencial na matéria. E entrou em todos os telejornais de rede sem um... Aí eu aproveito para dizer: ninguém me questionou a qualidade daquela imagem. Ninguém me perguntou que imagem ruim, ninguém falou que a imagem “tava” sem foco, ninguém questionou. Por quê? Que bom que nós temos, vai ao ar, ponto, e foi ao ar.

Antigamente existia essa cuidado maior com a imagem, com a qualidade NE?

Charles Tricot. Sim, mas é daí porque você tinha uma obrigatoriedade de ser uma imagem feita por profissionais qualificados para aquilo, com equipamentos caros e qualificados, com equipamentos direcionados para aquilo e aí você tinha uma luta de concorrência em função de qualidade, aliada a informação.

Agora a qualidade é a qualidade da informação?

Charles Tricot: Eu acredito que você tem que ter a qualidade. É óbvio, mas a informação, hoje em dia, ao contrário de alguns anos atrás, tá acima da qualidade. Tá acima da qualidade.

A qualidade técnica da imagem?

Charles Tricot: Exatamente, acima da qualidade técnica da imagem. Você tem um flagrante em qualquer lugar do mundo. Qualquer coisa que você imagine. Pode estar a pior filmagem possível. Se você estiver com o flagrante, ele vai entrar em qualquer televisão do mundo. Na CNN, entra. Agora você tem que ter a imagem. Ninguém questiona a qualidade de imagem se você tem a informação e se é o “cinegrafista amador” que faz, é outro diferencial. Se você manda uma equipe sua, da “casa”, fazer aquilo e vem um material péssimo, você vai cobrar, talvez você nem coloque ao ar e talvez cobrem de

você. E aí eu acho que é uma cobrança do *Jornal Nacional* e de qualquer base do jornal, do editor-chefe e coisa e tal, de você não cobrar a qualidade do cinegrafista amador. Você agradece a contribuição dele. Você não “tá” indo fazer uma cobrança. Mesmo que você pague, você tem que agradecer por ter aquilo que todas as suas equipes, que a sua dinâmica e a sua qualidade não conseguiram alcançar.

E o que faz um registro desses não ir ao ar?

Charles Tricot: Eu acho que não tem nada a ver com qualidade. Tem certas coisas que são unanimidade. O que é unanimidade entra, o que não é, não entra. Você não vai pegar uma cabeça no chão. Para a rede a gente chama de “mundo cão”. Então, foram na FUNAI, tiraram a cabeça da criança, jogaram “pra” fora. Eu nem ofereci porque não vai entrar. Não pode botar, fazer uma imagem da cabeça rolando ou deles degolando o menino de 13 anos, que dificilmente algum veículo vai colocar isso. É uma informação? É a violência, é a nossa vida, mas não vamos veicular isso. Por conta dos critérios editoriais. Aí é a mesma coisa do que eu falo. É um carro pegando fogo, um carro sendo atacado, a carcaça do carro. É a mesma notícia, mas ela vai entrar se você tiver o momento, NE. É a questão do tempo, dos segundos na vida da gente é crucial para qualquer coisa. Inclusive, lá... Não adianta você estar no fato e não se ligar do fato, não, imediatamente, registrar o fato, não processar a ideia de que esse fato é uma notícia, pode chegar a um telejornal, ir adiante, procurar uma emissora de TV... E muitas vezes pode só botar no *YouTube*.

Mas é uma informação ou é jornalismo ali?

Charles Tricot: É uma informação jornalística. Pode não ser uma reportagem jornalística, mas “pra” mim é uma informação jornalística. A queda do avião é uma informação jornalística, não tem como fugir. O caso da *Air France* que eu coordenei, eu acho que foi o trabalho mais difícil que eu tive até hoje na minha vida em edição. Eu recebia muitas coisas. Eu cheguei a receber coisas, mas a gente não podia usar, porque apareciam pedaços de corpos, sabe? Tinha legistas que faziam imagens. Você tinha gente que fazia coisa, mas era assim, ó: era o corpo de uma criança. Aí você tinha alguma coisa que os militares filmaram, mas era um pedaço de um corpo, então, era muito... Aí você muitas vezes tem a notícia, mas a notícia é tão forte e o impacto é tão grande, que você tem que ter um tratamento para o público. É a mesma coisa da queda do avião. A queda do avião da *No ar* foi importante você mostrar o avião caindo, mas ao mesmo tempo você não mostrou nenhum corpo carbonizado no chão, entendeu? Então, eu acho que é toda uma questão de ética, que ainda existe, e da qualidade da informação.

Anexo A – Princípios Editoriais das Organizações Globo



PRINCÍPIOS EDITORIAIS DAS ORGANIZAÇÕES GLOBO

Desde 1925, quando O Globo foi fundado por Irineu Marinho, as empresas jornalísticas das Organizações Globo, comandadas por quase oito décadas por Roberto Marinho, agem de acordo com princípios que as conduziram a posições de grande sucesso: o êxito é decorrência direta do bom jornalismo que praticam. Certamente houve erros, mas a posição de sucesso em que se encontram hoje mostra que os acertos foram em maior número. Tais princípios foram praticados por gerações e gerações de maneira intuitiva, sem que estivessem formalizados ordenadamente num código. Cada uma de nossas redações sempre esteve imbuída deles, e todas puderam, até aqui, se pautar por eles. Por que, então, formalizá-los neste documento?

Com a consolidação da Era Digital, em que o indivíduo isolado tem facilmente acesso a uma audiência potencialmente ampla para divulgar o que quer que seja, nota-se certa confusão entre o que é ou não jornalismo, quem é ou não jornalista, como se deve ou não proceder quando se tem em mente produzir informação de qualidade. A Era Digital é absolutamente bem-vinda, e, mais ainda, essa multidão de indivíduos (isolados ou mesmo em grupo) que utiliza a internet para se comunicar e se expressar livremente. Ao mesmo tempo, porém, ela obriga a que todas as empresas que se dedicam a fazer jornalismo expressem de maneira formal os princípios que seguem cotidianamente. O objetivo é não somente diferenciar-se, mas facilitar o julgamento do público sobre o trabalho dos veículos, permitindo, de forma transparente, que qualquer um verifique se a prática é condizente com a crença. As Organizações Globo, diante dessa necessidade, oferecem ao público o documento “Princípios Editoriais das Organizações Globo”.

É possível que, para a maioria, ele não traga novidades. Se isso acontecer, será algo positivo: um sinal de que a maior parte das pessoas



reconhece uma informação de qualidade, mesmo neste mundo em que basta ter um computador conectado à internet para se comunicar.

Desde logo, é preciso esclarecer que não se tratou de elaborar um manual de redação. O que se pretendeu foi explicitar o que é imprescindível ao exercício, com integridade, da prática jornalística, para que, a partir dessa base, os veículos das Organizações Globo possam atualizar ou construir os seus manuais, consideradas as especificidades de cada um. O trabalho tem o preâmbulo “Breve definição de jornalismo” e três seções: a) Os atributos da informação de qualidade; b) Como o jornalista deve proceder diante das fontes, do público, dos colegas e do veículo para o qual trabalha; c) Os valores cuja defesa é um imperativo ao jornalismo.

O documento resultou de muita reflexão, e sua matéria-prima foi a nossa experiência cotidiana de quase nove décadas. Levou em conta os nossos acertos, para que sejam reiterados, mas também os nossos erros, para que seja possível evitá-los. O que nele está escrito é um compromisso com o público, que agora assinamos em nosso nome e de nossos filhos e netos.

Rio de Janeiro, 6 de agosto de 2011

Roberto Irineu Marinho

João Roberto Marinho

José Roberto Marinho



BREVE DEFINIÇÃO DE JORNALISMO

De todas as definições possíveis de jornalismo, a que as Organizações Globo adotam é esta: jornalismo é o conjunto de atividades que, seguindo certas regras e princípios, produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas. Qualquer fato e qualquer pessoa: uma crise política grave, decisões governamentais com grande impacto na sociedade, uma guerra, uma descoberta científica, um desastre ambiental, mas também a narrativa de um atropelamento numa esquina movimentada, o surgimento de um buraco na rua, a descrição de um assalto à loja da esquina, um casamento real na Europa, as novas regras para a declaração do Imposto de Renda ou mesmo a biografia das celebridades instantâneas. O jornalismo é aquela atividade que permite um primeiro conhecimento de todos esses fenômenos, os complexos e os simples, com um grau aceitável de fidedignidade e correção, levando-se em conta o momento e as circunstâncias em que ocorrem. É, portanto, uma forma de apreensão da realidade.

Antes, costumava-se dizer que o jornalismo era a busca pela verdade dos fatos. Com a popularização confusa de uma discussão que remonta ao surgimento da filosofia (existe uma verdade e, se existe, é possível alcançá-la?), essa definição clássica passou a ser vítima de toda sorte de mal-entendidos. A simplificação chegou a tal ponto que, hoje, não é raro ouvir que, não existindo nem verdade nem objetividade, o jornalismo como busca da verdade não passa de uma utopia. É um entendimento equivocado. Não se trata aqui de enveredar por uma discussão sem fim, mas a tradição filosófica mais densa dirá que a verdade pode ser inesgotável, inalcançável em sua plenitude, mas existe; e que, se a objetividade total certamente não é possível, há técnicas que permitem ao homem, na busca pelo conhecimento, minimizar a graus aceitáveis o subjetivismo.



É para contornar essa simplificação em torno da “verdade” que se opta aqui por definir o jornalismo como uma atividade que produz conhecimento. Um conhecimento que será constantemente aprofundado, primeiro pelo próprio jornalismo, em reportagens analíticas de maior fôlego, e, depois, pelas ciências sociais, em especial pela História. Quando uma crise política eclode, por exemplo, o entendimento que se tem dela é superficial, mas ele vai se adensando ao longo do tempo, com fatos que vão sendo descobertos, investigações que vão sendo feitas, personagens que resolvem falar. A crise só será mais bem entendida, porém, e jamais totalmente, anos depois, quando trabalhada por historiadores, com o estudo de documentos inacessíveis no momento em que ela surgiu. Dizer, portanto, que o jornalismo produz conhecimento, um primeiro conhecimento, é o mesmo que dizer que busca a verdade dos fatos, mas traduz com mais humildade o caráter da atividade. E evita confusões.

Dito isso, fica mais fácil dar um passo adiante. Pratica jornalismo todo veículo cujo propósito central seja conhecer, produzir conhecimento, informar. O veículo cujo objetivo central seja convencer, atrair adeptos, defender uma causa, faz propaganda. Um está na órbita do conhecimento; o outro, da luta político-ideológica. Um jornal de um partido político, por exemplo, não deixa de ser um jornal, mas não pratica jornalismo, não como aqui definido: noticia os fatos, analisa-os, opina, mas sempre por um prisma, sempre com um viés, o viés do partido. E sempre com um propósito: o de conquistar seguidores. Faz propaganda. Algo bem diverso de um jornal generalista de informação: este noticia os fatos, analisa-os, opina, mas com a intenção consciente de não ter um viés, de tentar traduzir a realidade, no limite das possibilidades, livre de prismas. Produz conhecimento. As Organizações Globo terão sempre e apenas veículos cujo propósito seja conhecer, produzir conhecimento, informar.

É claro que um jornal impresso, uma revista, um telejornal, um noticiário de rádio e um site noticioso na internet podem ter diversas



seções e abrigam muitos gêneros: o noticiário propriamente dito, os editoriais com a opinião do veículo, análises de especialistas, artigos opinativos de colaboradores, cronistas, críticos. E é igualmente evidente que a opinião do veículo vê a realidade sob o prisma das crenças e valores do próprio veículo. Da mesma forma, um cronista comentará a realidade impregnado de seu subjetivismo, assim como os articulistas convidados a fazer as análises. Livre de prismas e de vieses, pelo menos em intenção, restará apenas o noticiário. Mas, se de fato o objetivo do veículo for conhecer, informar, haverá um esforço consciente para que a sua opinião seja contradita por outras e para que haja cronistas, articulistas e analistas de várias tendências.

Em resumo, portanto, jornalismo é uma atividade cujo propósito central é produzir um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas.

SEÇÃO I

OS ATRIBUTOS DA INFORMAÇÃO DE QUALIDADE

Para que o jornalismo produza conhecimento, que princípios deve seguir? O trabalho jornalístico tem de ser feito buscando-se isenção, correção e agilidade. Porque só tem valor a informação jornalística que seja isenta, correta e prestada com rapidez, os seus três atributos de qualidade.

1) A isenção:

Isenção é a palavra-chave em jornalismo. É tão problemática quanto “verdade”. Sem isenção, a informação fica enviesada, viciada, perde qualidade. Diante, porém, da pergunta eterna – é possível ter 100% de isenção? – a resposta é um simples não. Assim como a verdade é inexaurível, é impossível que alguém



possa se despir totalmente do seu subjetivismo. Isso não quer dizer, contudo, que seja impossível atingir um grau bastante elevado de isenção. É possível, desde que haja um esforço consciente do veículo e de seus profissionais para que isso aconteça. E que certos princípios sejam seguidos. São eles:

- a) Os veículos jornalísticos das Organizações Globo devem ter a isenção como um objetivo consciente e formalmente declarado. Todos os seus níveis hierárquicos, nos vários departamentos, devem levar em conta este objetivo em todas as decisões;
- b) Na apuração, edição e publicação de uma reportagem, seja ela factual ou analítica, os diversos ângulos que cercam os acontecimentos que ela busca retratar ou analisar devem ser abordados. O contraditório deve ser sempre acolhido, o que implica dizer que todos os diretamente envolvidos no assunto têm direito à sua versão sobre os fatos, à expressão de seus pontos de vista ou a dar as explicações que considerar convenientes;
- c) Isso não quer dizer que o relato e/ou análise de fatos serão sempre uma justaposição de versões. Ao contrário, o jornalista deve se esforçar para deixar claro o que realmente aconteceu, quando isso for possível. Se uma apuração, durante a qual se ouvem várias fontes, estabelecer como fato que certa autoridade disse isso ou aquilo durante uma reunião fechada, o relato deve ser assertivo, sem o uso do condicional. Será dito que “a autoridade disse isso e aquilo”, em vez de “a autoridade teria dito isso e aquilo”. Se a autoridade negar a afirmação publicamente, deve-se registrar a atitude, não para invalidar a apuração, mas porque a negativa passa a ser ela própria uma informação para o julgamento do público. O condicional só será usado quando a



- apuração não for suficiente para que o jornalista consolide uma convicção;
- d) Não pode haver assuntos tabus. Tudo aquilo que for de interesse público, tudo aquilo que for notícia, deve ser publicado, analisado, discutido;
 - e) Ninguém pode ser perseguido por se recusar a participar de uma reportagem; da mesma forma, ninguém pode ser favorecido por fazê-lo;
 - f) Todos os jornalistas envolvidos na apuração, edição e publicação de uma reportagem, em qualquer nível hierárquico, devem se esforçar ao máximo para deixar de lado suas idiossincrasias e gostos pessoais. Gostar ou não de um assunto ou personagem não é critério para que algo seja ou não publicado. O critério é ser notícia;
 - g) A hierarquia, numa redação, é fundamental para que o trabalho jornalístico possa ser feito a tempo e à hora. E a decisão final caberá sempre àquele que estiver no comando. Ocupantes de cargos de chefia e direção devem, contudo, ter ouvidos abertos a críticas e argumentações contrárias. O trabalho jornalístico é essencialmente coletivo, e errarão menos aqueles que ouvirem mais. Porque aquilo que pode parecer certo, acima de dúvidas, confrontado com outros argumentos, pode se revelar apenas fruto de gosto pessoal, idiossincrasia ou preconceito;
 - h) É imperativo que não haja filtros na composição das redações. Quanto mais diversa for uma redação – em termos de gostos, crenças, tendências políticas, orientação sexual, origens social e geográfica – mais isenta será a escolha dos assuntos a serem cobertos, discutidos e analisados, e mais abrangente a acolhida dos pontos de vista em torno deles.



Esse objetivo não se alcança estabelecendo-se cotas, mas simplesmente evitando-se filtros. Os jornalistas devem ser escolhidos entre os mais capazes em suas áreas e funções, entre aqueles que têm a democracia e a liberdade de expressão como valores absolutos e universais;

- i) As Organizações Globo são apartidárias, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos;
- j) As Organizações Globo são laicas, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos;
- k) As Organizações Globo repudiam todas as formas de preconceito, e seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos;
- l) As Organizações Globo são independentes de governos, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos;
- m) As Organizações Globo são independentes de grupos econômicos, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos. Por esse motivo, as decisões editoriais sobre reportagens envolvendo anunciantes serão tomadas a partir dos mesmos critérios usados em relação aos que não sejam anunciantes;
- n) As Organizações Globo são entusiastas do Brasil, de sua diversidade, de sua cultura e de seu povo, tema principal de seus veículos. Isso em nenhuma hipótese abrirá espaço para a xenofobia ou desdém em relação a outros povos e culturas;
- o) Os jornalistas das Organizações Globo devem evitar situações que possam provocar dúvidas sobre o seu compromisso com a isenção. Por exemplo, pode acontecer que atividades sociais ou econômicas de parentes tenham impacto no trabalho



cotidiano ou eventual dos jornalistas. É possível também que haja relação de amizade entre jornalistas e personalidades públicas ou personagens que estejam em destaque no noticiário ou que venham a estar. Em casos dessa natureza ou assemelhados, os jornalistas nessa situação devem comunicar o fato a seus superiores, que deverão encontrar meios de superar o conflito. Jornalistas em cargo de chefia ou que lidem diretamente com assuntos econômicos não podem fazer investimentos diretos em empresas ou em suas ações na Bolsa de Valores para que não venham a ser acusados de publicar reportagens positivas ou negativas sobre elas em benefício próprio (o investimento em fundos é permitido). De maneira geral, todo jornalista, na administração de seus investimentos, deve evitar negócios com empresas ou instituições cujas atividades cubra cotidianamente. Em caso de dúvida, a direção deve ser consultada;

- p) É inadmissível que jornalistas das Organizações Globo façam reportagens em benefício próprio ou que deixem de fazer aquelas que prejudiquem seus interesses;
- q) Os jornalistas das Organizações Globo não podem se engajar em campanhas políticas, de forma alguma: nelas trabalhando, anunciando publicamente apoio a candidatos ou usando adereços que os vinculem a partidos. Em seus manuais de redação, os veículos devem criar normas de quarentena para receber de volta jornalistas que tenham pedido demissão a fim de trabalhar para partidos, candidatos ou governos;
- r) Os veículos das Organizações Globo devem ser transparentes em suas ações e em seus propósitos. Isso significa que o público será sempre informado sobre as condições em que forem feitas reportagens que fujam ao padrão. Assim, para citar um exemplo, se for imperativo aceitar carona num avião



governamental em determinada cobertura, isso será dito ao público claramente e, sempre que possível, o governo será ressarcido das despesas. Da mesma forma, quando uma decisão editorial provocar questionamentos relevantes, abrangentes e legítimos, os motivos que levaram a tal decisão devem ser esclarecidos;

- s) Os veículos das Organizações Globo estabelecerão normas, em seus manuais de redação, sobre como devem proceder seus jornalistas diante de convites e presentes. A regra geral é que nada de valor deve ser aceito;
- t) Todo esforço deve ser feito para que o público possa diferenciar o que é publicado como comentário, como opinião, do que é publicado como notícia, como informação. Fora do noticiário propriamente dito, os veículos das Organizações Globo buscarão ter um corpo de comentaristas, cronistas e colaboradores, fixos ou eventuais, que seja plural, representando o arco mais amplo de tendências legítimas em uma sociedade democrática. Articulistas, cronistas e colaboradores fixos têm de zelar para que os dados objetivos usados para sustentar suas opiniões estejam corretos. O mesmo deve acontecer com convidados, embora, neste caso, a responsabilidade pelo que é dito seja deles e não do veículo;
- u) Os jornalistas das Organizações Globo agirão sempre dentro da lei, procurando adaptar seus métodos de apuração ao arcabouço jurídico do país. Como o interesse público deve vir sempre em primeiro lugar, buscarão o auxílio de especialistas para que não sejam vítimas de interpretações superficiais da legislação;



- v) Uma pessoa poderá ser apresentada como suspeita de crime ou irregularidade quando investigações jornalísticas, feitas segundo os preceitos deste documento, assim permitirem. A reportagem terá de trazer a versão da pessoa acusada, de forma ampla, se ela se dispuser a falar;
- w) Denúncia anônima não é notícia; é pauta, mesmo se a fonte for uma autoridade pública: a denúncia deve ser investigada à exaustão antes de ser publicada (ver seção II item 4-e);
- x) Denúncias e acusações, feitas em entrevistas por pessoas devidamente identificadas, que desfrutem de credibilidade, seja pelo cargo que ocupam, seja pela história de vida, podem ser publicadas, sem investigação própria, mas, necessariamente, acompanhadas pela versão dos acusados, de preferência no mesmo dia, quando estes se dispuserem a falar. Denúncias feitas em entrevistas por pessoas sem credibilidade, como criminosos, por exemplo, mesmo se identificadas, devem ser exaustivamente investigadas, antes de serem publicadas;
- y) Uma reportagem pode legitimamente apresentar uma pessoa como suspeita de crime ou irregularidade quando a suspeição partir oficialmente de alguma autoridade pública e estiver registrada em documento ou entrevista. O anúncio oficial de que alguém é suspeito de crime ou irregularidade é um fato, que pode ser registrado dependendo de sua relevância para a sociedade. Ao jornalista, cabe informar sobre o estágio em que se encontram as investigações, devendo sempre cobrar os indícios que levaram a autoridade a sustentar suas suposições, publicando-os, acompanhados da versão da pessoa acusada, se ela se dispuser a falar. Se a



autoridade errar e culpar um inocente, o fato deve ser publicado com o mesmo destaque, e a polícia deve ser cobrada por seus erros;

- z) Os veículos jornalísticos das Organizações Globo devem priorizar sempre suas próprias investigações e publicar o que resultar delas apenas se houver convicção formada de que a reportagem é legítima. Dessa forma, não é automática a publicação de repercussões sobre reportagens de outros veículos. Isso só deve ocorrer se o exame da reportagem produzir, de imediato, a convicção de que nela há elementos de verdade. Do contrário, é imperioso que haja investigação própria e, somente depois, se for o caso, repercutir a reportagem. Há ocasiões em que a mera publicação de uma reportagem produz efeitos instantâneos. Quando for assim, publicam-se os efeitos, descreve-se a reportagem, mas ressaltando-se a sua origem e, de modo algum, acolhendo-a como verdadeira. Tudo dependerá do caso, do assunto, do momento e dos efeitos que ela produzir. Mas pode-se dizer, de modo geral e a título de exemplo, que um ministro emitir uma nota respondendo a uma reportagem não é motivo suficiente para que um veículo das Organizações Globo a repercuta, antes de investigação própria; a queda do ministro, porém, sim, justifica a publicação.

2) A correção:

Correção é aquilo que dá credibilidade ao trabalho jornalístico: nada mais danoso para a reputação de um veículo do que uma reportagem errada ou uma análise feita a partir de dados equivocados. O compromisso com o acerto deve ser, portanto,



inabalável em todos os veículos das Organizações Globo. É evidente que, depois de tudo o que aqui já foi dito sobre o conceito de “verdade”, não é demais dizer que estar correto é procurar descrever e analisar os fatos da maneira mais acurada, dadas as circunstâncias do momento. Nesse sentido, a correção é um processo, uma construção que vai se dando dia após dia. O jornalista investiga os fatos, pouco a pouco, e vai montando um quebra-cabeça. O retrato final estará ainda incompleto, à espera da História, mas terá de ser já, necessariamente, uma silhueta com contornos visíveis. Não há fórmula, e nem jamais haverá, que torne o jornalismo imune a erros, porém. Quando eles acontecem, é obrigação do veículo corrigi-los de maneira transparente, sem subterfúgios, num movimento que é ele próprio essencial à busca da informação correta. Um dos mecanismos que mais contribuem no controle de qualidade posterior à publicação das informações é a reação do público. É essencial, portanto, que todos os veículos das Organizações Globo tenham, cada um à sua maneira, estruturas que recebam amplamente as observações do público, críticas ou elogiosas, para processá-las, entendê-las e dar seguimento a elas. Na busca pela correção, é necessário seguir os seguintes princípios:

- a) Informações, para serem publicadas, devem ser confirmadas pelo maior número de fontes possível. Exceção feita às informações oficiais, de entidades públicas ou privadas;
- b) Informações e imagens enviadas pelo público pela internet só devem ser publicadas depois de averiguação quanto à sua veracidade. Na cobertura de eventos em que o trabalho de jornalistas esteja cerceado, haverá casos em que será necessária a publicação de informações e imagens assim obtidas, sem averiguação, mas o público deverá ser avisado de que não há como confirmar se são verdadeiras;



- c) O rigor com minúcias não é exagero, mas obrigação. Todos os dados de uma reportagem – nomes, datas, locais, horários, idades, endereços, referências históricas, descrições de processos, definições científicas, termos de um contrato, explicações sobre formas de governo, enfim, tudo o que de objetivo houver numa reportagem – devem ser exatos, corretos, sem erros;
- d) Todo repórter é responsável pela exatidão daquilo que apura, mas, como em jornalismo quase tudo se faz coletivamente, todos os envolvidos na edição de uma reportagem devem estar atentos para perceber inexatidões. Expressar dúvidas sobre dados de uma reportagem antes de sua publicação é a melhor maneira de torná-la mais exata;
- e) A revisão não é uma forma de controle ou censura. É parte integrante e fundamental do processo jornalístico, e sua principal função é evitar erros. Se o processo jornalístico prescindiu da figura clássica do revisor, foi apenas porque todos os envolvidos numa reportagem se tornaram revisores. Nesse sentido, nenhuma reportagem deve ser publicada apenas com o exame do autor: é indispensável que outros envolvidos no processo participem desse exame;
- f) Ferramentas tecnológicas hoje permitem o acesso rápido a bancos de dados confiáveis. Todas as redações das Organizações Globo devem viabilizar tal acesso, e seus jornalistas devem se impor como obrigação consultar tais arquivos;
- g) Em reportagens que requeiram conhecimento técnico, a consulta a especialistas deve ser obrigatória. Nenhum jornalista precisa ser médico, químico, biólogo ou historiador. Mas, por isso mesmo, para não errar em assuntos técnicos,



todo jornalista precisa se socorrer de assessoria especializada, ouvindo sempre mais de um técnico toda vez que o assunto for controverso;

- h) Quanto mais diversificado for o interesse dos jornalistas por disciplinas que não fazem parte de sua formação universitária básica, mais equipada estará uma redação para tratar dos múltiplos assuntos com que lida diariamente. Ilustrar-se continuamente é dever intransferível de todo jornalista: num mundo em constante evolução, nenhum jornalista deixa de estar em aprendizado contínuo. Os veículos das Organizações Globo, no entanto, devem montar programas e estruturas de treinamento para auxiliar seus jornalistas, subsidiariamente, nessa tarefa;
- i) Com esse mesmo objetivo, embora as Organizações Globo devam manter a prática de recrutar majoritariamente seus profissionais nas faculdades de Comunicação, seus veículos devem estar sempre abertos a acolher profissionais de outros campos que decidam se dedicar ao jornalismo, desde que demonstrem aptidão para tal;
- j) A análise crítica das edições passadas é um imperativo. É a verificação cotidiana de pontos negativos e positivos das reportagens que permite o aperfeiçoamento contínuo delas e a adesão a estes princípios editoriais. Todos os veículos das Organizações Globo devem ter as suas estruturas de análise, escolhendo aquelas que melhor se adaptam ao seu perfil;
- k) Os veículos das Organizações Globo devem ter estruturas para receber e processar as observações, positivas e negativas, vindas do público de uma maneira geral: os consumidores de suas informações, as fontes, os especialistas e os personagens de suas reportagens. Não se trata aqui de publicar ou deixar de publicar uma informação porque esta



agrada a amplas camadas ou porque lhes desagrada: o dever de informar vem sempre em primeiro lugar. Conhecer a reação do público é fundamental porque contribui para a melhoria da qualidade da informação de muitas formas. Ajuda a conhecer possíveis erros, facilita o recebimento de novas informações sobre alguma cobertura e pode revelar o que é um fato em si mesmo: a própria reação do público. Essas estruturas devem ser capazes de discernir o que é manifestação espontânea e o que, em tempos de internet, é orquestração. Não há um modelo único: cada veículo deve encontrar aquele mais condizente com o seu perfil;

- l) Os erros devem ser corrigidos, sem subterfúgios e com destaque. Não há erro maior do que deixar os que ocorrem sem a devida correção;
- m) Os veículos das Organizações Globo usarão a norma culta da Língua Portuguesa, levando sempre em conta a sua evolução e as múltiplas possibilidades que ela acolhe. Gírias e neologismos serão evitados, sendo aceitos em declaração de entrevistados ou em reportagens mais leves, acompanhados, quando necessário, da explicação sobre seu significado. Cada veículo estabelecerá, em seu manual de redação, a padronização que considerar a mais apropriada. Mas editores evitarão que suas idiossincrasias em relação à língua se tornem norma;
- n) Os veículos das Organizações Globo têm obrigação de se fazer entender. Uma notícia tem de ser publicada de forma clara, para que o público a compreenda sem dificuldades. Nesse sentido, na edição de reportagens, recursos explicativos que facilitem o entendimento são uma obrigação.



3) A agilidade:

A agilidade da produção jornalística é o que compensa, em larga medida, as suas imperfeições, se a compararmos a outras formas de conhecer a realidade. Em outras palavras, há um duplo sentido na afirmação de que o jornalismo produz uma primeira imagem dos fatos: a imagem é primeira, porque dela ainda não se têm os contornos definitivos; mas, também, é primeira porque é traçada logo após o ocorrido. A informação tem de ser prestada no menor espaço de tempo da melhor maneira possível, eis a equação diante da qual os jornalistas se veem todos os dias. Portanto, é atributo fundamental da qualidade da informação jornalística ser produzida com rapidez. Se a História pode dispor de anos de trabalho para fazer aflorar a realidade, o jornalismo dispõe de algumas horas (no máximo, de alguns dias, se a publicação for semanal ou mensal). É a celeridade com que traça o primeiro retrato dos fatos que ao mesmo tempo dá utilidade à produção jornalística e justifica as suas lacunas. A notícia tem pressa. E é por essa razão que os seguintes princípios devem ser perseguidos:

- a) Os veículos das Organizações Globo terão sempre como prioridade investir em tecnologia capaz de dar celeridade ao trabalho jornalístico e à sua difusão. Deverão estar atualizados com o que de melhor houver em maquinaria, equipamentos, softwares e meios de transporte;
- b) A burocracia que envolve o lado administrativo das empresas jornalísticas deve levar sempre em conta a necessidade de dar celeridade ao trabalho jornalístico. Os veículos devem desenvolver processos que controlem orçamentos e despesas



sem que estes se transformem em entraves à agilidade que o jornalismo requer;

- c) A rapidez necessária ao trabalho jornalístico não se confunde com precipitação: nenhuma reportagem será publicada sem que esteja apurada dentro de parâmetros seguros de qualidade;
- d) Deve-se perseguir o furo jornalístico, a informação exclusiva, em primeira mão, mas jamais se descuidar dos outros atributos da informação de qualidade: a isenção com que é produzida, ouvindo-se todos os lados nela envolvidos, e a correção dos dados nela apresentados. Notícia errada ou enviesada não é furo; é um golpe na credibilidade do veículo;
- e) Como princípio geral, não se deve guardar notícia. Em geral, informação confirmada é informação publicada. Os veículos, no entanto, devem julgar quando uma reportagem deve ser publicada de imediato, quando pode esperar a próxima edição ordinária ou, se houver convicção de sua exclusividade, quando pode esperar por uma edição especial. O critério é a certeza de que a reportagem continuará a ser dada em primeira mão, e que a demora em publicá-la não acarretará prejuízos à sociedade. Quanto mais postergada for uma reportagem, mais completa e mais trabalhada ela deve ser;
- f) Deve-se ter humildade diante de furos de veículos concorrentes. Diante de casos assim, não se deve negar a realidade, mas entrar no assunto o mais rapidamente possível, tentando fazer mais e melhor, dando o crédito a quem de direito;
- g) Essa postura em nada se confunde com a adesão acrítica a reportagens veiculadas por concorrentes. Antes de serem



publicadas em veículos das Organizações Globo, todas têm de ser confirmadas por verificações próprias. Isso é especialmente verdadeiro quando se trata de denúncias, de acordo com os procedimentos descritos no item 1-2 desta seção.

SEÇÃO II

COMO O JORNALISTA DEVE PROCEDER DIANTE DAS FONTES, DO PÚBLICO, DOS COLEGAS E DO VEÍCULO PARA O QUAL TRABALHA

1) Diante das fontes:

- a) Fazer e manter boas fontes é um dever de todo jornalista. Como a isenção deve ser um objetivo permanente, é altamente recomendável que a relação com a fonte, por mais próxima que seja, não se transforme em relação de amizade. A lealdade do jornalista é com a notícia;
- b) Se a relação de amizade com uma fonte for anterior à vida profissional do jornalista, este deve manter a direção do veículo informada, para que os conflitos possam ser evitados. O mesmo deve acontecer caso a relação fonte-jornalista, apesar dos esforços em sentido contrário, torne-se uma amizade ou algo maior;
- c) O respeito e a transparência devem marcar a relação dos jornalistas com suas fontes. Quando indagado por elas sobre o destino da informação que acaba de lhe dar, o jornalista deve responder com a exatidão possível;



- d) Deve-se sempre respeitar compromisso assumido com as fontes, principalmente aqueles relativos à preservação da identidade delas. Por esse motivo, esse tipo de compromisso deve ser apenas firmado com fontes de cuja credibilidade não se possa desconfiar (ver item 4-e, desta seção);
- e) Concedida uma entrevista exclusiva, uma fonte pode pedir alterações, acréscimos ou supressões, mas o jornalista julgará se o pedido se justifica. Haverá vezes em que o jornalista não concordará com a mudança, sendo, nestes casos, necessário registrar que a mudança foi solicitada, mas não aceita.

2) Diante do público:

- a) O público será sempre tratado com respeito, consideração e cortesia, em todas as formas de interação com os jornalistas e seus veículos: seja como consumidor da informação publicada, seja como fonte dela;
- b) Cada veículo tem um público-alvo e deve agir de acordo com as características dele, adaptando a elas pauta, linguagem e formato. Mas, para as Organizações Globo, todo público tem um alto poder de discernimento e entendimento: o menos culto dos homens é capaz de decidir o que é melhor para si, escolhe visando à qualidade e entende tudo o que lhe é relatado de forma competente. Essa convicção deve ser levada em conta especialmente pelos veículos de massa que produzem informação para pessoas de todos os níveis de instrução. Nesse caso, a linguagem e o formato não devem ser rebuscados a ponto de afastar os menos letrados nem simplórios a ponto de afastar os mais instruídos. Se informarem em linguagem clara sobre assuntos de interesse de todos, serão sempre bem entendidos;



- c) Nenhum veículo das Organizações Globo fará uso de sensacionalismo, a deformação da realidade de modo a causar escândalo e explorar sentimentos e emoções com o objetivo de atrair uma audiência maior. O bom jornalismo é incompatível com tal prática. Algo distinto, e legítimo, é um jornalismo popular, mais coloquial, às vezes com um toque de humor, mas sem abrir mão de informar corretamente;
- d) A sensibilidade do público será levada em conta. Cenas chocantes receberão o tratamento devido de acordo com as características do público-alvo. Quanto mais indistinto o público, mais cuidados são necessários. Nesses casos, o público deve ter sempre a confiança de que não será surpreendido por cenas que afrontem os valores médios presumidos da sociedade. A título de exemplo, talvez seja necessário mostrar o vídeo ou a foto de um homem-bomba se explodindo, mas a cena pode ser congelada segundos antes do dilaceramento. Em resumo, a decisão de publicar ou não cenas potencialmente chocantes e de como tratá-las deve sempre levar em conta a sua relevância para o entendimento da questão abordada. A melhor saída é submeter a decisão à opinião do maior número de jornalistas de uma redação. De um grupo, sempre emerge mais facilmente o bom senso;
- e) Todo veículo jornalístico tem uma responsabilidade social. Se é verdade que nenhum jornalista tem o condão de, certamente, escolher que informações são “boas” ou “más”, é legítima a preocupação com os efeitos maléficos que uma informação possa causar à sociedade. Esse é um tema complexo, e sempre dependente da análise do momento. A regra de ouro é divulgar tudo, na suposição de que a sociedade é adulta e tem o direito de ser informada. A crença de que os veículos jornalísticos, ao



não fazerem restrições a temas, estimulam comportamentos desviantes é apenas isso: uma crença;

- f) O jornalismo, contudo, não é insensível a riscos evidentes, mas estes são evitáveis quando se respeita outra regra de ouro: só se divulga informação relevante. Para citar um exemplo, um vídeo divulgado por um assassino em série pode e deve ser divulgado naquilo que é importante, mas não faz sentido deixar o criminoso ensinar como se articula um plano de assassinato em massa. Da mesma forma, não se publicam informações úteis para grupos criminosos, como o local aonde a polícia irá à cata de um sequestrador. E respeitam-se pedidos de pessoas que se considerem em risco com a publicação de informações que lhe digam respeito, como um policial que matou em ação um traficante perigoso e pode ser vítima de represália de seus comparsas;
- g) Notícias sobre sequestros serão sempre publicadas. Estudos de experiências internacionais levaram as Organizações Globo à convicção de que a publicação de que uma pessoa foi sequestrada não põe a vítima em risco, mas a protege. A notícia será publicada com todas as ressalvas, de modo a não revelar ao bandido o planejamento da polícia e da família, nem dar informações que mostrem a situação econômica da vítima. Isso obriga o veículo a um acompanhamento do sequestro mais sóbrio, sem necessariamente a publicação diária de reportagens a respeito. O registro de solidariedade pública, quando relevante, ou de fatos que ajudem a família ou a polícia deve ser feito;



- h) A privacidade das pessoas será respeitada, especialmente em seu lar e lugar de trabalho. A menos que esteja agindo contra a lei, ninguém será obrigado a participar de reportagens;
 - i) Pessoas públicas – celebridades, artistas, políticos, autoridades religiosas, servidores públicos em cargos de direção, atletas e líderes empresariais, entre outros – por definição, abdicam em larga medida de seu direito à privacidade. Além disso, aspectos de suas vidas privadas podem ser relevantes para o julgamento de suas vidas públicas e para a definição de suas personalidades e estilos de vida e, por isso, merecem atenção. Cada caso é um caso, e a decisão a respeito, como sempre, deve ser tomada após reflexão, de preferência que envolva o maior número possível de pessoas;
 - j) O uso de microcâmeras e gravadores escondidos, visando à publicação de reportagens, é legítimo se este for o único método capaz de registrar condutas ilícitas, criminosas ou contrárias ao interesse público. Deve ser feito com parcimônia, e em casos de gravidade. Seu uso deve ser precedido da análise, pelas chefias imediatas, dos riscos que correrão os jornalistas caso venham a ser descobertos. A imagem e/ou o áudio de pessoas que não estejam envolvidas diretamente no que estiver sendo denunciado devem ser protegidos. Em seus manuais de redação, os veículos devem estabelecer suas normas de uso.
- 3) Diante dos colegas:
- a) De jornalistas de um mesmo veículo das Organizações Globo, espera-se espírito de colaboração. Todos numa redação têm de cooperar entre si, para que o trabalho seja o melhor possível;



- b) Os envolvidos numa mesma reportagem – da apuração à edição – são responsáveis por sua qualidade. Devem agir como revisores uns dos outros, para bem do trabalho;
 - c) Os jornalistas não devem nunca se furtar de opinar sobre reportagens que estejam sendo feitas por colegas, criticando, sugerindo, ajudando a encontrar caminhos. A decisão de publicar ou não uma reportagem, e de como tratá-la, é do editor responsável por ela, mas ele errará se menosprezar a opinião de colegas de qualquer nível hierárquico. Errará ainda mais quando se conduzir de tal modo que iniba os jornalistas a opinar ou ponderar a respeito do que está sendo feito. Vale sempre repetir: jornalismo é uma obra coletiva, e terá tanto mais êxito quanto mais pessoas participarem do processo;
 - d) As redações dos veículos das Organizações Globo são absolutamente independentes umas das outras e competem entre si pelo furo, pela reportagem exclusiva. Esta é uma tradição que vem desde a origem do grupo e que tem se mostrado profícua: evita a pasteurização do noticiário e estimula o pluralismo de abordagens. Isso não quer dizer que, levando-se em conta a convergência de mídias, não seja possível a construção de sinergias em torno do chamado noticiário básico – aquelas notícias obrigatórias a que todos os veículos têm acesso. Em outras palavras, faz sentido a disputa por assuntos exclusivos, faz sentido dar mais ênfase a determinados temas e não a outros, mas não há mal algum na troca de informações sobre a dimensão de um temporal ou a ocorrência de um assalto, por exemplo.
- 4) Diante do veículo:
- a) As redações são independentes na busca por notícias, mas há uma união de princípios sobre como obtê-las, sendo estes



princípios editoriais sua maior expressão. Nenhum jornalista das Organizações Globo justificará falhas, alegando desconhecer este código. Desconhecê-lo será considerado um erro ainda maior;

- b) Os veículos das Organizações Globo expressam, em seus editoriais, uma opinião comum sobre os temas em voga. Os textos podem e devem divergir no estilo, no enfoque, na ênfase nesse ou naquele argumento, mas a essência é a mesma. Essa opinião deve refletir a visão do seu conselho editorial, composto por membros da família Marinho e jornalistas que dirigem as redações. Nenhum outro jornalista do grupo precisa, porém, concordar com tais opiniões, que, em nenhuma hipótese, influenciarão as coberturas dos fatos. Estas, como exposto aqui extensivamente, devem se pautar por critérios de isenção;
- c) Os jornalistas têm um dever de lealdade com os veículos para os quais trabalham. As informações a que têm acesso se destinam ao veículo e com ele devem ser divididas. Ninguém, somente o veículo, deve decidir o que fazer com elas, sendo certo que o seu destino será a publicação, se estiverem de acordo com os princípios explicitados neste documento. Da mesma forma, os veículos têm um dever de lealdade com seus jornalistas, e tudo devem fazer para protegê-los em sua atividade, fornecer-lhes meios adequados de trabalho e ampará-los em disputas provocadas por reportagens que publicam;
- d) A participação de jornalistas das Organizações Globo em plataformas da internet como blogs pessoais, redes sociais e sites colaborativos deve levar em conta três pressupostos: notícias por eles apuradas devem ser divulgadas



exclusivamente pelos veículos para os quais trabalham ou por estes autorizados; procedimentos internos, projetos, ideias, planos para o futuro ou quaisquer outras informações relativas ao dia a dia das redações não devem ser divulgados, sob pena de tornar vulnerável o veículo em que trabalham em relação a seus concorrentes; os jornalistas são em grande medida responsáveis pela imagem dos veículos para os quais trabalham e devem levar isso em conta em suas atividades públicas, evitando tudo aquilo que possa comprometer a percepção de que exercem a profissão com isenção e correção. Com base nestas premissas, cada veículo deve ter políticas próprias para presença de seus profissionais na internet, e que todos os jornalistas se obrigam a cumprir;

- e) O sigilo sobre as fontes é inviolável, e os veículos das Organizações Globo protegerão seus jornalistas na tarefa de mantê-lo em todas as instâncias, sob qualquer circunstância. O jornalista, porém, pode e deve dividi-lo com a direção do veículo, sempre que isso for fundamental para a tomada de decisão sobre publicar ou não uma informação. Isso não é quebra de sigilo, pois a direção se obriga a guardá-lo em todos os casos. Fontes que deliberadamente mintam para o jornalista, levando-o propositadamente a erro, podem ter seu nome revelado, não como represália, mas se essa medida for fundamental para a correção que o veículo terá de publicar na edição seguinte.



SEÇÃO III

OS VALORES CUJA DEFESA É UM IMPERATIVO DO JORNALISMO

As Organizações Globo serão sempre independentes, apartidárias, laicas e praticarão um jornalismo que busque a isenção, a correção e a agilidade, como estabelecido aqui de forma minuciosa. Não serão, portanto, nem a favor nem contra governos, igrejas, clubes, grupos econômicos, partidos. Mas defenderão intransigentemente o respeito a valores sem os quais uma sociedade não pode se desenvolver plenamente: a democracia, as liberdades individuais, a livre iniciativa, os direitos humanos, a república, o avanço da ciência e a preservação da natureza.

Para os propósitos deste documento, não cabe defender a importância de cada um desses valores; ela é evidente por si só. O que se quer é frisar que todas as ações que possam ameaçá-los devem merecer atenção especial, devem ter uma cobertura capaz de jogar luz sobre elas. Não haverá, contudo, apriorismos. Essas ações devem ser retratadas com espírito isento e pluralista, acolhendo-se amplamente o contraditório, de acordo com os princípios aqui descritos, de modo a que o público possa concluir se há ou não riscos e como se posicionar diante deles.

A afirmação destes valores é também uma forma de garantir a própria atividade jornalística. Sem a democracia, a livre iniciativa e a liberdade de expressão, é impossível praticar o modelo de jornalismo de que trata este documento, e é imperioso defendê-lo de qualquer tentativa de controle estatal ou paraestatal. Os limites do jornalista e das empresas de comunicação são as leis do país, e a liberdade de informar nunca pode ser considerada excessiva.

Esta postura vigilante gera incômodo, e muitas vezes acusações de partidarismos. Deve-se entender o incômodo, mas passar ao largo das



acusações, porque o jornalismo não pode abdicar desse seu papel: não se trata de partidarismos, mas de esmiuçar toda e qualquer ação, de qualquer grupo, em especial de governos, capaz de ameaçar aqueles valores. Este é um imperativo do jornalismo do qual não se pode abrir mão.

Isso não se confunde com a crença, partilhada por muitos, de que o jornalismo deva ser sempre do contra, deva sempre ter uma postura agressiva, de crítica permanente. Não é isso. Não se trata de ser contra sempre (nem a favor), mas de cobrir tudo aquilo que possa pôr em perigo os valores sem os quais o homem, em síntese, fica tolhido na sua busca por felicidade. Essa postura está absolutamente em linha com o que rege as ações das Organizações Globo. No documento “Visão, Princípios e Valores”, de 1997, está dito logo na abertura: “Queremos ser o ambiente onde todos se encontram. Entendemos mídia como instrumento de uma organização social que viabilize a felicidade.”

O jornalismo que praticamos seguirá sempre este postulado.

Em caso de dúvida sobre este documento, envie e-mail para principioseditoriais@globo.com