**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL – PUCRS
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**A FONTE AMADORA NA CONSTRUÇÃO
DE REALIDADES NO TELEJORNALISMO**

Miro Luiz dos Santos Bacin

Orientador: Prof. Dr. Jacques Alkalai Wainberg

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, como pré-requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Comunicação Social.

Porto Alegre, 21 de novembro de 2006

Instituição depositária:
Biblioteca Ir. José Otão
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

B125f Bacin, Miro Luiz dos Santos
**A fonte amadora na construção de realidades no
telejornalismo / por Miro Luiz dos Santos Bacin. – 2006.**
179 f. : il. ; 30cm.

Tese (doutorado) -- Pontifícia Universidade Católica do Rio
Grande do Sul - PUCRS, Programa de Pós-Graduação em
Comunicação Social, 2006.

“Orientação: Prof. Dr. Jacques Alkalai Wainberg, Faculdade de
Comunicação Social”.

Catálogo na Publicação:
Bibliotecária Eliete Mari Doncato Brasil - CRB 10/1184

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Jacques Alkalai Wainberg
Orientador (PUCRS)

Prof. Dr. Valério Cruz Brittos (Unisinos)

Prof^a. Dr^a. Cristiane Finger (PUCRS)

Prof^a. Dr^a. Mirian Rossini (UFRGS)

Prof. Dr. João Winck (Unesp)

DEDICATÓRIA

À minha esposa, Adriana, por partilhar incondicionalmente comigo amor, compreensão e conhecimento;

À minha filha, Isabella, que nasceu e se desenvolveu durante os dois anos e meio desta tese;

Aos meus filhos, Bernardo e Lorenzo, pelo carinho e apoio.

AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Jacques A. Wainberg, meu orientador;

Aos meus pais, Miro (em memória) e Missioneira;

À Unisinos, pelo apoio acadêmico e administrativo;

Aos meus colegas da Unisinos, representados pelos professores Edelberto Behs, Ione Bentz, Pedro Gilberto Gomes e Thaís Furtado;

Ao Prof. Dr. João Winck (Unesp).

À equipe da Globo Universidade

RESUMO

Este trabalho propõe uma análise sobre a participação da fonte amadora na construção de realidades pelo jornalismo televisivo atual, no caso pelo *Jornal Nacional*, da Rede Globo de Televisão. Através de conceitos como *notícia*, *noticiabilidade*, *condições de produção*, *panóptico* e *gatekeeper*, tratados por autores como Wolf (1995), Wolton (2006), Traquina (2001), Marcondes Filho (1989), Motta (2006) e McQuail (2003) busca, em estudos recentes, a atualização dessa participação de uma audiência *empoderada e interessada* na captura de informações. A identificação de exemplos veiculados pelo telejornal em questão contribui para a verificação dos gêneros e categorias a eles relacionados, explicitando possibilidades de diferentes narrativas construídas por uma produção alheia às rotinas formais do telejornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: Telejornalismo; fonte amadora; cinegrafista amador.

ABSTRACT

This work proposes to analyse the participation of amateur sources in the construction of realities by current television journalism, specifically in this case that of *Journal National* produced by the Globo television network. Working with concepts such as news, newsworthiness, production conditions, panoptica and gatekeeper, as discussed by authors such as Wolf (1995), Wolton (2006), Traquina (2001), Marcondes Filho (1989), Motta (2006) and McQuail (2003), an updating of this participation of an audience that is empowered and interested in capturing information is sought. The identification of examples transmitted by the television news si question contributed to the verification of the genres and categories involved, making explicit the possibilities of different narratives being constructed by a production routine foreign to the formal routines of television journalism.

KEY WORDS: Television Journalism, Amateur sources and Amateur Cineographers

SUMÁRIO

DEDICATÓRIA	04
AGRADECIMENTOS	05
RESUMO	06
ABSTRACT	07
INTRODUÇÃO	09
1 TELEVISÃO POR TODOS OS LADOS	13
1.1 Reguladora da experiência pública e privada	14
1.2 Capacidade de se manter <i>acesa</i>	16
1.3 A <i>esfera pública</i> eletrônica.....	20
1.4 Capacidade de entreter.....	23
1.4.1 Capacidade de atrair.....	24
1.4.2 Atrair com equidade.....	25
1.4.3 Para disciplinar e controlar.....	27
1.4.4 A reconstrução de <i>si mesmo</i>	33
2 TELEJORNALISMO EM RECONFIGURAÇÃO	35
2.1 Narrar com estratégias próprias.....	36
2.1.1 O fechamento dos circuitos da comunicação.....	39
2.2 Narrar com outras <i>construções de realidades</i>	41
2.2.1 <i>Construções de realidades</i> em rede.....	43
2.2.2 <i>Realidades</i> em rede.....	45
2.2.3 Montagens estratégicas.....	48
2.3 A lógica da competição.....	50
2.4 Visão distorcida de mundo.....	51
2.5 Visão <i>nítida</i> de um mundo fantástico.....	53
2.5.1 Flertando com o <i>absurdo</i>	54
2.6 A criação de um novo <i>bios</i>	57
2.7 O desejo da <i>autenticidade</i>	58
2.7.1 A memória telejornalística na preservação de <i>recortes</i>	59
2.7.2 A memória televisiva <i>desconstrói</i> o passado.....	61
3 FONTES DE INFORMAÇÃO NO TELEJORNALISMO	64
3.1 O <i>imperativo do olhar</i>	65
3.2 Testemunha ocular da história – cinegrafista amador.....	66
3.2.1 Cinegrafista amador - testemunha ocular da história.....	68
3.2.2 Um sujeito de <i>imitações</i>	69
3.2.3 Um sujeito que <i>vê a si mesmo</i>	71
3.2.4 Um sujeito que aprende a <i>olhar</i>	73
3.3 As novas fontes e as produções mórbidas.....	75
3.3.1 O olhar <i>contaminado</i> exige agora mais.....	77

3.3.2 O <i>duplo</i> olhar em <i>dupla</i> mídia.....	79
3.4 A fonte como possibilidade de uma imagem icônica.....	82
3.4.1 Primazia do olhar.....	84
3.4.2 Primazia da escolha.....	86
3.5 Nem tudo que reluz e midiaticizável.....	89
4 PERDAS E GANHOS DE UMA SOCIEDADE PARTICIPATIVA.....	94
4.1 Mediação simbólica distantemente próxima.....	95
4.2 A informação se faz conhecimento.....	97
4.3 De volta à tecnologia e as mudanças no telejornalismo.....	100
4.3.1 Jornalismo cívico: chamamento à crítica do <i>fazer</i>	112
4.3.2 Jornalismo participativo: chamamento ao <i>fazer</i>	105
4.4 Contribuições de outras <i>testemunhas oculares</i>	112
5 FONTE AMADORA: DO MÉTODO À ANÁLISE.....	119
5.1 Opções metodológicas.....	119
5.2 <i>Jornal Nacional</i> : as razões da escolha.....	122
5.2.1 Cinegrafista amador: a quebra do <i>Padrão Globo</i>	126
5.3 Fenômeno em curso: as ocorrências amadoras.....	127
5.4 Fenômeno em curso: imagens amadoras para o <i>Jornal Nacional</i>	129
5.4.1 As condições para a produção do <i>Jornal Nacional</i>	134
5.5 Identificação e tipificação das ocorrências.....	137
5.6 <i>Categoria-manchete</i> : origem, enquadramento e intenção.....	142
5.6.1 Flagrante policial.....	142
5.6.2 Registro do fantástico.....	143
5.6.3 Olhar turístico.....	144
5.6.4 Denúncia anônima.....	144
5.6.5 Imagens em suas condições de produção.....	145
5.6.6 Circuitos de vigilância.....	146
5.6.7 Imagens de complementação.....	146
5.6.8 Flagrante armado.....	147
5.6.9 Câmera campana.....	148
5.6.10 Câmera “alcagüeta”.....	148
5.6.11 Câmera corporativa.....	149
5.6.12 Câmera com o “olho do dono”.....	150
CONCLUSÃO.....	152
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	155
ANEXOS.....	156
Anexo A – Quadro de Ocorrências – seleção inicial 2003/2006	167
Anexo B – Questionário aplicado à Rede Globo	176

INTRODUÇÃO

Esta tese surgiu do nosso interesse pelo estudo das práticas jornalísticas. Começou, bem verdade, nas primeiras lições de semiótica quando da realização do mestrado nessa área. Enveredamos pela leitura e entendimento das condições de produção telejornalísticas e, agora, buscamos compreender estas representações a partir do que observamos enquanto espectadores. Há muito nos chama a atenção a crescente produção de imagens oriundas de uma fonte nominada pelos meios de “cinegrafista amador”.

Pelo ineditismo do objeto de estudo, não encontramos amparo em referências bibliográficas focadas no tema. Optamos, dessa forma, por aproximações, usando vários autores por demais conhecidos, cada qual com recortes mais ou menos justos a uma parte do todo deste trabalho. Como primeiro passo da pesquisa, utilizamos a metodologia da observação dos telejornais, dando destaque às imagens produzidas por amadores.

Como problematização, seguimos a questão norteadora:

A fonte amadora traz ao jornalismo contribuições significativas a ponto de tornar-se uma co-autora na construção de realidades?

E mais:

a) Estariam as *rotinas produtivas* do telejornalismo abrindo demasiadamente flanco à produção amadora a ponto de desregular a atual lógica de construção da notícia?

b) O jornalista, enquanto profissional, estaria por isso perdendo sua condição de filtro, de *gatekeeper* (Wolf, 1995), da informação?

c) Há um fenômeno em curso que aponta para uma espécie de “dependência” do telejornal por imagens icônicas dos grandes acontecimentos?

d) Poderíamos afirmar que a audiência é *empoderada*¹ por pedagogias oriundas das mídias e por novas tecnologias de captação de imagem?

e) O chamado *jornalismo participativo* (cidadãos-jornalistas)², tão propalado em tempos de internet, está entre as razões dessa crescente demanda por imagens inéditas que afloram da sociedade?

Para darmos conta dessas questões, compilamos mais de três centenas de ocorrências nas quais a referência era sempre vinculada à produção de *cinematista amador* ou classificada como *imagens exclusivas*, inéditas, de *flagrante*, de *registro*, de *câmeras de vigilância* ou *câmeras de segurança*. Por orientação da banca de qualificação do projeto desta tese, optamos por descartar da análise insumos de outros telejornais e concentrar nossa atenção às produções telejornalísticas do *Jornal Nacional*, uma escolha que se justifica pela força agendadora que possui esse produto informativo da Rede Globo de Televisão.

¹ Utilizamos aqui o conceito de *empoderamento* como ações de construção de uma auto-imagem e confiança positiva, desenvolvimento da habilidade para pensar criticamente, a construção da coesão de grupo, a promoção da tomada de decisões e a ação (Stromquist, 2000). Segundo Romano e Marta (2002), a noção de *empoderamento* começa a ser utilizada na década dos 70, com os movimentos sociais e, posteriormente, passa a permear as práticas das ONGs. Nos últimos anos, o conceito e a abordagem foram gradualmente apropriados pelas agências de cooperação e organizações financeiras multilaterais (como o Banco Mundial). Nesta apropriação, o conceito e a abordagem sofreram um processo de despolitização – ou pasteurização – ao ser enfatizada sua dimensão instrumental e metodológica. Assim, junto com conceitos como capital social e capacidades, o empoderamento passa a ser um termo em disputa no campo ideológico de desenvolvimento. [...] O *empoderamento* dos pobres e das comunidades viria a ocorrer pela conquista plena dos direitos de cidadania. Ou seja, da capacidade de um ator, individual ou coletivo, usar seus recursos econômicos, sociais, políticos e culturais para atuar com responsabilidade no espaço público na defesa de seus direitos, influenciando as áreas do Estado na distribuição dos serviços e recursos públicos.

² A revista *Wired*, em artigo de junho de 2006, divulgou a estratégia do grupo Gannett que aponta para uma nova forma de trabalho das redações dos jornais, transformando-os em “centros de informação”. Os horários de trabalho, segundo a revista, passam a ser de 24 horas, sete dias por semana, e a ligação com os leitores e os conteúdos por eles produzidos é muito mais estreita. O redator Jeff Howe e o editor Mark Robinson, ambos da *Wired*, cunharam o termo *Crowdsourcing*, apropriado para designar as contribuições das fontes amadoras: *garage scientists*, *amateur videographers* ou *freelancers*.

A presente pesquisa constitui-se, assim, num estudo qualitativo de 12 ocorrências selecionadas entre 55 das que foram veiculadas pelo telejornal da Globo no período compreendido entre 2003 a 2006. Um *corpus* significativo que representou um universo inicial de 325 ocorrências, correspondendo à assistência dos principais telejornais das emissoras brasileiras de canal aberto – Globo, Band, Record e SBT.

É provável que tenhamos respondido às questões preliminares ou a esse problema de pesquisa bem antes de produzirmos esta tese. Entretanto, só a intuição, especulação ou senso comum não bastariam para responder à questão maior. Trabalhamos com o campo da comunicação, com área do jornalismo, com a produção telejornalística. Para encontrarmos respostas às questões formuladas e não trabalharmos à deriva, abrimos um leque de possibilidades de compreensão do problema.

Dividimos a tese em cinco partes. No capítulo 1, buscamos uma visualização ampla da televisão enquanto *sujeito de significações* mais presente nos lares brasileiros, como uma espécie de *esfera pública*. Por outro, tentamos entender o *poder* que esta mídia tem quanto à capacidade de *vigiar e punir*, de *equiparar* e de se recompor diante de novas mídias.

No capítulo seguinte, propusemos *um olhar* sobre o telejornal, do advento da internet e seus reflexos na *construção de realidade*, sua capacidade de memória e de flertar com o absurdo, num viés herdado da literatura.

No terceiro capítulo, entramos na compreensão da fonte na produção da notícia, da fonte amadora, ou do desempenho do cinegrafista amador nessa *construção de realidades*.

Na quarta parte, tratamos de *jornalismo cívico e participativo*, com o intuito de verificarmos posteriormente a relação de semelhança que possam guardar dessa cooperação entre *amador* e o campo das mídias.

No quinto capítulo, propomo-nos aos esclarecimentos quanto às opções metodológicas deste trabalho, do *corpus* e de sua análise. Do conjunto de ocorrências, tratamos de selecionar 12 e, dessas, criamos o que nominamos de “categoria-manchete”, ou seja, para cada uma das ocorrências selecionadas procuramos dar-lhe uma identificação o mais abrangente possível. Cada ocorrência corresponde a outras de igual valor (anexo). As opções teóricas ficam à mercê de cada reflexão proposta. Partimos de conceitos basilares, como *notícia*, *noticiabilidade*, *condições de produção*, *panóptico* e *gatekeeper* tratados por autores como Wolf (1995), Wolton (2006), Traquina (2001), Marcondes Filho (1989), Becker (2005) e McQuail (2003).

Agregamos ao nosso estudo textos recentes que atualizam informações sobre esse movimento que propõe uma desregulagem na atividade jornalística, principalmente quando aprimoram-se as condições de produção no ambiente virtual e a rede de relacionamento faz surgir um novo “cidadão”. A título de comparação, de contraste entre realidades distintas, somamos contribuições de diferentes origens, como a norte-americana e sua evolução tecnológica (conhecimento) e astronômica, e a brasileira, com suas brutais diferenças de acesso e desenvolvimento cognitivo.

Assim, desta tese subjaz um interesse que está para além das questões específicas do telejornalismo. Buscamos um entendimento e uma discussão ampla dos modos de fazer jornalismo, que entrelaça produtores e audiência num aparente mundo comandado pela tecnologia. Por opção, procuramos ser econômicos nesta introdução, deixando para os primeiros capítulos os dados e suas relações históricas e modernas necessários ao entendimento inicial desta tese.

Já não basta anunciar o que aconteceu. É pouco transmitir o que está acontecendo. O jornalismo 24 horas no ar é voraz: precisa produzir notícias o tempo todo.

Luiz Claudio Latgé³

1 TELEVISÃO POR TODOS OS LADOS

O mundo contemporâneo vive sob impactos intermitentes das transformações que as tecnologias digitais e eletrônicas trazem para as diferentes sociedades, cujas implicações atuam diretamente no cotidiano, em todas as esferas de convivência da pessoa humana. A televisão é o veículo da era eletrônica que maior penetração já obteve, “introduzindo-se em todas as casas, entre todas as pessoas, praticamente em todos os cantos do planeta. [...] é hoje parte do cotidiano, parte do referencial de vida de quase todos os homens”. (ROCCO, 1989:19)

Em pouco mais de 50 anos no Brasil, a televisão instalou-se nas casas e hoje está inconteste na sociedade. Faz parte do seu cotidiano. Grosso modo, é aquele aparelho luminoso num canto da casa, do bar, do clube ou no espaço de trabalho. Portátil e miniaturizada, pode estar no carro, no ônibus, no avião, no celular. Metaforicamente, é uma janela que se abre a nossa frente e apresenta mundos distantes, realidades muitas vezes não imaginadas e, em sua maioria, inalcançáveis para a grande maioria dos espectadores, que se utilizam dela para “tocar e sentir” um mundo lá fora.

São cenários trazidos até nós e, por meio de uma narrativa específica, põe-nos a “passar” por entre suas realidades construídas. De certa forma, a televisão completa-nos enquanto

³ Diretor de Jornalismo da Rede Globo de São Paulo.

sujeitos do mundo ao alcançar-nos diariamente notícias⁴, “agendas” que nos põem a par das coisas do nosso e de outros mundos.

De assistentes passamos a observados numa verdadeira “cidade das câmeras”. Uma situação “normal” que quase não abre espaço para críticas a esse sistema de vigilância, principalmente quando esse olhar fita-nos incansavelmente, numa intolerável invasão de privacidade, como na ficção do *Grande Irmão*, de *George Orwell*. “Sempre há uma câmera por perto. No acidente de trânsito, no assalto ao banco, na enchente, na queda do avião” (LATGÉ, 2001). De outro modo, cada vez mais o cidadão é refém de si mesmo à medida que passa a ser vigilante “armado” das coisas desses mundos. É “cinegrafista”, muitas vezes, de sua própria desgraça.

1.1 Reguladora da experiência pública e privada

A gestão da experiência cotidiana contemporânea está diretamente ligada ao poder da mídia como instrumento regulador da experiência pública e privada, em especial nos telejornais. Esses programas ofertam versões diárias da realidade, mesmo considerando-se que a própria mídia tem buscado incorporar aos seus diferentes modos de produção alguns efeitos das novas tecnologias, tais como a segmentação do público e a interatividade. Com isso quer, objetivamente, credibilidade e autonomia para atrair consumidores das mais diversas tendências, garantindo o suporte dos anunciantes e dos detentores do poder; afinal, a publicidade é a

⁴ Por notícia entendemos o produto da construção de um mundo possível pelo sujeito enunciator a partir dos outros mundos de referência utilizados por ele: o *mundo real*, onde os acontecimentos irrompem e o *mundo de referência*, local onde se dá o enquadramento dos acontecimentos. A notícia é uma realidade construída a partir dos eventos cotidianos e observados por um sujeito ativo, que possui uma experiência de mundo particular, o que torna o *relato objetivo dos fatos* uma visão particularizada, ancorada na experiência individual e nos constrangimentos organizacionais proporcionados pela organização do trabalho jornalístico. É a *representação social*, o *pensamento coletivo*, que coloca a primazia do social sobre o individual. É um instrumento que o indivíduo utiliza para apreender o ambiente a seu redor, a produção institucional, já que o jornalista cumpre um papel socialmente institucionalizado que o legitima a levar a cabo uma determinada atividade, no caso, a de manter a sociedade informada sobre os eventos ocorridos nos variados campos sociais que a compõe. (ALSINA, 1989:186)

sua base financeira. Por isso, independência e profissionalismo não são apenas ações éticas e ideológicas gratificantes para os veículos de comunicação; são um grande negócio:

Nesse sentido, os meios buscam uma sincronia máxima com seu público, uma interação que, estrategicamente, valoriza e respeita os consumidores, para tornar eficaz e eficiente os resultados de suas produções. De outro modo, qualquer tentativa de censura à liberdade de imprensa, por exemplo, gera um elevado custo político, especialmente na televisão, devido ao seu impacto. Diante disso, estão os telejornais, produtos de informação de maior audiência, tidos por principais fontes de acesso dos acontecimentos sociais para a maioria da população do País. (BECKER, 2004:13)

A televisão aberta é o principal mediador da realidade, promovendo desconexões e recomposições em relação à realidade nacional. É entidade supranacional, servindo como revelação de conflitos e de transformação social (BECKER, 2004:15). Em mais de 50 anos de existência, garante um território simbólico e cultural acessível à maioria da população, que experimenta sentimentos comuns de “nacionalidade”, mesmo sob uma vasta rede de mediações e intencionalidades.

Em televisão, o espaço produtivo está ganhando contornos absolutamente imprevisíveis, mantendo, entretanto, a matriz organizacional e tendo de pôr a funcionar estratégias renovadas de captação e circulação de dados. Pesquisas de vários institutos norte-americanos e europeus apontam tendências apocalípticas para a mídia tradicional. A Advertising Age, divulgada pela revista britânica Economist, através do artigo *The On-line Attack*⁵, de Adam Penenberg, prevê que tais mídias tradicionais sobreviverão desde que consigam migrar para a internet.

O articulista informa que o faturamento publicitário conjunto dos sites Yahoo e Google deverá igualar a soma das receitas de anúncios das três maiores cadeias de televisão dos Estados Unidos, ABC, CBS e NBC. A expectativa é de que a publicidade on-line ultrapasse a barreira dos 10 bilhões de dólares. Enquanto isso, a televisão norte-americana dá mos-

⁵ Ver www.economist.com/agenda/displayStory, acessado em 06/09/2005.

tras dessa fadiga anunciada. Perdeu 32% de audiência desde 1985, assim como os dados referentes ao rádio e à circulação de revistas ⁶. O jornal San Francisco Chronicle lançou a seguinte pergunta a seus leitores, em abril de 2005: *would you be sad if TV news disappeared?* Mesmo que a tendência das respostas tenha sido para o “não”, há declarações interessantes que mostram um certo conservadorismo de uma sociedade altamente industrializada e apta economicamente a participar dos novos meios de informação. Em dois depoimentos, os leitores reponderam que:

Absolutely! The way to get news is to use all resources, not just one. It would eliminate important visuals and another point of view if there were no more TV news. (Ken Shaw, São Francisco).

Yes. On Sept. 11 we were in a house in the mountains with nothing but a small, hand-held TV. From early morning, we watched ABC News from Reno. Unforgettable. Thank you, Peter Jennings. (Sally Chandler, Redwood City)

1.2 Capacidade de se manter *acesa*

Em um quadro alarmista, que põe a internet como a mídia de todas as mídias e avassaladoramente potencial “sugadora” de todas as outras, o meio televisivo surpreende por sua capacidade de se reciclar. O telejornal como produto, por excelência, didaticamente informativo, mostra-se diante dessa realidade como um “cabo-de-guerra”, sem limites de força para estancar o poder de ruptura e destruição do que conhecemos hoje. Na grade de programação das emissoras, os telejornais vendem credibilidade, atraem investimentos e mostram-se atentos às novas alternativas, apropriando-se do que está a sua volta, mantendo-se como um objeto de sedução e um dos produtos de informação de maior impacto na sociedade contemporânea.

⁶ Ver http://longtail.typepad.com/the_long_tail/, acessado em 06/09/2005.

Mesmo que a internet seja hoje um suporte de alta visibilidade por suas inovações e convergências tecnológicas, dados brasileiros demonstram uma contradição em relação às pesquisas realizadas nos países “internéticos”: o IBGE registra o crescimento no número de aparelhos de televisão nos últimos anos ⁷. Entretanto, como um dos pontos importantes para o entendimento dessa demanda, está, inegavelmente, a revolução tecnológica inaugurada pela cultura digital. Winck (2006) diz que a *cibercultura* está promovendo uma revisão geral nos conceitos, métodos e instrumentos para projetar, fazer circular e fruir as linguagens, sejam as formas estáticas ou cinéticas.

Nesse processo de inovação, o foco da produção de mensagens foi deslocado para a aplicação da arte, da arquitetura e do design à linguagem digital, cuja expressão mais aparente é o universo das mediações e comunicações cibernéticas em audiovisual digital interativo. Embora o cinema, a televisão e os videogames sejam os produtos mais aclamados, as mais diversas áreas do conhecimento se valem do audiovisual para comunicar conceitos e formas. Hoje se tornou indispensável formatar pensamento, projetos e objetos por meios visuais, audiovisuais e multimídia. (WINCK, 2006)

Winck (2006) afirma que o desenvolvimento vertiginoso da linguagem audiovisual foi um dos maiores fenômenos estéticos e sociológicos no Século XX. Só para se ter uma idéia, diz ele, estima-se que existam mais telespectadores do que a soma dos leitores na história do Ocidente. ⁸

⁷ A taxa de crescimento do número de domicílios no Brasil com aparelhos de televisão cresceu de 75,8% em 1993 para 90,0% em 2003. No item rádio, em 2003, ficou igual a do total de domicílios (3,3%) e próxima à taxa referente ao número de casas em que havia televisão (3,4%). A participação de residências com rádio estava em 85,1% em 1993, chegou a 90,4% em 1996 e 1998 e caiu para 87,8% em 2003. Ver IBGE: **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios** (Pnad), 2004. Na Europa, em especial em Portugal, 96,6% das famílias têm um ou mais televisores em casa. Lares com um único televisor correspondem a 38,4%. Ver mais em INE (Instituto Nacional de Estatística, 2000) em www.ine.pt. Acessado em 12.08.2005

⁸ Calcula-se algo em torno de 70% dos lares em todo o mundo ligados à pelo menos um aparelho de TV. Isso significa números próximos aos quatro bilhões de pessoas. No Brasil a cifra sobe para os estrondosos 98% de lares com TV, o que representa cerca de 140 milhões de pessoas ligadas à TV aberta e mais de três milhões de assinantes de TV paga. Estima-se que, das quatro horas de televisão que o brasileiro assiste diariamente, três são produção nacional, das quais duas são ficção. A produção de televisão no Brasil é considerada uma das maiores do mundo, gerando mais de 50 mil horas anuais de programação, o que faz render cifras beirando os seis bilhões de dólares. Exportamos em média 24 mil horas de programação por ano para 60 países. O volume de exportação

O pesquisador afirma que falar da indústria da imagem significa lidar com números astronômicos, quer sejam de públicos, do volume de capital, de negócios e oportunidades que faz circular, ou dos números de postos de trabalho diretos e indiretos que é capaz de gerar. O dinamismo da indústria do audiovisual tem grande capacidade de envolver outros setores da economia.⁹

Com o fornecimento de TV digital interativa - sistema que irá substituir o atual parque tecnológico da produção industrial de TV¹⁰ – Winck (2006) avalia que os negócios e oportunidades tendam a triplicar até 2020:

A associação da televisão ao computador e à telefonia móvel irá permitir que o público acesse a uma gigantesca rede de comunicações. Essa rede interligará residências, empresas, escolas, sindicatos, computadores pessoais, telefones etc. a uma malha de projetistas e prestadores de serviços, de informação e de entretenimento sem precedente na história da humanidade. A previsão é de que a TV interativa, logo no início das operações, oferecerá cerca de 500 diferentes canais de programação. Entretanto, com o desenvolvimento dos equipamentos e das ferramentas, é possível que a oferta de projetos e produtos se multiplique por vinte antes da metade do século. (WINCK, 2006)

O pesquisador diagnostica que estamos diante de uma revolução conceitual, ética e estética em larga escala e sem precedentes na história, o que exige esforços de pesquisa acadêmicas na busca de respostas na via do desenvolvimento sustentável da ciência, das artes, das tecnologias e das culturas que animam estes dados estrondosos.

de nossos produtos audiovisuais gira em torno de 38 milhões de dólares, sendo considerado muito pequeno frente à importação, que nunca é inferior aos 695 milhões de dólares anuais. (WINCK, 2006)

⁹ A associação com a indústria da telefonia celular está desenvolvendo os videofones, que permitem a transmissão de sons e imagens via telefones móveis. Calcula-se que este novo mercado para o audiovisual digital gere recursos da ordem de um trilhão de dólares até 2010, segundo a ONU. Só no Brasil existe o potencial de 58 milhões de usuários para esse novo mercado, nos colocado na quinta posição no ranking mundial. (WINCK, 2006)

¹⁰ As previsões apontam para um mercado mundial de serviços via TV digital interativa que deverá movimentar nada menos do que US\$ 62 bilhões já em 2007. Se computadas as transações de comércio eletrônico e publicidade e propaganda via TV interativa estima-se um acréscimo de mais US\$ 44,8 bilhões às expectativas de negócios e oportunidades. Contudo, não apenas as cifras justificam a necessidade do aprofundamento da pesquisa em comunicação digital. (WINCK, 2006)

Por outro viés, na ponta de quem recebe essa infindável massa de produtos audiovisuais, o aparelho de televisão, por seu barateamento, multiplica-se e ganha, cada vez mais, o status de utensílio. Nos lares brasileiros, mesmo desligado – sem luz, movimento, cor e sons, o televisor é tomado como um móvel por esta parcela significativa de brasileiros, mantendo-se presente como um “olho de vidro” entre os objetos importantes das residências. Dos eletrodomésticos de consumo, é o único que coincide com a vida doméstica.

Na década de 1990, os indicadores sociais do IBGE apontavam avanços da economia brasileira, o que patrocinava a melhoria da renda, da saúde e da escolaridade da população. A desigualdade na distribuição de riqueza manteve-se, contudo, inalterada, provocando uma quase estagnação do acesso à informação e dando ainda mais vida à televisão, para muitos o único meio de informação e entretenimento. Não é à toa que 60% dos investimentos publicitários se concentraram no meio televisivo ¹¹.

Segundo Ortovela (2001), até o momento, todas as tentativas de fundir o televisor com aparelhagens sonoras e com o microcomputador e de torná-lo quase sempre transportável, ou falharam ou são residuais. O habitat da televisão, enquanto uma das peças do lar, parece ser necessariamente o espaço doméstico. O televisor transformou-se no próprio lar, ocupando o lugar do "deus da lareira", objeto de culto nas antigas casas romanas. O *páter-famílias* oferecia-lhe sacrifícios em datas importantes do mês e em circunstâncias solenes. No novo lar, as pessoas olham para ela como para as brasas em chamas numa noite de frio e vento. A mitologia apresenta o lar ou a lareira como símbolo da vida em comum, da casa, da união do homem e da mulher, da conjugação do fogo e do seu receptáculo.

Enquanto centro solar que aproxima os seres, pelo seu calor e pela sua luz - que é também o lugar onde se cozinha a comida - é o centro de vida, de vida dada, conservada e propagada. [...] O lar foi também sempre honrado em todas

¹¹ ABERT, tabela com o faturamento dos meios em 1999-2000 e 2002-2003.

as sociedades; tornou-se um santuário, sobre o qual se pede a proteção de Deus, onde se celebra o seu culto e onde são conservadas estatuetas e imagens sagradas (ORTOLEVA, 2001:95).

Enquanto suporte, a televisão e sua capacidade de ver a distância – *telever* – transformaram o *homo sapiens* da cultura escrita em um *homo videns*, da cultura da imagem. Por isso, conforme Eco (1970), a tevê é um dos fenômenos básicos de nossa civilização e é preciso, diz, não só encorajá-la nas suas tendências mais válidas, como também estudá-la nas suas manifestações.

1.3 A esfera pública eletrônica

Em 18 de setembro de 1950,¹² quando a televisão surgiu no Brasil, a imprensa a classificou como “um novo e poderoso instrumento”. Conta Borges (2001) que o interessante é que, assim como a fotografia gerou uma série de interpretações à época em que começou a se popularizar, “a televisão também era vista por alguns como um aparelho em que as pessoas que estavam dentro da máquina poderiam ver as outras que assistiam” (BORGES, 2001:10). Com a fotografia, diz, as pessoas temiam olhar nos olhos do retratado, pois tinham a sensação de estarem sendo observadas também. À época, “natural” para as pessoas era o rádio e os jornais impressos. A televisão, diz Borges (2001), veio para modificar radicalmente essa situação:

As crianças não dormem mais embaladas por canções de ninar, mas pelos “jingles” de produtos comerciais veiculados pela TV; as novelas alteram hábitos e afetam o cotidiano das pessoas; os telejornais ajudam a derrubar presidentes, governadores, prefeitos e parlamentares. Contar a história do desenvolvimento da TV no Brasil é contar a história do desenvolvimento de um país, que passou de agrário para urbano numa velocidade espantosa e que se integrou a um mercado mundial de consumo também muito rapidamente. (BORGES, 2001:10)

Mattos (2000) recorda que a televisão foi usada como poderosa ferramenta política, principalmente no período de 1964 a 1985, tanto na mobilização social como de formação de

¹² A data refere-se à transmissão pela TV Tupi do primeiro programa de televisão no Brasil.

opinião pública. As condições econômicas do Brasil durante o período de implantação da televisão coincidiram com as mudanças do perfil do País - de agrícola de exportação para a industrialização urbana. Quando do seu surgimento, apenas 20% da população era urbana, índice que triplicou 25 anos depois. Após o golpe militar de 1964, foram criadas estatais, atraindo multinacionais e endividando o País. Com a televisão, o percurso foi semelhante: foi usada pelo regime militar para promover a chamada “integração nacional”.

A relação da televisão com as empresas multinacionais ficou mais estreita, não só em relação aos anúncios, mas também aos programas, filmes e, principalmente, à tecnologia. Mattos (2000) destaca que as redes de televisão passaram a atuar em outras frentes de informação, como internet, revistas, jornais, rádios e televisões a cabo, cercando seu público de todos os lados, aumentando o faturamento e criando cadeias integradas de informações e entretenimento.

Mattos (2000) identifica seis fases de desenvolvimento da televisão brasileira:

- a. Elitista (1950-1964);
- b. Populista (1964-1975);
- c. Desenvolvimento tecnológico (1975-1985);
- d. Expansão internacional (1985-1990);
- e. Globalização e televisão paga (1990-2000);
- f. Convergência e qualidade digital - a tecnologia apontando a tevê para uma interatividade cada vez maior com a internet e outras tecnologias de informação.

A televisão, efetivamente, constituiu-se em esfera pública eletrônica, como diz Renaut (2001). Na verdade, uma observação crítica do meio que, segundo ela, tem conseguido sobrepor-se a muitos instrumentos sociais e instituições que em outras sociedades detêm força e autoridade indiscutíveis. Renaut (2001) recorda que desde a década de 60, a televisão brasileira passou a ser a forja para se obter uma identidade nacional. “As grandes redes começaram a

se estruturar e a cena televisiva passou a se constituir de tal forma que ‘sufoca’ ou abarca o ‘espaço público’.” (RENAUT, 2001: 59)

O que se vê hoje, afirma, são grandes redes de televisão reproduzindo as desigualdades reais: mais espaço para o “Sul-maravilha”, menos espaço para as regiões mais pobres. É a realidade reconstruída pela linguagem e estética da televisão:

Em um país predominantemente analfabeto e pobre, a televisão se erigiu como império, suprimindo e ignorando a carência da leitura escrita e vendendo modelos idealizados, na maioria das vezes opostos à realidade das ruas e do campo. (Renaut, 2001: 59)

Renaut (2001) atribui tal situação à inconsistência das instituições democráticas e à submissão delas à televisão, que soube tirar proveito e agradar o telespectador. O brasileiro é um dos maiores consumidores de televisão do mundo. Em 2004, despendeu quatro horas, 53 minutos e 22 segundos assistindo à televisão aberta, dado que aumenta a cada ano. Em 2003, o consumo médio individual foi de quatro horas, 47 minutos e 29 segundos. Há quatro anos a média era bem menor: quatro horas 37 minutos e 15 segundos. (PEREIRA JÚNIOR, 2005)

Os dez programas com maior índice de audiência são todos da Rede Globo de Televisão. O *Jornal Nacional* é o noticiário com maior audiência no País, com uma média de 42%, com mais de 29 milhões de espectadores (CASTRO, 2005). Nos Estados Unidos, conforme dados da *Nilsen Media Research*, do VNU Media Measurement & Information Group, os noticiários das maiores redes de tevê – ABC, CBS e NBC – não estão entre os nove programas mais atingidos e, em média, cada um não ultrapassa uma audiência de 18 milhões de pessoas num país em que mais de 110 milhões de lares possuem aparelhos de televisão (NIELSEN, 2006). Apenas o programa *60 Minutos*, da CBS, ocupa o décimo lugar.¹³

¹³ O programa "60 Minutos" é exibido pela TV CBS todos os domingos, às 19h, trazendo notícias, análises e debates para o público. O "60 Minutos" teve início em 1968 e, de acordo com pesquisas de opinião realizadas nos Estados Unidos, toda noite de domingo, mais de 17 milhões de pessoas acompanham o programa.

1.4 Capacidade de entreter

A palavra entretenimento, diz Trigo (2003), tem origem latina: *inter* (entre) e *tenere* (ter). O significado “nos leva cada vez mais para dentro dele e de nós mesmos” (TRIGO, 2003:32). Diz respeito às platéias como massa, diferentemente da arte, que trata cada espectador como único. O termo possui significados ligados ao divertimento, à distração e ao passatempo. Por muito tempo, esses significados estiveram ligados ao conceito de pecado ou ao que era permitido apenas à elite da sociedade. Na sociedade pós-industrial, o entretenimento ganhou outro significado, principalmente nos Estados Unidos a partir de meados no século XIX. (TRIGO, 2003)

Ao passar a ser associado pejorativamente ao popular, ganha sentido de “algo menor”, “desprezível”, distante da cultura elitista, da nobreza, da intelectualidade e do artístico. Não há como separar o entretenimento do popular, nem mesmo dos veículos de comunicação, principalmente no Brasil, com sua população carente de divertimento, distração ou passatempo devido às condições sócio-econômico-culturais em que vive. Para Trigo (2003), “o entretenimento é mesmo divertido, fácil, sensacional, irracional, previsível e subversivo. É um espetáculo para as massas, como bem afirmou Debord.” (TRIGO, 2003:32)

A tecnologia sempre esteve presente na história do jornalismo. Do surgimento do papel, do telefone, da máquina de escrever, à utilização de realidade virtual para explicar um acontecimento midiaticizável. O jornalismo nunca passou incólume por introduções das tecnologias no seu fazer. Sempre que houve uma nova maneira de captar informação, produzir ou distribuir conteúdo, o jornalismo teve afetado seu processo. Por extensão, a televisão – e sua

hegemonia como único sujeito a falar para milhões num território tão vasto como o brasileiro –, tornou-se o centro de excelência por chegar a milhões de lares a partir da disseminação “epidêmica” de televisores. O número de domicílios no Brasil com aparelhos de televisão cresceu de 75,8% em 1993 para 90,0% em 2003. Em 1999, eram 53 milhões de aparelhos em todo país, o que representava uma média de um aparelho para cada três pessoas.

Entre os diferentes gêneros de programas, está o telejornal e seu poder de penetração e referenciação para a recepção, suportado pela capacidade tecnológica avassaladora, que exige dos jornalistas atenção redobrada. Nesse recente processo, que vai da produção à recepção e que ganhou robustez nas últimas décadas, o telejornal está prestes a ser novamente catapultado com o advento da tecnologia digital, como veremos mais adiante. A velocidade com que tais tecnologias inserem-se no mundo das comunicações fornece a cada ano possibilidades infinitas a um custo menor e com provada eficiência no “chão de fábrica” do telejornalismo.

1.4.1 Capacidade de atrair

Enquanto o conteúdo teleinformacional tende a buscar outras estratégias discursivas em nome da sobrevivência institucional, uma pseudoconvergência das mídias redesenha, a cada instante, espaços de *lutas tecnológicas* como forma de atrair mais consumidores. As maiores operadoras do Brasil empreenderam no primeiro semestre de 2006 uma campanha de marketing que prometia cortar uma das maiores vilãs do orçamento da classe média brasileira: a conta telefônica.

A oferta consistia de um pacote que incluía acesso rápido à internet, TV a cabo e telefone fixo numa cobrança única. “A economia para o consumidor pode variar de 20% a 30%, dependendo da operadora e do plano escolhido (...). Especialistas estimam a economia em até

55%” (VIEIRA, 2006: 60).¹⁴ Grosso modo, são subterfúgios que escondem uma outra estratégia: a de adaptarem-se aos tempos da internet. O *Skype* – o mais conhecido dos programas que fazem ligações telefônicas gratuitas por computador – fez as operadoras implantarem rapidamente a idéia da “convergência tecnológica”, prometida, segundo Vieira, desde a década de 1990.

Do outro lado do cabo, ressalta o autor, nas operadoras de TV, a lógica consiste em tirar uma “fatia” do bilionário segmento da telefonia. Um motivo que explica a razão de há muito estarem prontas as redes para a convergência no Brasil. Para se ter uma idéia, em pouco mais de um mês, a NET, operadora das Organizações Globo, vendeu mais de 22 mil pacotes do novo serviço. A TVA, apontada como sua concorrente direta, dobrou o número de clientes. Vieira diz que para as empresas de consultoria, como a Yankee Group, agregar os celulares à conta única é o próximo passo da convergência.

1.4.2 Atrair com equidade

Diante de tais perspectivas que unem avanços de novos suportes que permitem barateamento de acesso à rede e os grandes interesses econômicos por tais tecnologias de ponta, há, por outro lado, um fator até então pouco explorado pelos estudos acadêmicos e que mostram velhos suportes revigorarem-se a partir desses próprios avanços. Ao acompanharmos as reflexões críticas de pesquisadores tradicionais que não raro trazem um tom “diabolizador” contra os meios de comunicação de massa, o cientista político francês Dominique Wolton¹⁵ surpreende-nos ao declarar que “adora” a televisão e lamenta ter pouco tempo para assisti-la. Em

¹⁴ Segundo Vieira, esse modelo de negócio, no jargão das telecomunicações, é chamado de *triple play*, ou oferta tripla. Nele, as operadoras usam a rede da internet para fazer chegar às residências todo tipo de conteúdo digital, um caminho mais barato que os meios convencionais de transmissão. VIEIRA, Eduardo. **Virou brinde**: as operadoras têm uma nova forma de vender TV a cabo e Internet. Dar um telefone quase de graça. *Época*, nº 426, de 17 de julho, 2006:60.

¹⁵ WONTON, Dominique. Diretor da revista *Hermes*, referência internacional na área de mídia, e pesquisador do Centro Nacional de Pesquisas Científicas da França, entidade pública sediada em Paris, com mais de 10 mil acadêmicos. Wolton tem 16 livros publicados sobre Comunicação.

sua avaliação, afirma que a televisão é o alicerce da democracia de massas. À televisão, acrescenta ainda o velho e bom rádio: "São eles que asseguram a tolerância ao deferente, reforçam os laços sociais e promovem a identidade de uma nação" (WOLTON, 2006: 84).

Wolton (2006) faz um discurso contemporâneo e, ao mesmo tempo, destoante de uma visão louvatória à internet: "É uma besteira dizer que ela promove a democracia, a não ser em regimes totalitários". Para ele, "os intelectuais - tão críticos sobre a mídia de massa - jamais gostaram suficientemente da televisão e do rádio, mas de repente amaram a internet". (WOLTON, 2006: 84) Ele atribui isso ao deslumbramento com a tecnologia.

O cientista de certa forma atualiza a função social dos meios, em especial da televisão. Wolton (2006) diz que o produto do trabalho realizado pela televisão é único entre as mídias a ser compartilhado por ricos e pobres, pela população urbana e rural, por jovens e velhos:

Isso acontece não pela tecnologia, mas pelo fato de que os programas são destinados a todas essas categorias. Essa virtude única se deve ao conteúdo. É um papel social fundamental, desde que todas as categorias sociais se identifiquem com o que vêem na televisão. Assistir à TV é um consumo individual de uma atividade coletiva, e eis outro fator fascinante. É isso que obriga a TV a prestar atenção à diversidade cultural da sociedade e a preservá-la. (WOLTON, 2006: 84)

A televisão, afirma, produz uma cultura mediana acessível, sensibiliza o telespectador para outras culturas e reflete o mundo contemporâneo, respeitando, assim como o rádio, a hierarquia cultural. Uma forma de o telespectador menos educado poder ser instigado a querer, diz ele, conhecer a cultura de elite a partir do que vê na TV. Uma situação leva a outra: "Podem comprar um livro depois de assistirem a uma minissérie ou visitar um museu para ver um quadro que aparece num filme". (WOLTON, 2006:84)

A mídia de massa, no entender de Wolton (2006), tem um papel vital na reação a uma uniformização proposta pela globalização. Ou seja, uma resistência que vai se traduzir numa reivindicação cada vez mais intensa por uma identidade cultural. Afinal, a dinâmica econômi-

ca da globalização é, segundo ele, a concentração. “Os grupos econômicos fazem isso e argumentam, demagogicamente, que quanto mais poderosos forem, mais respeito terão à diversidade cultural dos países onde atuam. Isso é mentira. Mas há uma reação a essa uniformização proposta pela globalização”. (WOLTON, 2006:85)

Ao contrário do que é apregoado à internet, Wolton (2006) considera a televisão e o rádio como mídias que ofertam um conteúdo pensado para que todos tenham acesso a eles. Na internet, avalia, há uma segmentação natural. “Sem um nível educacional adequado, você não entende. A internet não chega a ser elitista, ela é comunitária. A televisão é uma janela aberta para todas as culturas”. (WOLTON, 2006:84)

O autor faz uma intrigante reflexão ao afirmar que há mais igualdade diante da televisão que diante da prateleira de um supermercado ou na escolha de serviço de saúde. E puxa a internet para comparações: “A TV é um meio interativo. Eu assisto a um programa e depois reajo a ele, em comentários com os amigos ou agindo. O que a internet tem é uma desvantagem. O intervalo de tempo é fundamental para a reflexão.” (WOLTON, 2006:84)

1.4.3 Para *disciplinar e controlar*

A “disciplina” ou “controle” são palavras-chave na modernidade televisiva (assim como em outros suportes), pois se o conflito não passou pela mídia, não há poder de reivindicação ou punição. Gomes (2003) utiliza-se de Marilena Chauí (1999) quando esta fala sobre uma “ideologia ética”, uma “ideologia perversa”, na qual se ausenta a idéia de percepção do controle:

A imagem do *Mal* e a da vítima são dotadas de poder midiático: são poderosas imagens de espetáculo para nossa indignação e compaixão, aclamando nossa consciência. Precisamos das imagens da violência e do *Mal* para nos considerarmos sujeitos éticos. (CHAUÍ *in* GOMES, 1999)

Na imagem do *Mal*, diz Gomes (2003), há contrapartida do exemplo de quem faz o *Bem*, mas, no entanto, impregnada das mesmas intenções e efeitos potenciais:

Rastreando o malfezer, torna visível o que não deveria sê-lo, num doutrinação paradoxal. Porém, nada há de paradoxo na imagem do *Bem* via *Mal*, pois este só se coloca como negação a um desejável. É por subtração a um bem já posto que o *Mal* se delineia. Portanto, qualquer imagem do *Mal* nos remete à antípoda que é a sua sustentação. O negativo aponta necessariamente para o positivo. (GOMES, 2003:77)

Por essa reflexão, imagens de violência dadas à visibilidade do telespectador hoje o repugna ou chama-lhe deveras a atenção. Enquanto em outros tempos, como o século XVIII, atos de açoitamento de um escravo não transmitiam a imagem de violência ou imagem do *Mal*, em nossos dias tais cenas nos mobilizariam. O açoitamento de escravos para os habitantes daquele século soava como legitimidade pela disciplina; hoje, a imagem do *Bem* impera justamente pela idéia de uma positivação, de direitos humanos.

Dar visibilidade a imagens do *Mal*, como aquelas nas quais aparecem babás espancando bebês ou policiais cometendo abusos flagrantes de autoridade, é mobilizar a recepção. Uma “fórmula” fácil de conquistar o telespectador. O horror, para além de seu fascínio, para além de colocar-nos a salvo na posição de distanciamento em que nos encontramos do fato, posição que nos habilita a julgá-lo, também nos fixa no ponto em que só podemos considerarnos aptos a julgar justamente por não partilharmos das mesmas práticas. (GOMES, 2003:78)

Com a ajuda dos aparatos tecnológicos existentes, a “cultura mediática”¹⁶ põe-se a serviço. As televisões, através de seus programas de entretenimento e informativos, possuem cada vez mais a capacidade de dar visibilidade às cenas “do *Mal*” e fazer disso produtos altamente valorizados e muitas vezes permanentes, duradouros, imutáveis. Exemplos como o *Programa do Ratinho*, do SBT ou *Fantástico*, da Rede Globo são mostras dessa construção

¹⁶ A cultura mediática é entendida aqui como aquela em que o negativo, seja ele qual for, já tem seu lugar de inserção definido. Ou seja, ou ele é expurgado, ficando assim fora do sistema, ou ele já nasce fadado à integração, situação em que seu potencial crítico se esgota num círculo de irradiação sempre setorializado. O que vigora com força e direito à expansão pelas redes refere-se apenas ao conjunto de valores que faz parte da economia política e psíquica do sistema dessa cultura e que ela promove permanentemente. (MARCONDES FILHO, 1996:366)

estratégica empreendida pela mídia televisiva, que trabalha com temáticas do tipo *Bem contra o Mal e experiência de vida*.

Há imagens que são efêmeras. Duram enquanto dura a passagem da cena. Um tombo de uma mulher obesa flagrado por seu marido ou a perseguição de um bode chifrudo a um menino campo a fora no máximo geram gargalhadas de segundos na sala de estar. De outro, há cenas que passam e deixam a marca do estável, do fixo, como as do espancamento do negro Rodney King por policiais brancos de Los Angeles, em 3 de março de 1991, cenas gravadas por um cinegrafista amador.

Foi uma ocorrência ontológica, considerando o *estável*, o *fixo*, o *permanente* e o *imutável*, um caminho na direção do *absoluto*, da *verdade*, da *realidade*. Foi a cristalização de um momento até ali pulsante, vivo. A gravação recortou o instante e deu visibilidade ao *Mal*. A cena original do espancamento se extinguiu no ato em si, deixando de existir a partir dali. A gravação deste “corpo já morto” continuou a transformá-lo e a decompô-lo, tornando-se outra matéria.

A cristalização é um momento de morte do ser enquanto modo de existir; é o fim das pulsações, derradeiro ponto de parada do motor que alimenta este próprio modo de existir. Não se nega que daí para frente esse corpo morto continue a existir [...], o corpo instituição continua a provocar seus efeitos [...], quando deixou de ser movimento para ser instituição e, assim, ritual, operação formalística viciada e redundante, mesmo assim seus efeitos ainda irão sobreviver por muito tempo. (MARCONDES FILHO, 1996: 29)

Isso explica, diz o autor, em parte por que a sociedade continua a vivenciar e até a reverenciar processos, situações, instituições que de fato já estão mortos, que já não têm mais nenhuma função específica e criativa, que não produzem o novo há muito tempo.

Nesse caso do espancamento do jovem negro, um ano depois, mesmo com a presunção do real muito forte nas imagens captadas, houve a absolvição dos envolvidos no caso, desencadeando a revolta da população, com distúrbios e mortes nas ruas de Los Angeles.

A repercussão que teve o fato mobilizou um país contra o *Mal*, contra o preconceito racial rememorado a partir da cristalização de um momento. A força da ontologia, grosso modo, está assim constituída, nessa reverência mística a entidades *não-vivas*. As cenas do espancamento passaram à exaustão e contribuíram para a permanência do acontecimento.

1.4.3.1 *Esvaziar* a emoção da morte

No plano das instituições e do imaginário social, o sistema cultural não trabalha com a idéia de morte real, bem como com temas como incesto e outros tabus. “A indústria midiática reproduz a morte com tal encenação que a esvazia totalmente de sua potencia emocional” (MARCONDES FILHO: 367). Ferreira (2001) diz que, de um modo geral, as pessoas reagem igualmente adotando uma postura de “afastamento”:

Para não se sucumbirem em sentimentos de dor e de mágoas, as pessoas se resguardam mais ao se aproximarem da violência, presente em todo o lugar, em todas as classes sociais, na periferia e nos bairros mais nobres; ela acontece com os pobres e com os ricos. Nenhuma categoria está livre de sofrer um ataque a qualquer momento. As pessoas não estão tolerando mais a violência, elas estão se sentindo ameaçadas e aterrorizadas e quando se sentem assim vão buscar um mecanismo de autodefesa. E uma forma de proteção é se afastar daquilo que elas temem. Mas não é o que acontece no íntimo delas. (FERREIRA, 2002)

Não que banalizar seja o mesmo que acostumar. Para a pesquisadora Maria Júlia Kovács (2002), do Laboratório de Estudos sobre a Morte, do Instituto de Psicologia da USP, o que as pessoas estão fazendo não é se “acostumando com a violência”:

Quando as pessoas ficam muito próximas ao perigo, há uma tendência a autodefesa, ou seja, as pessoas desenvolvem um mecanismo de proteção contra os sentimentos ruins gerados pela violência e passam a viver como se “nada estivesse acontecendo, porque elas se sentem ameaçadas”. (KOVÁCS, 2002)

A autora diz que os meios de comunicação exploram de forma excessiva a violência, bombardeando as pessoas com fatos, imagens e entrevistas repetidas vezes. Quem elabora

esse produto informativo, com imagens “cruas” de uma realidade violenta, está a nos mostrar diariamente em seus veículos que há uma “apatia no relacionamento do observador com o indivíduo morto”, como aponta Ferreira Júnior (2000):

Aquele se mantém anestesiado diante da realidade sofrida. Anestesia exercida pela crescente e padronizada reprodutibilidade e acesso às fotografias desindividualizadas para consumo. Diante da enorme complexificação das formas de comunicação, o indivíduo contenta-se com a superficialidade aparente da linguagem. Com a comercialização da imagem reproduzida a exaustão e acessível a uma massa acrítica. Neste contexto insere-se o corpo morto fotografado. Sua imagem conspurcada, violada e violentada, remete àquela colcha de retalhos significativa, produzindo noções aparentemente sedimentadas por um simbolismo arquetípico. (FERREIRA JÚNIOR, 2000)

A banalização da morte pela repetição da sua presença, transformando os corpos maculados em *corpos objetos*, conforme o autor, torna-a desprovida do seu fenômeno gerador.

Leva a um descompromisso, excetuando-se o mercantil, entre o observador e o morto que se consome. O corpo sentido visualmente na fotografia não deixa de ser objeto, mas a experiência passada é desprovida do choque possível por uma expectativa de consumo. Deixa-se de sentir a força propulsora da morte pelo medo da desordem. Assim, adestram-se os sentidos que tornam os indivíduos dóceis à espera da imagem de mais um corpo pasteurizado. Tornam os indivíduos sensíveis a foto una, que é servida abruptamente aos sentidos, e insensíveis aos componentes referenciais que a sensibilizam. (FERREIRA JÚNIOR, 2000)

No entanto, aquele *fugir da morte* não é monocórdio. Há essa banalização na mídia, um *sintoma cultural* que faz parte de representar a morte sem drama:

Nesse ato vazio, valoriza-se o nada do ser perdido sem conseqüências afetivas. Evita-se representar a tanatomorfose em si – à exceção dos filmes de terror – e enfatiza-se o fato esvaziado que, na verdade, nada mata nos tiros de desenhos animados, de filmes de ação ou de noticiários. Morre-se nos filmes como se aprendeu a pensar a morte: sem pensar. Um risco silencioso e indesejado, mas sem possibilidades de ser verdadeiramente vivido. Logo, a banalização da morte na mídia não é conflitante com sua institucionalização hospitalar e com os mecanismos sociais de fuga de sua representação. Recriada em profusão quantitativa, a morte da mídia não permite sua representação de fato, senão como um nada indesejado, uma alteridade a cuja representação não concederemos nem tempo, nem afeto. (GAMBA JÚNIOR, 2004)

1.4.3.2 Espetacularizar para dar visibilidade

Essa morte esvaziada de drama pode, portanto, constituir-se, conforme Gamba (2004), em uma satisfação para os sentidos, que não podem prescindir da idéia de destruição. Dessa forma, sem vínculos, torna-se ainda mais *pós-moderna*. A banalização perfaz uma forma eficaz de maquiamento. Ela retira de um elemento cultural negativo, que não pode deixar de existir, sua potência de contraposição, sua pulsão de ruptura com o existente. “Banalizar algo é, no limite, a melhor maneira de torná-lo invisível” (MARCONDES FILHO, 2003:367). Banalização e espetacularização da morte são processos, segundo Marcondes Filho (2003), que se confundem. O autor considera que é pela transformação da morte em espetáculo que a sua banalização acaba por ter um lugar indiscriminado e privilegiado na cultura mediática:

A espetacularização da morte na TV [...] é justamente o processo cultural pelo qual, por via da produção, a morte ganha valor de troca no mercado e se converte, na esfera da recepção, em objeto de consumo diário. (MARCONDES FILHO, 2003:368)

Trata-se de uma espetacularização mercadológica que infla, cada vez mais, o universo do excesso das mortes reprocessadas pela construção sógnica e, como tal, destina-se apenas a “seduzir o imaginário das massas mediáticas”, proporcionando-lhes um prazer paradoxal durante o tempo da recepção.¹⁷ O sucesso de produtos com tais ingredientes (espetacularização e banalização), de certa forma, mostra-nos, segundo Marcondes Filho (2003), a existência de um componente sádico no imaginário dessas massas. Não é à toa que se acentua a busca por imagens que possam *seduzir o cliente*, sejam elas do ambiente das próprias mídias ou, melhor, do ambiente da recepção, privilegiada pelo contexto de uma sociedade tecnológica, “marcada por múltiplas e avançadas formas de reprodutibilidade técnica e articulada por redes de comunicação internacionalizadas”. (TRIVINHO, 1992:54-63).

¹⁷ Utilizamos o termo *media* como referente aos meios de comunicação de massa; e “audiência, recepção e telespectador” como sinônimos para facilitar a compreensão. A redução traz os termos o mais próximo de seu uso habitual. Sabemos, no entanto, que autores como Fiske (1989) descartam o uso de “audiência” ou “audiências”, argumentando que são concepções que remetem à passividade de quem assiste à televisão. O uso adequado seria, para ele, “televidente” (*viewing viewer*), que alude às experiências do televidente, e leitor (*reader*), referindo-se à atividade de produção de significados e prazeres e à construção de um novo texto a partir do original.

Portanto, a televisão está presente entre nós e seus recursos permitem que vejamos não apenas para *vigiar e punir*, mas igualmente para contemplarmos uma metade de nós mesmos que está ali. É um “duplo fantasma feito de luz”, como diz Sodr (2004): um “[...] simulacro humano realizado na televiso”. uma realidade em que se insere o telespectador e d a ele a sensao de que o mundo est quase presente ali, diante dos olhos. O aparelho televisivo a sua frente ameniza, afirma Sodr, a absurda solido que possa sentir na massa gigantesca das grandes cidades. Traz a ele outros mundos, outras formas de viver. Deixa-o embevecido por belezas nunca antes vistas, extasiado com cenas multiformes, coloridas e arrebatadoras de qualquer conceito de civilidade. Diante do aparelho televisivo, estamos integrados, ingenuamente, ao mundo que quisermos. Basta comprarmos pacotes de servios e teremos babs, acesso a pases jamais imaginados ou a espetculos catastrficos repetidos exausto. Sem nos darmos conta, o meio que nos oferece o mundo que est disponvel por ele.

1.4.4 A reconstruo de *si mesmo*

No passado, as pessoas possuam vida social e comunitria, mas havia um forte controle da religio: o ascetismo, a moral e a presso do grupo impediam (e criminalizavam) dissidncias. Esse poder foi se dissolvendo e as tecnologias ocuparam seu lugar. O controle da vida e dos passos das pessoas sculos atrs era ao mesmo tempo opressor e tranqilizante – ningum precisava decidir muita coisa, j estava tudo pronto. Com a “nova metafsica”, todos ficaram livres e, ao mesmo tempo, sem rumo.

A televiso aberta percebeu tal realidade e faz hoje movimentos de agregao comunitria. Ela mesma, ao convergir pessoas em um nico espao, torna essa reunio uma oportunidade de *cham-las* para outras convivncias: espaos de comunicao presencial que fazem da televiso uma promotora de eventos, de pseudo-eventos, que lhes d condio de domnio sobre a audincia. Nesses *media events* (DAYAN, KATZ, 1993), a televiso cria tais espaos

de reunião presencial e, ao mesmo tempo, os coloca novamente nos lares. Reflete a imagem do homem para ele próprio numa interessante reconstrução de si mesmo. Ele se vê no *ecrã* possibilitado pelo *replay*: participa de uma dada realidade e a revê ressignificada em seu habitat de leitura imagética.

Assim, a televisão que se conhece hoje é o *índice* de um modo de *predomínio do meio*. Ou o indício de outras formas de comunicação, que aos poucos vão se apropriando das gramáticas dos meios e, por eles, falam a nós. O acontecimento de 11 de setembro nos Estados Unidos, em 2001, foi um espetáculo midiático dos mais competentes, para além, no caso das Torres Gêmeas, de qualquer cena fantástica de pirotecnia a que nos acostumaram os melhores filmes hollywoodianos do gênero (DUARTE, 2004). É a confirmação da existência de uma *gramática das condições de produção televisiva*:

Os atentados foram minuciosamente planejados por alguém que dominava suas regras de produção e utilizou esse conhecimento estrategicamente, acertando as ações empreendidas aos tempos e espaços da construção do simulacro televisivo, isto é, de forma a fazer com que os acontecimentos a eles correspondessem (DUARTE, 2004:15).

Entre a queda de uma e outra torre, transcorreram-se cerca de 15 minutos, tempo suficiente para que as grandes redes de televisão (NY) se mobilizassem e começassem a transmitir, ao vivo, o desenrolar daquele acontecimento e captassem o ataque à segunda Torre.

Não houve a necessidade de tratamento da matéria informativa, isto é, de transformação do acontecimento em notícia; o real não precisava ser restituído: ele se dava por completo na e para a televisão, pronto para ser exibido, ao vivo, em tempo real (2004:15).

A transmissão que se seguiu à queda das duas torres foi marcada pelo silêncio das equipes de reportagem. A ausência de interpretações funcionou, segundo Duarte (2004), como estratégia de oferta de “verdade e autenticidade” à população ávida por informações; afinal, “o real se apresentava como realidade discursiva televisiva já esmeradamente preparada e articulada”(2004:15).

Ao que parece, o apetite por imagens representando corpos sofredores é tão forte, quase como o desejo de imagens de corpos nus. Durante muitos séculos, na arte cristã, as representações do Inferno ofereciam estes dois prazeres elementares.

Susan Sontag¹⁸

2 TELEJORNALISMO EM RECONFIGURAÇÃO

Nesta primeira década do século XXI, as mudanças no campo televisivo justificam a atenção desta pesquisa, em especial quando esses movimentos interferem nas condições de produção jornalísticas, reverberando na construção da espinha dorsal daquilo que se conceitua por “agenda mediática”. Fatos não tão distantes, como a produção e veiculação nacional de imagens de corrupção nos Correios¹⁹, mostram essa *fusão* entre uma sociedade *armada* e a máxima *bad news is good news* e os meios de comunicação.

É uma sociedade que absorve as gramáticas dos meios; que reconhece acontecimentos que representam uma infração, um desvio, uma ruptura do uso normal das coisas. Torna-se cada vez mais apta a *colaborar* na construção de realidades e integrar o *território*, por ora, inexpugnável do jornalismo. Como veremos mais adiante, o telejornalismo faz veicular produtos dessa sociedade, que registram aquilo que escapa do convencional e dão a ela, muitas vezes, o caráter aparente de uma *cidadania participativa*. Enquanto componente de uma instituição social indispensável ao mundo capitalista contemporâneo, faz circular o resultado dessa construção de realidades promovida, em síntese, pelo jornalismo (TUCHMANN, 1983).

O que buscamos nesta parte é entender as estratégias que moldam forma e conteúdo do telejornalismo e como se amalgama essa relação mídia-recepção; que mecanismos são esses

¹⁸ SONTAG, Susan. **Olhando o Sofrimento dos Outros**. Lisboa: Gótica, 2003.

¹⁹ O caso emblemático que culminou com uma série de denúncias contra o governo Lula iniciou-se em 18 de maio de 2005, com a gravação de Mauricio Marinho, diretor dos Correios, embolsando um pacote de dinheiro dado por um corruptor.

que atraem e mantêm distante esse leitor televisual, sujeito que retroalimenta cotidianamente a produção jornalística como doses muitas vezes generosas de realidade.

2.1 Narrar com estratégias próprias

A supremacia da imagem em movimento, ao vivo, mostra-nos o quanto a televisão tem a percorrer antes de sua transformação em uma outra mídia, talvez uma espécie híbrida – um “para-raios” de todas as invenções em curso -, numa convergência descaracterizadora. A televisão é beneficiária desse conjunto de conhecimentos que põe à sociedade formas de captar *interpretações do mundo* a partir de ferramentais sofisticados e flexíveis, inimagináveis há um tempo.

Em pouco mais de meio século, a televisão conseguiu expor-se objetivamente e prover a recepção de informações relevantes, obtendo, ao mesmo tempo, ganhos em suas engendrações comunicativas. Faz com que seu discurso primeiro não deslize e perca substância em seu sentido original quando consumido. Na busca pela impressão do real, a televisão tratou de desvincular-se do cinema, compartimentando a ficção a espaços em sua grade de programação ou em recortes bem delimitados quando inserida no telejornalismo.

De outra forma, teve de capturar do próprio cinema formas de narrar e recursos tecnológicos que dessem a ela condições seguras de trabalhar com o simulacro. Aprimorou técnicas de captação, narração e emissão: inseriu a cor, aumentou a sensibilidade de câmeras, adaptou a alta definição, a digitalização e a ampliação das telas, obtendo a “dimensão de imagem maior que a vida, um super-real definido a partir do grande tamanho do espaço de representação.” (COELHO, 2004)

Em conseqüência das escolhas e das limitações técnicas da televisão, a sociedade capitalista pós-moderna somente consegue produzir simulacro. Chauí (2006) define simulacro

como sendo o espetáculo capturado, produzido e enviado pelos meios de comunicação. A revolução digital e a internet são causas, segundo ela, de uma maior produção de simulacros, pois a multimídia potencializa um fenômeno: a indistinção entre as mensagens e entre os conteúdos. Como todas as mensagens estão integradas em um mesmo padrão cognitivo e sensorial, uma vez que educação, notícias e espetáculos são fornecidos pelo mesmo meio, os conteúdos se misturam e se tornam indiscerníveis.

O telejornalismo, autônomo de outros produtos teledramatúrgicos, é exemplo disso, como podemos observar cotidianamente através do *Jornal Nacional*, telejornal escolhido por nós para analisar a participação da fonte amadora na construção de realidades. Torna-se um sujeito por tudo o que representa e faz representar. Na vinheta do programa, uma esfera, por um processo de ilusão ótica, justapõe quadros que compõem a “imagem” do mundo; a logomarca da Rede Globo ou as letras “JN” projetadas do fundo para frente ou desta para trás, acentuam a profundidade de campo e deixam surgir, para além da bancada, a zona de produção. São elementos sógnicos que atuam como sujeitos de enunciação, de proporem-nos temas importantes da ordem do real.

A esta composição de pequenos discursos, com tom de presença e atualidade em suas transmissões, é incorporada a legenda “ao vivo” no canto da tela e o diálogo entre apresentador-âncora e seus repórteres no *front*, numa teatralização que objetiva exatamente essa dinâmica de pôr “realismo” em suas *teletterrealidades*. Enunciações de um sujeito empoderado de muitas vozes, de muitos acessos ao acontecimento. Em temas com maior densidade, busca elementos referenciais que o auxiliam no processo cognitivo de gerar maior grau de entendimento na recepção.

Naquilo que lhe é mais caro, sua credibilidade, força o realismo ao mostrar o mundo, derrapando, por vezes, no exagero da simulação e escorregando para a teatralidade exa-

cerbada, afastando-se das referências clássicas do real, “dos modelos de representação, onde ainda se poderia pretender uma equivalência entre signo e real”. (SODRÉ, 1994:31)

No campo da produção, o telejornalismo pensa o texto de formas variadas: utiliza o oral como “processo simbólico de primeiro grau”²⁰; acompanha o acontecimento unindo som e imagem; usa a fala em *off* dos âncoras para narrar as imagens. A lógica da montagem desses fragmentos de realidade (informação) é definida pela organização de um texto com características que remetem à oralidade.

Para se constituir em um desses fragmentos, um fato deve ser marcado por uma forte unicidade, ou ser componente de uma grande narrativa, ter impacto passional ou ser apresentado de forma espetacular, parâmetros que definem os quatro critérios de noticiabilidade em televisão, como caracterizam Calabrese & Volli (2001), segundo os quais a notícia televisiva é um elemento bastante variável.

Não se trata de uma variabilidade apenas formal: do tipo do discurso onde se inseri, da sua colocação numa escala, do tom e do ritmo como é pronunciada, do suporte da imagem, o mesmo fato que determina sua unidade também assume valores e características diferentes. Dizemos tudo, para depois negar uma interpretação muito desviante da informação: de que se entende a notícia como um espelho objetivo da realidade (...) interpretar a notícia como simples reflexo do mundo real significa idealizar o concreto, tratá-lo de modo abstrato, senão mitificá-lo completamente (CALABRESE & VOLLI, 2001:181).

A escrita é parte, porém, do processo de produção no rádio e na televisão e não é levada ao conhecimento da recepção. Está lá nas redações, “não se revela enquanto se faz” (ROCCO, 1998:31). Quando da sua confecção, o texto passa por constantes reedições, rascu-

²⁰ Entendemos que do *oral* – característica inerente a todos os homens em condições de convívio em grupo – surge o simbolismo de segundo grau, a escrita, que exerce mediação entre o sujeito, a realidade e a própria oralidade. Constitui-se num tipo de ação sociocultural que mudou a feição do mundo e impor novos rumos à história.

nhos e revisões; ao ser emitido, dá-se à recepção um discurso apagado das marcas que o constituiu²¹.

Hoje, antes de saber ler e escrever, o homem é “criado” pela televisão, que vem mudando a sua natureza, conduzindo-o para um *ver sem entender*, reforçando a cada instante a compreensão de que há um poder político da televisão. Estamos diante de um fenômeno da era eletrônica, de um produto bem acabado da indústria cultural que, seis anos após a virada do milênio, detém a capacidade de introduzir-se em todas as casas, entre todas as pessoas, praticamente em todos os cantos do planeta. “É hoje parte do cotidiano, parte referencial de vida de quase todos os homens”, como simplifica Rocco (1998).

2.1.1 O fechamento dos circuitos da comunicação

A televisão, diferente do cinema²², incorpora técnicas de reprodução desenvolvidas na modernidade, mas também todo o *êthos*²³ moderno de organização da vida social, segundo Sodré, em termos de simultaneidade e de novidade: “Ela invade, com projetos de absorção, o campo existencial do espectador, oferecendo-lhe um espaço e um tempo simulados”. (SODRÉ, 1994:30) Pauta, segundo Rondelli (1997:141-160), via telejornais, as ações políticas e chega a construir a ética e os valores sociais. Em diferentes momentos, fica difícil para o telespectador discernir o discurso do mundo da política do produzido pelo telejornal. Sodré (1994) fala em *telerrealidade* para afirmar que a imagem televisiva deve tudo à eletrônica, que altera as noções de tempo e espaço.

²¹ A relação entre *oral* e *escrito* está aqui tenuamente tangenciada, pois é necessário observarmos diferentes tipos de registros para que possamos seguir adiante nessa discussão.

²² Mesmo com a invenção de salas caseiras, com recursos audiovisuais sofisticados, o cinema não prescinde de protocolos ritualísticos para a visão: sala especial e penumbra. Ele se oferece como uma ruptura no cotidiano do espectador.

²³ *Ethos* tem duas origens gregas: a mais antiga *êthos*, com a letra “eta” inicial significa morada, abrigo, refúgio, indicando um lugar onde nos sentimos protegidos, guardados, onde nos desarmamos, tiramos nossos uniformes e máscaras sociais.

[...] O remanejamento das coordenadas históricas de tempo e espaço só pode evocar a magia, a bruxaria tecnológica do Ocidente. Se já se podia caracterizar como mais ou menos divino o poder de “ver tudo que se passa” do sistema panóptico, a técnica televisiva é realmente mágica por multiplicar infinitamente o poder de ubiquidade do espectador, agora confrontado a uma (tele) realidade simultânea, instantânea e global (SODRÉ, 1994:31).

Assim, o aumento da *telerrealidade* ou da *telepresença* consiste na circulação, no fechamento progressivo dos circuitos de comunicação. “Tendem a expandir-se irresistivelmente absorvendo atividades de correios, documentação, finanças, comércio etc (SODRÉ, 1994:34)”. A *telerrealidade* trata de avaliar a integração, unificação e veiculação das organizações informativas. É um modo de estruturar as relações humanas, subordinando os fins aos meios. A condição de vigiar e punir não mais pertence à televisão apenas.

Diante do contexto urbano e suas mazelas, nada mais adequado para quem gerencia instituições administrativas e policiais do que ter à mão uma *tela* que dá a ele e a milhões a sensação de uma “sociedade disciplinar” (FOUCAULT, 1977). A televisão e seu *produto-autoridade*, o telejornalismo, apresentam-se como “ponto de encontro” de “olhares” que vigiam o cidadão, coibindo a violência ou registrando infrações. Mesmo distante, quem vigia está ali, presente ao ato de infração. Faz reduzir drasticamente a distância que separa o olho humano do “olhar incansável” da tecnologia.

Estou aí vendo tudo o que acontece. A partir desse prosaico alerta, está a dinâmica do olhar pós-moderno²⁴ que habita a sociedade. Apela aos sentidos mais que à razão. Desregula e faz regular, vigia para punir. Ver a distância é confortável para quem está à guarda, vigiando patrimônios em vários pontos de um mesmo local. Seus “olhos” estão espalhados

²⁴ Usamos aqui o termo como filosofia sócio-cultural, que, segundo McQuail, põe em causa a noção tradicional de cultura como algo fixo e hierárquico. Favorece formas de cultura transitória, do momento, superficialmente agradáveis e que apelam. É uma cultura volátil, ilógica, caleidoscópica e hedonista (prazer como bem supremo). [...] A cultura dos meios de comunicação de massa tem a vantagem de apelar a muitos sentidos, tanto como ser associada com a novidade e com a transição. [...] A televisão e a música tornaram-se as artes dominantes do tempo e mostraram uma enorme capacidade de invenção e poder para mudar (2003:p.117-16).

nas entradas/saídas, mas o resultado dessa multiplicidade “divina” de sua visão permite essa panorâmica vigilância.

Caso emblemático e que já retumba no ambiente formador do cidadão, são as webcams espalhadas nas modernas creches. Os pais, antes atordoados por “fantasias” apocalípticas sobre a saúde de seus rebentos quando distantes de seus olhos, hoje estão ali, a um clique. Basta plugar-se à creche e lá está ele: do quartinho, corta para o banheiro, que corta para a cozinha, que corta para a sala de brinquedos, que corta para saletinha de reuniões, que corta para a reunião geral com as “tias”, que corta para a sala de espera, onde o bebê fica ali, aguardando seus pais.

Como pensar em retornar à situação anterior? A tecnologia do olhar está posta. A segurança, neste caso do acompanhamento dos pais, não é *promessa* de *poder saber* ou *vir a receber*, como vendem as seguradoras. É saber em *real time*. Acabaram-se aquelas atendedoras agressoras de nossos filhos.

Nas *zonas de sombra* dessas instituições soqueavam-nos, esbofeteavam-nos à meia luz de quartos fechados. A sofisticação de cuidadores nos mostra cenários distantes, permitem-nos um passeio virtual diário em uma pracinha onde estão lá nossos filhos, ora comendo, ora dormindo, ora brincando e ora dando “tchauzinhos” para nós. Saímos por instantes da angústia da ausência e da incerteza de “como estará” para a segurança do “ver”. Somos superpais, *supermans*, que olham através de tudo. A nós, com olhos de vidro, agora nada escapa.

2.2 Narrar com outras *construções de realidades*

O telejornal – assim como os outros produtos da mídia – precisa constantemente legitimar-se através de uma mimese de padrões da cultura tradicional e inicia o espectador a novos papéis introduzidos pela dinâmica social (SODRÉ, 1994:32). Via simulacro, oferece o

máximo de visibilidade de significações de continuidade da vida. Ao apropriar-se de outras construções de realidades, rompe com a lógica da auto-suficiência narcísica, que a projetava até então como um *eu ideal* do grupo ou um *nós* idealizado, através dos conteúdos de suas emissões informativas.

Mesmo portadora das novas tecnologias voltadas para o processo de montagem e distribuição da informação, a televisão parece revigorar-se e fazer do assédio um insumo para a sua reafirmação enquanto *médium* de transmissão jornalística. Utiliza-se de estratégias do jornal e do rádio, elabora-as em benefício próprio para aprimorar sua maneira de contar o mundo; da telefonia móvel e da internet atualiza-se das dinâmicas que essas duas tecnologias trazem.

No contexto das mídias, o telejornalismo se defronta agora com a expansão rápida da malha de distribuição da informação. Televisão e internet vão além de elementos portadores de comunicação lingüística. O *ver de longe (tele)* predomina sobre o falar. A voz está em função da imagem e comenta a imagem. As coisas representadas por meio de imagens passam a contar e a pesar mais para o telespectador do que a voz. Sartori (2001) classifica esse momento como uma ruptura, uma virada de direção:

[...] enquanto a capacidade simbólica distancia o homo sapiens do animal, o predomínio da visão o aproxima de novo às suas capacidades ancestrais, isto é, ao gênero do qual o *homo sapiens* é a espécie (SARTORI:16).

Até o surgimento da televisão, o homem desenvolveu sua capacidade visual através da ampliação do que era pequeno, como com o uso do microscópio, e buscou enxergar longe, contando com o binóculo e o telescópio. Com o advento da televisão, tudo veio até ele. Tudo o que é visível pode ser recebido, confortavelmente, em casa. Quando chegou ao Brasil, “a televisão recolheu as pessoas das ruas e levou o cinema para dentro das casas, acrescentando informação, esporte, humor etc.”. (MARCONDES FILHO, 2002)

2.2.1 Construções de realidades em rede

Na atualidade, a Era Multimídia tira da televisão a capacidade de *multimedialidade*, pois o computador proporciona a convergência de várias tecnologias, oferecendo palavra, som, imagem e interatividade. Inicialmente, introduz nos objetos “visíveis” realidades simuladas, virtuais. Ainda sem tratarmos da internet, mas do computador como tal (PC – Personal Computer), podemos dizer que a televisão e o telejornalismo fazem-nos ver imagens de *coisas reais* e o computador, sem acesso à rede, faz-nos ver *imagens imaginárias*, irrealidades.

À medida que a internet cresce e permite o acesso de muitos em suas teias, cria um usuário exigente e seletivo. Trata-se de uma linguagem (técnica) que conecta redes e seus elaboradores entre si, tornando-se uma multiplicadora de troca de mensagens, de interações. Como espaço de comunicação, prova sua capacidade persuasiva diante das outras mídias, em especial à televisão generalista, que vê a internet já ao seu lado na preferência do público desenvolvido cognitivamente e com recursos financeiros para nela permanecer por longos períodos, como o norte-americano²⁵.

A internet propõe, além da convergência de técnicas, uma interação on-line, uma transmissão sonora e visual ao vivo, em tempo real:

La TV e la radio usano Internet anche per divenire più intime con il proprio pubblico, aggregarlo e fidelizzarlo. Ma i media tradizionali rischiano di subire una sconfitta dal nuovo mezzo di comunicazione. Internet ha infatti alcuni vantaggi rispetto a TV e radio: la rete internet consente una diffusione mondiale e in tempo reale con aggiornamento continuo dell'informazione e, cosa ancora più importante è l'utente a decidere come e quando richiedere l'informazione (CARLI, 1999).

²⁵ Resultados do **Estudo Geral de Mídia**, da *On-line Publishers Association* (OPA), mostra que a internet é a única forma de informação e entretenimento na qual os americanos passam mais tempo hoje do que há um ano, e que a mídia on-line já supera a televisão como mídia preferida entre as pessoas de 18 a 54 anos de idade. Dos entrevistados, 47% disseram passar mais tempo na internet hoje do que há um ano. Já 35% disseram passar menos tempo hoje jogando videogames ou jogos de computador, e 28% dizem passar menos tempo vendo televisão. Além disso, 83% dos entrevistados disseram que ler uma reportagem na internet é tão bom ou melhor do que ler num jornal. Ver mais em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/>. Acessado em 06.09.2005.

Entretanto, segundo Alan Le Diberder (2005), ex-diretor de programação do francês Canal Plus, autor de estudos sobre televisão na Europa, a internet e a televisão convergirão. Entretanto, ao pensar nessa junção tecnológica de duas mídias, não se terá mais televisão:

[...] e sono convinto che c'è sempre un momento in cui ci si mette tutti insieme, in tre o quattro, a guardare uno schermo a quattro metri di distanza, assumendo una posizione un po' rilassata. La televisione non si ama appassionatamente, ma è qualcosa che si guarda mentre si fa dell'altro, diciamo per l'80% del tempo; non è un medium personalizzato, e non è personalizzabile. D'altra parte, quando viene personalizzato diventa insopportabile. Il PC, a ben vedere, è l'opposto della televisione, lo si usa a quaranta centimetri di distanza, da soli e per scopi ben precisi; se si cerca di guardare un sito Web mentre si sta al telefono o si parla al proprio cane, non ci si riesce perché bisogna assolutamente concentrarsi. Per contro, lo si può personalizzare. Perciò ci sono cose che il PC o il Web permettono di fare e che la televisione non farà mai, o altrimenti esploderà. C'è inoltre da tenere presente il fatto che il PC ha i suoi limiti: quando il ranocchio-computer vuole gonfiarsi per eguagliare il bue-televisione, anche lui esplose. Credo che siano due dimensioni diverse, la cui convergenza può essere un discorso da ingegneri o di marketing, ma non corrisponde ad alcuna realtà né programmatica né sociologica. (LE DIBERDER, 2005)

Le Diberder (2005) considera, em suma, que teremos, em breve, uma televisão melhorada e uma internet “più ricco”. A qualidade telejornalística depende igualmente da qualidade de quem a vê. Sua evolução não passa tão somente pela lógica do “canal”, mas daquilo que produz na teleaudiência e o que essa teleaudiência faz com o produto que recebe. Mesmo que não estejamos tratando aqui de “recepção” enquanto campo de análise, é ela que, em última análise, entendida como sociedade, faz o telejornalismo ou, genericamente, a televisão. A qualidade e o formato do produto telejornal, bem como a sobrevivência da televisão, só é possível pela resposta dada pela audiência:

É essa relação de dinamicidade entre *produção-criação-distribuição* e o mercado que viabiliza sua sustentação. São as diferentes interpretações e interpeleções da sociedade com relação a televisão (tem ou não tem qualidade, deixa ou não deixa de ser importante na nossa vida, educa ou não educa) que vão construindo o seu conceito e pondo em prática o seu uso na vida cotidiana dos brasileiros em quase todos os lugares (TRIGUEIRO, 2004)²⁶.

²⁶ Documento disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-televisao-outra-coisa.pdf>. Acessado em 13.04.2006.

De outra forma, ao lembrarmos das alterações de hábitos promovidas pela televisão, destacando, em especial, o momento quando ela tira o homem das salas de cinema e o coloca frente à tela luminosa, mas em sua própria casa, a internet, agora, vai além, ao propor-se como canal múltiplo de serviço. Não apenas anuncia: faz-se útil – traz a agencia bancária, facilita pagamentos, comércio, dá acesso à biblioteca, a órgãos públicos, ao vizinho, a intimidades, enfim, ao universo imaginado – e inimaginado – para além dos domicílios. É um novo *sujeito* agregado à família, que faz pensar que “algo está se passando”, como observa Marcondes Filho: “O mundo, a vida, está deixando as ruas e se condensando cada vez mais nas telas. A realidade externa está evaporando (MARCONDES FILHO, 2002:32)”.

2.2.2 Realidades em rede

É possível afirmar que o telejornalismo está sempre em busca de estratégias narrativas de aproximação de quem o vê. Ao movimentar-se nessa direção, incrementa o enfeite dessa realidade, ao incluir elementos típicos dos sets cinematográficos. Amplia sua narrativa com recursos sofisticados de técnica e tecnologia. Saem desse composto imagens derivadas do que podemos considerar *imaginário virtual* de quem as produz, criando, como diz Farré (2004), “verossimilitud”, uma ilusão de realismo que não se alcançava com os meios de apresentação objetivos nem naturais. Para chegar a tais narrativas, explora as convenções hollywoodianas:

[...] os princípios de tomadas e enquadramentos, a gramática da edição; reunir, por exemplo, planos standard como primeiros planos junto com tomadas desde distintos ângulos para quebrar o espaço; encena as entrevistas; edita as notas com o esquema plano-contraplano etc. (FARRÉ, 2004:156).

Os noticiários televisivos têm de gerar conteúdos que produzam sentido na audiência. Portanto, “que sejam verossímeis a respeito do modelo objetivado da sociedade e ser his-

toricamente verificáveis” (FARRÉ, 2004:156). Ao pensarmos nesse gênero telejornalístico e em outros modos de “olhar” a realidade, podemos acrescentar que há uma forte preocupação do jornalismo em ocupar-se com a justaposição daquilo que tem como técnica apreendida e sistematizada e esses novos olhares destituídos de regras compatíveis para o meio.

Nesse *mimetismo* apontado que faz do cinema, o telejornalismo recorre às técnicas de *enquadramento* e propõe uma narrativa outra que não aquela asséptica, calculada e simétrica. A ruptura dessa lógica se dá no ingresso das imagens produzidas pelo que chamamos de fonte amadora ou cinegrafista amador. São imagens irregulares, tortas, rápidas, desfocadas, escuras. Traz nessa narrativa o tom do imediatismo, da *imagem-notícia* que fala por si. Seu texto é quase autônomo; faz o leitor mergulhar num grau de “realidade” alcançado apenas no cinema sob os holofotes da ficção. Não há como duvidar desse registro, até porque é assim que se mostra a “verdade”: “nua-e-crua”, “doa-a-quem-doer”.

Aos poucos apercebemo-nos dessa nova forma de produzir realidades e sua relação com o telejornalismo, que garimpa testemunhos em sua própria audiência, aparelhada pela técnica e pela vontade de “se ver”, ou melhor, de admirar sua condição de “observador privilegiado”, mesmo que seja posta sua autoria à visibilidade na condição de um cinegrafista amador. Seus enquadramentos, contudo, dão ao telespectador pistas para a compreensão dos acontecimentos, de significados desses. O telespectador colabora para a percepção do mundo. E por estarmos na Era da comunicação, esta percepção se dá sob o abrigo do performático, pois o que se torna notícia é o inusitado, o inesperado, que rompe com os rituais do cotidiano, ou faz desse glamourização.

Park (1972) cita o epigrama prosaico multiplicado nas aulas de Jornalismo: “Cachorro morde homem não é notícia, mas homem morde cachorro é”. A frase exemplifica que o

valor-notícia²⁷ não reside exatamente no acontecimento em si, mas naquilo que ele carrega de insólito e que irá surpreender, divertir ou comover o telespectador. Não basta informar, tem de envolver emocionalmente quem está vendo a distância. Eis aí um detalhe que explica, de certa forma, a crescente exploração da audiência como fonte amadora. Ela oferece as cenas do acontecimento e sabe que ali não está apenas isso, mas o espetáculo bruto, bastando regulá-lo com as estratégias próprias do discurso telejornalístico.

Com a participação desses sujeitos, a televisão aberta abre brechas no novo, ganha capacidade de se reinventar. Exemplo recente é dado pela Rede Globo, ao convergir para si as possibilidades de visibilidade postas pela internet e os conhecimentos gerados pela *web*, criando o *Mídia Center*, qualificado por ela como “a sua TV interativa na internet”. Trata-se de mais um produto da instituição que coloca um elo em seu círculo de dispositivos midiáticos.

Antecipa-se aquilo que se desenha como tendência hegemônica a partir da inclusão digital; faz uso da rede e sua característica de ser um espaço ilimitado e hipertextual, um banco de dados onde disponibiliza audiência qualificada econômica e cognitivamente, um cardápio com todas as produções televisuais de malha produtiva. O *Mídia Center* inova por dois aspectos: usa o que há de conhecimento adquirido no mercado convencional televisivo; faz funcionar todas as ferramentas técnicas conhecidas para dar uma ordem a todos os seus produtos.

O portal propicia a sensação do internauta estar diante de uma grande biblioteca das Organizações Globo. É como uma ante-sala, de onde se observa panoramicamente o que há nesse museu de imagens, sons e textos. Para passarmos da vitrine ao interior da loja, temos de

²⁷ Entendemos *Valor-notícia* na medida da resposta à pergunta: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias? Valores/notícia são, portanto, regras práticas que abrangem um *corpus* de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicam e guiam os procedimentos operativos redactoriais. (WOLF, 1995:195-196)]

pagar por uma senha de acesso a essas mercadorias. As Organizações Globo usam a internet como fonte secundária de consulta de produtos midiáticos que levam seu carimbo. É pela web que sua audiência se manifesta tanto na navegação por todos os espaços reproduzidos e adequados da televisão para esse suporte digital, como o utiliza para participar num interessante jogo de *faz-de-conta*. A emissora chama à participação por esse canal em casos pontuais, como os programas denominados *show de realidades*, nos quais o público utiliza-se do espaço virtual para “exercitar” sua cidadania ou opinião.

2.2.3 Montagens estratégicas

Os telespectadores se deleitam diante da “janela dos horrores” que se abre no telejornalismo ou em programas de auditório que se utilizam de estratégias discursivas do jornalismo para – em seus enunciados - darem tom credível aos produtos expostos, como no caso da entrevista ao programa *Domingo Legal* de um suposto traficante²⁸. Por detrás desses cenários, estão os jornalistas, indivíduos aptos a determinar o que será notícia pelo seu conhecimento dos interesses do público. Encontram-se imersos no mundo das notícias. São eles que ditam que quanto maior, mais insólito, mais pontual ou mais sangrento é o espetáculo, maior seu valor-notícia. (WOLF, 1995)

A compreensão dessa produção telejornalística pós-moderna, valiosa aos olhos de uma audiência que a vê através da profusão de vários gêneros, passa pelo entendimento de que,

²⁸ Dois homens armados e encapuzados disseram integrar a facção criminosa PCC (Primeiro Comando da Capital) e fizeram ameaças a diversas personalidades, como o padre Marcelo Rossi, o vice-prefeito de São Paulo, à época Hélio Bicudo, e aos apresentadores José Luiz Datena (Bandeirantes), Marcelo Rezende (Rede TV!) e Oscar Roberto de Godoy (Record). A entrevista foi exibida no dia 7.09.2003 no programa *Domingo Legal*, do SBT, e se transformou em alvo de inquérito policial. Sob suspeita de fraude, uma cópia da gravação foi encaminhada à Procuradoria Geral de Justiça de São Paulo. Policiais do Departamento de Investigações Sobre o Crime Organizado ouviram envolvidos na produção do programa e identificaram os encapuzados, que usaram os codinomes Alfa e Beta na gravação. Oito dias após, o apresentador Gugu Liberato falou pela primeira vez sobre o caso. Ele pediu desculpas aos ameaçados pela dupla durante entrevistas na televisão. Gugu afirmou que não conhecia o conteúdo da reportagem e que confiou no repórter Wagner Maffezoli, responsável pela entrevista. Por determinação da Justiça Federal, o programa não foi exibido no dia 21. O Ministério Público Federal alegou abuso da liberdade de imprensa e ferimento à ética ao dar voz ao crime.

objetivamente, existe uma lógica de mercado já posta. Há um enquadramento daquilo que se vê àquilo que os outros terão de ver, seguindo a dinâmica do discernimento dos patrocinadores, que fomentam tudo que é produzido e sugira pontos na audiência; dos criadores, que têm buscado reinventar em muitos programas as relações humanas, tendo como base a intriga, a trapaça, a traição, a superexposição da intimidade; do público, que não cansa de aplaudir os espetáculos produzidos nas novas arenas por nossos modernos gladiadores.

O jornalismo, como construtor de realidades (Tuchman, 1978), assume para si a responsabilidade da abertura à produção alheia, devidamente manipulada. É ele que possui a “sala do enquadramento final”; o “poder” de quem capturou a informação só se efetiva quando da veiculação do produto registrado. Mesmo que a participação da audiência seja grande, ainda é do jornalista a primazia da decisão de como enquadrar o produto amador. O enquadramento é entendido aqui como, essencialmente, um processo de seleção e saliência. “Enquadrar significa selecionar alguns aspectos de uma realidade percebida e fazê-los mais salientes em um texto comunicativo”. (ENTMAN, 1994, p.294).

O enquadramento serve para alterar a atratividade da notícia. É a forma como a mídia organiza e apresenta a notícia, favorecendo o envolvimento da recepção com determinados acontecimentos. Juntamo-nos, assim, aos estudos interdisciplinares que observam “recortes diversos, sociológicos, psicológicos, históricos, pedagógicos, lingüísticos, entre outros”. (ROCCO, 1989:19) Método que nos faz perceber a televisão em sinal aberto como copatrocinadora de padrões de referências culturais e de linguagens comuns, como as novelas e os telejornais, que permitem, nessas décadas de existência, uma aproximação mínima entre setores sociais e regionais vivendo em situações sociais distantes, distintas e dissociadas. (BECKER, 2004)

2.3 A lógica da competição

Partindo do pressuposto de que o jornalismo é uma forma de conhecimento ²⁹ (PARK, 1972), torna-se necessária a compreensão de como a zona produtiva jornalística pensa suas representações sociais. Institucionalmente, segue a lógica de um mercado competitivo e em fase de adaptação às propostas demandadas pelo mundo digital. As emissoras não orientam seus investimentos na programação sem antes avaliar dados socioeconômicos importantes no país.

A televisão aberta, pelas facilidades que encontra hoje, possui uma força genuína e, até então, intransferível, que se localiza justamente na não exigência de uma recepção aparelhada culturalmente, pois não pede escolaridade e poder aquisitivo como outros bens e serviços culturais. E mais: “[...] é relativamente barata, consumida mais do que geladeira, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, em sua Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), de 2004, quase a totalidade do país é servida pela rede elétrica o que garante a distribuição de sua programação”. (BECKER, 2004:21) Explicam-se, assim, os investimentos feitos não apenas em produções teledramatúrgicas, mas em telejornais, que trazem consigo marcas de credibilidade, investimento e audiência consideráveis, de diferentes grupos sociais.

Como diz Becker (2004), nas emissoras de televisão aberta, “o noticiário é uma instituição e quase intocável, carregada de múltiplos sentidos e constitui-se, efetivamente, numa proposta reguladora das noções de realidade e globalidade” (BECKER, 2004:22). Sua função

²⁹ Tomamos o conceito elaborado pelo autor, que diz que a notícia, como forma de conhecimento, não cuida essencialmente do passado nem do futuro, senão do presente e, por isso, descrita como o *presente precioso* por ser uma *mercadoria* sumamente perecível. Park entende que a notícia realiza, de certo modo, para o público, as mesmas funções da percepção. A notícia orienta o homem e a sociedade num mundo real. (PARK, 1972). A informação jornalística funciona então como uma ferramenta para a inserção na socialização cotidiana. As notícias, assim, são relevantes para a audiência. Contribuem para entender o cotidiano cada vez mais complexo e de difícil acesso, bem como supõe efeitos concretos em relação com a percepção que elas estabelecem entre os temas da agenda e a construção do espaço público.

é narrar, dar conta dos principais fatos de diferentes países em todo o mundo. Ao mesmo tempo, diz Pereira Júnior (2001), os telejornais, ao apresentarem as notícias diariamente de uma forma sistematizada e hierarquizada, tornam-se referente importante na construção desse mundo do cotidiano. Por outro lado, a audiência também procura sentidos para a realidade que a cerca. “Ela aprende ativamente e atribui significados, ressignifica o mundo do telejornalismo, na experiência do seu dia a dia”. (PEREIRA JÚNIOR, 2001)

As relações entre a televisão e o homem, principalmente quando esse veículo é parte integrante e integradora entre sujeito e seu entorno sociocultural, podem estabelecer igualmente relações entre períodos, no sentido de se observar impactos sazonais importantes (Rocco, 1989). Do ponto de vista de quem produz televisão, é preciso dar conta de garantir a “verdade” ao conteúdo dos discursos e credibilidade do enunciador. Becker (2004) diz que os telejornais são considerados um dos discursos mais “onipotentes” e um dos mais persuasivos porque tentam convencer uma audiência significativa das verdades do mundo. Enquanto parte deste campo jornalístico cada vez mais sujeito às exigências do mercado, há, no telejornalismo, como aponta Bourdieu (1997), influência sobre os jornalistas e também por meio deles, a respeito dos diferentes campos de produção cultural, jurídico, literário, artístico e científico.

2.4 Visão distorcida de mundo

Os telejornais carregam a função de permitir que aquilo que se diz, exista, ou seja, aquilo que vemos é “verdade”. Por outro lado, “critica-se que desse modo, o telejornal oferece uma visão distorcida do que se passa no mundo”, conforme Becker (2004:24). Para a autora, não deveríamos acreditar em tudo o que é contado pelos telejornais. “Os noticiários na verdade criam um mundo, e não o mundo”, argumenta, citando Esquenazy (1993):

Os enunciados dos telejornais funcionam como palavras de ordem, utilizam determinadas associações entre texto e imagem, depoimentos testemunhais,

gráficos e mapas, que visam garantir a precisão, a objetividade e até mesmo a neutralidade da notícia, gerando um efeito de verossimilhança. Mas podemos considerar que o verossímil é um objeto passível de opinião, é o opinável. (BECKER, 2004:24)

Eco (1970), ao tratar de compreender a bipartição de enfoques oriundos dos mundos intelectual e acadêmico quanto à televisão em particular, fez crer, em seus conceitos clássicos, que tanto “apocalípticos” quanto “integrados” – em oposição – encontravam-se atraídos pela força desse veículo. O paradigma da pós-modernidade representou uma mudança profunda nas ciências humanas e é por isso que a televisão não encontra consenso acadêmico, porque é uma fratura exposta: “Tudo virou um espetáculo”, como diz Débord (2000). “A realidade atropelou tanto as teorias de entretenimento que o mundo ficou ao mesmo tempo apocalíptico e integrado”, explica Trigo (2003). O entretenimento, afirma, “precisa vender”.

No caso da televisão, há uma submissão umbilical à audiência, gerando um círculo de dependência que contamina o sistema produtivo das emissoras.

Trigo afirma que, por outro lado,

[...] a nossa sociedade é hipócrita, e existem alguns temas a respeito dos quais não fica bem o Estado, a Igreja ou a imprensa séria falarem. As novelas no Brasil, de uma forma muito inteligente, colocam em pauta certos temas a pretexto de socializar, conscientizar ou abrir espaço para o debate, mas também para garantir maior audiência. Porque, à medida que se instaura uma polêmica, isso é uma publicidade institucionalizada do produto cultural. (TRIGO, 2003)

O entretenimento, segundo Trigo (2003), se põe como um problema enquanto alienação, devido aos baixos níveis educacionais e à exclusão incrustados em países como o Brasil:

Sempre haverá espaço para o fenômeno porque o nosso cenário é de espetáculo. O 11 de Setembro é emblemático: mesmo os críticos que não querem esse sistema de maneira alguma, que são os fundamentalistas religiosos, se utilizam dessa linguagem para atingir seus objetivos. (TRIGO, 2003)

No dia 6 de agosto de 2005, lembra Cunha (2003), revistas brasileiras mostraram a foto de uma jovem no momento em que era atingida por um tiro no peito. A imagem havia sido

feita durante as gravações de uma seqüência da novela *Mulheres Apaixonadas*, da TV Globo, e nada tinha a ver com a morte do diretor do presídio Bangu 3, Abel Silvério, assassinado na véspera e que, guardadas as proporções, também ocupava um espaço nas capas dessas revistas. Cunha (2003) considera tal mistura entre jornalismo e entretenimento como consequência do comando de várias companhias jornalísticas ter passado para corporações estranhas ao meio, para as quais a informação não é prioridade.

A espetacularização da notícia, que já invadiu o telejornalismo a ponto de um canal de TV, via internet, oferecer notícias enquanto as apresentadoras e os apresentadores vão fazendo strip-tease. (CUNHA, 2003)

Nessa perspectiva, ficam evidentes os traços fortes das estratégias que visam ampliar ou manter a audiência. No composto comunicacional, o jornalismo vem impregnado dessa lógica e entrelaça ficção e realidade no gênero informativo.

2.5 Visão *nítida* de um mundo fantástico

Para a compreensão de uma produção televisual espetacular e de entretenimento, sobretudo no campo informativo, é importante pensarmos sob a ótica inicial dos jogos de linguagem, da pragmática jornalística em seu contexto de ocorrência. Mesmo entendendo que “o jornalismo é um lugar da racionalidade, da linguagem objetiva e referencial, não da imaginação” (MOTTA, 2006), é possível entrevermos um traço de “fantástico” nos relatos noticiosos. (David, 2003)

Nessa produção telejornalística, não raro deparamo-nos com narrativas imagéticas que remetem a acontecimentos considerados eventos incertos e fortuitos, não esperados. O que, no entanto, chamamos a atenção aqui é para aqueles acontecimentos mais radicais e ilógicos, como o relato da volta de um morto à vida. São acontecimentos que estão na ordem do inverossímil na sua “radical excepcionalidade”. Motta (2006) dedica-se a compreender esses fatos

insólitos na busca de melhor apreender as experiências do fato fantástico enquanto ocorrências casuais no fluxo de sentidos.

Para ele, a probabilidade de acontecerem é ainda menor do que a de muitos fatos incomuns, sua irrupção é muito mais inverossímil. O autor diz que essa irrupção de algo insólito no transcurso da vida coletiva é, portanto, ambígua. A diferença entre o fato apenas incomum e o fato insólito ou fantástico, segundo Motta (2006), não é apenas uma questão de grau:

Há, entre os dois, um salto qualitativo de sentido. O fato incomum pode não ser esperado, mas é compreendido e explicado a partir do enfrentamento que o homem precisa fazer frente aos dramas e tragédias da vida. Já o fato insólito é menos compreendido, provoca uma comoção de tipo diferente, sua explicação pode escapar ao racional e muitas vezes remete a imaginários coletivos, remete a causas espirituais e até mesmo à intervenção divina, porque muitos desses fatos não podem se imediatamente entendidos como coincidências ou casos. (MOTTA, 2006:64)

O insólito e o fantástico nascem das contingências, pois decorrem de situações humanas cujo sentido permanece aberto, incompreendido, “a não ser que recebam um *plus* de sentido, uma significação que transcende as significações rotineiras” (MOTTA, 2006:64). O termo “contingência” é entendido pelo autor como relacionado aos âmbitos da realidade e da exigência humana que não podem ser regulamentados ou explicados pela mediação das leis recorrentes. “A contingência pode ser considerada como uma espécie de ‘estado natural’, que nunca deixa de determinar, com freqüência, de forma muito negativa e angustiada, a presença do ser humano neste mundo”. (MOTTA, 2006:64)

2.5.1 Flertando com o *absurdo*

As noções dispostas acima tornam-se relevantes quando buscamos explicações para as limitações ou fronteiras no “mundo da vida” das manifestações do insólito em relatos tejonralísticos. Todavia, percebemos a sua não adaptação à análise do fantástico enquanto prática subjetiva de significação no processo de constituição dos indivíduos como sujeitos sociais.

Motta (2006) parte dessa perspectiva para analisar a notícia como processo ou experiência cognitiva e toma a estética do “fantástico” como referência. Faz um “estudo sobre o jogo entre intenções e reconhecimentos que se realiza entre o jornalista e o leitor” (MOTTA, 2006:11).

Em um estudo de caráter pragmático, o autor observa o jogo de construção de sentidos que se processa entre as intenções lingüísticas e extralingüísticas do sujeito enunciador e as interpretações do sujeito interpretante. Limita-se, como diz, à aplicação analítica da pragmática comunicativa na co-construção de sentidos pela mídia. Para ele, “o fantástico manifesta-se ocasionalmente no jornalismo [...]. O insólito é uma qualidade dos fenômenos da natureza e das relações humanas que atrai o olhar do jornalista e nesse sentido se insere entre os valores-notícia” (MOTTA, 2006:10).

O autor reafirma a máxima que diz que o jornalismo “flerta” com o absurdo, com o inverossímil e o aberrante. É atraído pelo inusitado, pelo estranho, pelo misterioso. Para ele, a realidade humana é polifacética e o jornalismo não isento a este polifacetismo:

Quando a ambigüidade ou a indeterminação de certos acontecimentos atrai a atenção do jornalista, costuma receber um tratamento lingüístico mais livre, o texto ganha maior licença poética e a notícia derrapa para o campo do mistério e evoca, ainda que brevemente, o efeito do fantástico. (MOTTA, 2006:10)

Motta (2006) verifica um intrincado jogo de atração e de desprezo entre o jornalismo factual e a inconsistência do inverossímil, que confere particular atração:

No momento que o jornalista se sente atraído e liberado pela imaginação, pode-se observar com mais riqueza o fascinante jogo de contrários entre o *mythos* e o *logos* no jornalismo. Um uma linguagem que se apresenta como racional e objetiva transparece então a presença do mistério. (MOTTA, 2006:10)

Assim, os “relatos fantásticos” são frutos da construção de versões a partir de fatos insólitos. A presença do fantástico leva os enunciados noticiosos para os limites do jornalismo.

“É nessas fronteiras que o jornalismo parece ceder e abandonar sua racionalidade, submetendo-se à fábula e aos mitos, impregnando-se dos mistérios do inefável e dos absurdos” (MOTTA, 2006:10). Antes disso, podemos dizer que o relato de uma notícia informa algo e realiza o ato de transmitir conhecimento – ato que mostra sua competência para dizer algo e legitimar seu lugar de fala.

Para além do relato, a notícia faz mais, podendo afirmar ou negar algo, dependendo do tom, das palavras e do que é sugerido por meio das imagens ou dos enunciados; pode surpreender ou espantar. A notícia segue, assim, o que a maioria dos enunciados humanos realiza: impõe várias coisas simultaneamente, ativa uma performance cognitiva e simbólica, para muito além das intenções conscientes de quem a produz e de quem a consome.

No processo de construção e consumo, o homem aparece como explorador permanente do significado dos acontecimentos e de seu próprio significado diante deles. O homem, para Motta (2006), não consegue explicar tudo, não compreende tudo. O imponderável da vida, segundo o autor, deixa sempre algo por ser explicado.

Enquanto seres contingentes, buscamos aprimorar esse processo de construção de realidades. Somos nós, na condição de jornalistas, que vamos lidar com um discurso telejornalístico que escorrega para o fantástico, pondo em dúvida a capacidade de percepção que o telespectador tem do seu mundo real. Assim como na literatura fantástica, a notícia que carrega tal conteúdo necessita ofertar um mundo de uma maneira mais real possível, para que sirva de comparação com a ocorrência sobrenatural e provoque o espanto, com a irrupção de uma ocorrência incomum na realidade cotidiana.

O gênero fantástico surge da incerteza entre o real e a imaginação, entre a verdade e a ilusão. Motta (2006) cita Todorov (1976) para afirmar que “quando o relato deixa no leitor a

hesitação, aí sim, temos a manifestação do fantástico. [...] é a dúvida entre o real e a ilusão que dá vida ao fantástico” (MOTTA, 2006:82). O insólito, “parente próximo do fantástico”, assume formas diferentes na linguagem jornalística, ora tendendo para o estranho, ora para o grotesco. Geram relatos a partir de eventos cujas causas permanecem suspensas, pois trazem o absurdo, o “sem-sentido”, apresentam marcas do inacreditável ou do patético.

2.6 A criação de um novo *bios*

No processo de conexão e recomposições com a realidade a partir do uso de variadas linguagens, a televisão processa e faz ver pela veiculação ou, como conceitua Sodré (2003), pela midiaticização. Torna-se o centro da vida cultural, operando como grande “máquina de engenharia do imaginário coletivo” (Sevcenko, 2001). Mesmo entendendo que o virtual e as redes possam apontar caminhos ainda não claramente definidos, Sodré (2003) não deixa de lado as neotecnologias da comunicação. Afirma que o *medium* televisivo permanece como fulcro da mídia tradicional.

O *medium* significa, para ele, a canalização e ambiência estruturadas com códigos próprios, fluxo comunicacional, acoplado a um dispositivo técnico e socialmente produzido pelo mercado, em tal extensão que o código produtivo pode tornar-se “ambiência” existencial. Sodré (2003) entende que a mídia cria um novo *bios*, uma nova forma de vida, que vêm se juntar aos três outros apontados por Aristóteles: *bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa, do corpo):

O “espelho” midiático não é simples cópia, reprodução ou reflexo, porque implica uma forma nova de vida, com um novo espaço e modo de interpelação coletiva dos indivíduos, portanto, outros parâmetros para a constituição de identidades pessoais. (SODRÉ, 2003:53)

O autor descreve o encolhimento do espaço público e sua substituição pela tela, a estetização da política e sua “midiaticização emocionalista”, a eclosão de um “moralismo mercadológico”, de discurso “profético-religioso”:

O capital mercantil pode configurar-se como o “deus” cuja teodicéia (a justificativa da ação divina) é a mídia. Pela sua ubiquidade e pela multiplicidade de “línguas” que falam [...] a televisão e seus sucedâneos tecnológicos impõem-se como um Pentecostes laico. (SODRÉ, 2003:53)

2.7 O desejo da *autenticidade*

A essência das mutações no campo mediático, segundo Bianco (2004), tem relação com a natureza diferenciada das tecnologias contemporâneas. O autor lembra, sobretudo, que as “revoluções tecnológicas” mudam a experiência de mundo, assim como aconteceu na Revolução Industrial e suas relações técnicas de produção, sociais e de poder baseadas na propriedade privada dos meios de produção.

Na contemporaneidade, as tecnologias digitais distinguem-se por motivos variados e ainda em fase de catalogação. Elas ampliam a capacidade intelectual do homem e permitem, segundo Bianco (2004:35), aplicar esses conhecimentos na geração de novos conhecimentos e mecanismos de processamento da informação. Aumentam, conforme Castells (1999:78), a capacidade superior do homem de processar símbolos.

Os meios tradicionais usufruem dessa nova revolução tecnológica quando qualificam e ampliam suas capacidades de produção e irradiação das informações. O que não muda nesse avassalador e irreversível mundo tecnológico é a idéia de que a notícia não aparece de forma natural ou mecanicamente “pronta e acabada”. Ao contrário, é – e continuará sendo – construída através da vontade humana.

Em se tratando das possibilidades dos suportes de massa disponíveis à recepção, a internet notabiliza-se – como veremos também – por *dar a ver* realidades de forma notável, mas, por óbvio, não a única ou mesmo a hegemônica. No Brasil, por diferentes motivos, a

televisão aberta se beneficia dessa “nova forma” e do “analfabetismo funcional” do receptor, afeito a interpretar textos imagéticos e que guardam íntima relação com seu cotidiano.

A televisão ainda procura uma forma de se livrar do “fantasma da simulação” que, conforme Marcondes Filho (1996), estaria reduzindo a teoria social a uma teoria dos *media* e o atual desejo de imagens em desejo de alguma outra coisa. O autor relaciona os museus a espaços de cultura para massas e a televisão a espaço para os pós-estruturalistas, como Jean Baudrillard e Henri Pierre Jeudy, que introduziram a *teoria da simulação* e a *catástrofe da musealização*. Para os pós-estruturalistas, tal conceito significa o oposto da preservação:

É o mesmo que matar, congelar, esterilizar, des-historicizar e descontextualizar. Enquanto Jeudy acredita que seria uma ilusão coletiva acreditar na possibilidade de os museus neutralizarem o medo e a angústia sobre o mundo real, Baudrillard diz que a musealização funciona como uma bomba de nêutrons, que varreria a vida do planeta mantendo o museu em pé como um memorial. (MARCONDES FILHO, 1996:310)

Nessa relação, tanto o museu como cultura de massa quanto a televisão dos pós-estruturalistas continuam existindo. Talvez o que resida de interessante nessa proposição de comparar duas entidades é que ambas buscam o desejo de “autenticidade”: o museu com o isolamento do objeto de seu contexto genealógico, permite a experiência do “reencantamento” através do olhar de “museal”; a televisão, desde sempre, busca também essa autenticidade, como um “produto nobre”.

2.7.1 A memória telejornalística na preservação de *recortes*

Assim como o museu, a televisão tornou-se um importante banco de dados exposto, cotidianamente, ao seu visitante. A memória humana, aliás, sempre se valeu de recursos externos para expandir suas capacidades de retenção de informações e lembranças. “Vários os suportes têm sido utilizados, desde as eras mais remotas, para preservar recordações de acontecimentos marcantes”. (MARCONDES FILHO, 1996:313)

Ao pensarmos o telejornal como o gênero televisual que expõe a notícia como referência de acontecimentos e contribui para entender o cotidiano cada vez mais complexo e de difícil acesso, supondo efeitos concretos em relação à percepção que a audiência estabelece entre os temas da agenda e a construção do espaço público. A informação jornalística funciona, então, como uma ferramenta para a inserção na socialização cotidiana.

A memória eletrônica, por sua vez, reflete-se nas pessoas, enfraquecendo as lembranças que originalmente tinham dos acontecimentos:

Os detalhes não cobertos pela gravação são “deletados” da memória humana. O vivido é recuperado a partir das cenas e dos depoimentos apresentados tecnologicamente. O que resta do passado real, para sempre perdido, nucleariza-se em torno das imagens e sons, permanentemente presentificadas através da tecnologia. (MARCONDES FILHO, 1996:314)

Tais recursos externos fazem o homem libertar sua memória humana para torná-la disponível à apreensão do que é novo.

Liberta-se também para reter, no espaço do instante pontualmente vivido, as informações, emoções e sensações que lhe comunicam alguma coisa – sejam elas do passado, presente ou do futuro – e na emocionalidade criativa da fantasia, recuperar lembranças ‘maquiadas’ da memória e, através delas, justificar seus atos. (MARCONDES FILHO, 1996:314)

Essa digressão possibilita uma compreensão inicial da importância da “televisão-memória”, enquanto suporte de diferentes gêneros, como o telejornalismo, co-responsável numa época de desmoronamento das fantasias políticas e da transformação das próprias fantasias da televisão. A memória coletiva, a partir de uma “memória tecnológica” que ajustou de certa forma a incongruência natural em uma comunidade eivada de diferentes “armaduras epistemológicas”, engendra interpretações subordinadas aos seus respectivos “eixos lógicos”. (MARCONDES FILHO: 301,1996) As “trombadas cronológicas”, desentendimentos com confrontos e conflitos entre discursantes, pois cada um vê um mundo diferente a sua volta e a reconstrução do “real” em cada cabeça arma um quadro distinto. É que foi internacionalmente

explicitado após o 11 de setembro. Mesmo diante dessa possibilidade de “muitos mundos”, a comunidade norte-americana *leu* inúmeras vezes o mesmo discurso.

A memória tecnológica proporcionada pela captação e circulação de um recorte do real, possibilitou a todos a vista privilegiada de um acontecimento condenável aos olhos de uma população do século XX. Mesmo diante de uma população plural em se tratando de gerações, houve ali um sentido mais ou menos alinhado: o da indignação. O que a televisão fez à época foi oferecer seu “dom” de “memória eletrônica” e reapresentar repetidas vezes um acontecimento do passado. Uma memória que presentificou, que resgatou algo do esquecimento (*léthos*). “Uma memória recuperada pelo *aedo*, como poesia, com a finalidade de preservar o conhecimento sobre a cultura, os valores e as crenças [...]” (MARCONDES FILHO,1996:303).

2.7.2 A memória televisiva *desconstrói* o passado

O atributo da memória como reconstrução imaginativa é trabalhado na sociedade atual em diversas direções. Do ponto de vista da elaboração realizada pelas pessoas, Marcondes Filho considera que “as formas tecnologicamente complexas de comunicação vêm ampliar os limites de percepção pessoal do que vai ser registrado na memória” (Kenski *op cit*, 1995:31)

A televisão e as novas formas interativas de comunicação possibilitam a vivência virtual de situações com grau de emocionalidade e envolvimento suficientes para registrá-las como *vivências reais* na memória. Através de programas de televisão ou em computadores, experiências de realidade virtual, telenovelas, filmes, propagandas, videoclipes, simulações, jogos interativos e varias outras práticas multisensoriais, as pessoas vão incorporando dados que, mesclados com vivências concretas do cotidiano, formam o acervo de que a memória se nutre para realizar suas elaborações imaginativas, ou seja, suas lembranças. (MARCONDES FILHO,1996:303)

O autor, por outro lado, afirma que o resgate da memória social empreendido pelos meios de comunicação é sempre uma construção em que entram em jogo outros critérios, não apenas a simples reconstrução de um momento do passado:

Ainda que seja impossível a recuperação perfeita do fato histórico em si, ocorre na apropriação mediática da situação uma verdadeira *desconstrução*, em que sobram alguns poucos elementos centrais e identificadores dos episódios focalizados. Assim, a recuperação de um episódio de guerra, o cotidiano de um determinado lugar, a participação de um certo personagem são deslocados, reorientados, valorizados ou esquecidos conforme as necessidades da trama engendrada pelo romance apresentado pela novela, filme etc. [...] A apresentação fílmica – com todas as manipulações e reposicionamentos realizados – torna-se, no entanto, aos olhos do espectador, um dado fundamental na recuperação imagética do passado [...]. A partir das imagens apresentadas [...] no telejornal, a pessoa adquire uma memória, um conhecimento imagético que, dificilmente, pode ser apartado das suas lembranças sobre aquele acontecimento. (MARCONDES FILHO, 1996:304)

Portanto, a memória das pessoas é construída e reconstruída permanentemente por movimentos naturais do ser e suas elaborações mentais, mas, para o autor, também com “o auxílio *mediático* tecnologicamente sedutor para dar mais cor, movimento, sentido estético e lógica performática à memória em permanente construção” (MARCONDES FILHO, 1996:304). O papel da mídia na construção da memória do mundo funciona como instrumento da amnésia, ao promover o esvaziamento dos fatos. O mundo, por seu turno, cria memória viva porque precisa preservar o que tem, tornando-se um “vasto museu”, uma reencarnação do passado. “O instante cede à memória informática e a vida torna-se mediatizada, auto-referenciada” (MARCONDES FILHO, 1996:304).

Para McQuail (2003) é pela *digitalização* que todos os textos (significados simbólicos em todas as suas formas codificadas e registradas) podem ser reduzidos a um código binário e partilhar o mesmo processo de produção, distribuição e armazenagem. Segundo o pesquisador, A consequência potencial mais amplamente notada para a instituição dos media é a convergência entre todas as formas existentes de media em termos da sua organização, distribuição, recepção e regulação. (MCQUAIL, 2003:120). Mesmo que tal realidade esteja na agenda das grandes nações, no Brasil a *convergência* pode estar presente, mas em uma instância inatingível para grande parte da população. O que se tem como resultado da presença marcadamente importante de novos gêneros midiáticos em nosso convívio é mais uma adição ao es-

pectro existente do que uma substituição. A televisão brasileira, diante da chegada do sistema digital, é provável que se mantenha em seu conteúdo informativo por um longo período, consequência da necessidade de manutenção da gramática telejornalística existente em função da baixa “leitura” da recepção nacional. A melhoria da imagem e da recepção, por hora, não tiraria o seu substrato, o telejornalismo.

As novas formas de *olhar e dizer*, assim, devem ainda se manter num substrato social superior que tem acesso às inovações na transmissão e recepção da informação. No caso brasileiro, segue, hegemonicamente, a facilidade de acesso à informação televisual pelo número de aparelhos por família, mesmo que essa grande audiência esteja longe de poder interpretar e fixar dados. O que é dramático nessa questão é o registro feito por pesquisas sistemáticas que apontam ser o Brasil um país onde a televisão é, para uma grande parcela da população, a principal ou a única fonte de informação e entretenimento; que a leitura de livros, jornais, revistas e o acesso à internet, ainda são fatores de exclusão social, pois apenas 26% dos brasileiros na faixa dos 15 aos 64 anos podem ser considerados plenamente alfabetizados.³⁰

³⁰ Dados do IBGE dão conta que um quarto da população brasileira acima de 15 anos consegue, no máximo, ler e escrever com dificuldade. Em 2003, eram 31,3 milhões (24,8%) de analfabetos funcionais e 14,7 milhões de analfabetos totais. Em 1993, o analfabetismo atingia 16,4% da população; em 2003, 11,6%. A taxa de analfabetismo funcional era de 36% em 1993. O abismo entre ricos e pobres é outra barreira no avanço da educação. A média nos 20% mais pobres da população acima de 25 anos é de apenas 3,8 anos de estudo; entre os 20% mais ricos, chega a 10,3. Em 2003, havia 191.055 estabelecimentos de ensino, mas só 11,5% do ensino médio. Os últimos dez anos confirmaram o aumento do número de estudantes, mas a média de anos de estudos baixa. Entre as crianças de 7 a 14 anos, o ensino está praticamente universalizado, com 97,2% delas na escola. Entre os adolescentes de 15 a 17 anos, o índice de escolarização é razoável, de 82,4%. No entanto, a média na população acima de 10 anos é de apenas 6,4 anos de estudos. Em países como o Chile e a Argentina, a média é de 8,5 anos. Ver IBGE: **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios** (Pnad), 2004. Em 2006, dados do Indicador Nacional de Alfabetismo Funcional (Inaf), do Instituto Paulo Montenegro, mostrou que apenas 26% da população brasileira de 15 a 64 anos é plenamente alfabetizada. Segundo dados da Unesco, quase 32% de nossos alunos da 1ª Série do ensino fundamental são repetentes. Na nossa frente estão apenas Gabão, Guiné, Nepal, Ruanda, Madagascar, Laos e São Tomé e Príncipe. Quanto ao número de alunos presentes às escolas, os dados apontam que 5,7 milhões estão na 1ª Série do ensino fundamental e 2,4 milhões na última série do ensino médio. Ver artigo **Falência da educação brasileira revista**, de Gustavo Ioschpe, em revista *Veja* (26 de julho de 2006).

[...] *nem mesmo a testemunha ocular traça um quadro ingênuo da cena. Pois a experiência parece mostrar que ela própria traz à cena alguma coisa, que dela retira mais tarde e o mais das vezes, o que supõe ser o relato de um acontecimento é, na realidade, uma transfiguração dele.*

Walter Lippmann³¹

3 FONTES DE INFORMAÇÃO NO TELEJORNALISMO

O telejornal é visto como “legitimador de uma nova ordem do mundo”, segundo Cádima (1995). É por ele que parte das comunidades conhece outras formas de interação e é por ele que se vê, cada vez mais, a presença de produções alheias à estética dos meios. Os grandes acontecimentos que fogem à rotina e que, muitas vezes, provocam um efeito surpresa na comunidade jornalística, dificilmente contam com a presença dos profissionais da notícia, como ocorreu no atentado às Torres Gêmeas de Nova York, o “11 de setembro” de 2001.

Quatro minutos depois do primeiro ataque, a rede de televisão norte-americana CNN começava a transmitir imagens das torres em chama, mas faltavam-lhe as informações iniciais, as cenas originais que deflagraram a crueza dos ataques. Tal ausência foi preenchida, mais tarde, por fontes anônimas, testemunhas oculares que participaram da construção da notícia, denominados por *crowdsourcing*, termo apropriado para designar as contribuições das fontes amadoras: *garage scientists*, *amateur videographers* ou *freelancers*.

Antes dessa testemunha ocular que nos interessa, convém uma reflexão sobre o *olho* e o *olhar*, conceitos importantes aos estudos da psicanálise e que contribuem aqui para o entendimento da transformação dos indivíduos em *televoyeurs*, que muito vêem e pouco interferem no que é visto. Seria uma espécie de *sujeito-antítese* do sujeito participativo, da fonte que se apresenta como amadora para o mundo do telejornalismo moderno.

³¹ LIPMANN, Walter. **Public Opinion**. 1922.

3.1 O imperativo do olhar

Contribuições de outras áreas do conhecimento dão à televisão um caráter cada vez mais dinâmico e aumentam seu poder de penetração e de *trazer* à visibilidade, “mostrando o mundo do ponto em que ele deve ser visto” (GOMES, 2003:75). Ao pensarmos no imenso aparato tecnológico que está a suportar as mídias eletrônicas, enuncia-se um campo de visibilidade que permite a internalização do *ser visto*, do estar *sob a mira* em escala macro, em incontáveis oportunidades. Nesse ponto, conforme Gomes (2003), a visibilidade nas mídias conecta-se com a exploração realizada por Michael Foucault sobre as táticas de majoração de *Vigiar e Punir*:

Em oposição ao dispositivo da masmorra, princípio de exclusão pela subtração ao olhar, situa-se o Panóptico. Este é figura exemplar da estratégia que, ao trazer à luz, consegue assimilar, incorporar à funcionalidade no âmbito social: em vez de exclusão, a inclusão por meio do controle visado pelas estratégias disciplinares. Por sermos potencialmente vistos, agimos nos conformes. Tal estratégia se mostra tanto mais efetiva quanto mais a visibilidade se tornou objeto de desejo: cada qual com seus devidos quinze minutos de fama. (GOMES, 2003:75)

Vivemos o *imperativo do olhar* – “sorria, você está sendo filmado”. É um olhar alimentado pela insegurança das grandes cidades, que gera a exigência da supervigilância com câmeras à espreita por todos os lados. Somos dominados pelo olhar. Quinet (2004) considera o olhar *onividente* (*ver e ser visto* em psicanálise), sob variadas formas: desde a proliferação dos programas televisivos de voyeurismo e exibicionismo explícitos até a generalização da vigilância, que multiplica as câmeras encontradas em nossos passos todos os dias.

Vivemos numa sociedade *escópica* (QUINT, 2004), que conjuga o show business e o *olho* que vigia e pune, materializando o espetáculo com a disciplina e o controle; uma sociedade comandada pelo comércio do *gozo do ver e do ser visto*, que transforma em moeda o prazer da exibição à vigilância do poder. O olhar tornou-se o personagem principal do mundo

de Narciso. A visibilidade é o imperativo do espetáculo. Temos a necessidade de sermos visto pelo outro.

O telejornalismo, enquanto sujeito, alimenta-se do índice de audiência desse *olho* que o vê diariamente, um "televoyeur", um cidadão não "civilizado" à participação, que se insere na esfera pública como mero espectador e que, portanto, encara tudo como espetáculo. Uma apatia que não combina com o direito que ele tem enquanto cidadão. Évora (2001) chama a atenção de que a própria natureza jurídica do direito à informação deixa espaço para que a fonte participe na elaboração das notícias, quando incorpora, na sua vertente tripartida, o direito de informar, o direito de se informar e o direito de ser informado:

O direito de informar corresponde, na sua vertente positiva, à faculdade de todos os cidadãos poderem aceder a um conjunto de informações, úteis para a formação da sua consciência. Intimamente ligado a esta prescritiva jurídica, encontramos o direito de se informar, que tem um efeito, tanto sobre o público, como sobre os jornalistas. Para o público, essa faculdade corresponde à liberdade de procurar a informação necessária para o fortalecimento da sua consciência; para os jornalistas, mais do que a possibilidade de adquirir informações pessoais, o direito de se informar diz respeito à necessidade de aceder a um conjunto diversificado de fontes de informação, de forma a cumprir os imperativos da sua deontologia profissional. (ÉVORA, 2001:04)

3.2 Testemunha ocular da história – cinegrafista amador

Diferentemente dos eventos que surpreendem o jornalismo, os pseudo-acontecimentos, como um show musical, uma coletiva de imprensa, os Jogos Olímpicos, a Copa do Mundo de futebol, uma sessão parlamentar, uma prova de automobilismo ou uma partida de futebol, permitem planejamento conjunto. Exigem uma sintonia entre a sua produção e a mídia. Dayan e Katz (1993) consideram tais eventos como "acontecimentos mediáticos" ou *media events*, pois incorporam as grandes cerimônias, que funcionam como "dias de festas para a televisão".

Pseudo-acontecimentos e *media events* possibilitam, assim, o testemunho presencial dos jornalistas em função da sua repercussão nos meios de comunicação. Por outro lado, eventos como a colisão de um avião contra as Torres Gêmeas em Nova York ou a explosão de

uma bomba no interior de um trem nos arredores de Londres, dificultam, e muito, a possibilidade de os jornalistas serem “testemunhas da história” que relatam. Assim, se acentua uma certa dependência do jornalismo desse testemunho vindo de uma audiência atenta e preparada para o registro.

No caso do telejornalismo, o chamado de cinegrafista amador é uma dessas fontes que mais têm auxiliado a iluminar as zonas de sombra de acontecimentos relevantes. Seu olhar é ressemantizado pela gramática do meio telejornalístico, mas não perde as marcas de quem o concebeu. São marcas que impedem, de certa maneira, que o meio “negue” um dado acontecimento. Ou seja, ao veicular a cena primária impede-se que aquele acontecimento consuma-se nele mesmo. Caso contrário, seria “denegar”,³² ou deixar existir e, ao mesmo tempo, agir como se o denegado não existisse. Recusar-se-ia a veracidade de um acontecimento.

Na Olimpíada de Barcelona, em 1992, na festa de abertura, os espanhóis decidiram inovar, ao acender a Pira Olímpica com um arqueiro disparando uma flecha com o fogo olímpico, que deveria cair na Pira e acendê-la. O arqueiro atirou e a Pira acendeu. Dias depois, a imprensa mundial divulgou cenas feitas por um cinegrafista amador que revelava a farsa ao mostrar que, na verdade, o arqueiro disparara a flecha por cima da Pira, a qual foi acendida por um dispositivo automático. Ou seja, durante a cerimônia de abertura, o pseudo-acontecimento tinha de seguir um roteiro televisivo. Por ser ao vivo, o ponto alto do encerramento da festa seria o acendimento da Pira, utilizando a suposta precisão do arqueiro.

A disposição das câmeras e as imagens geradas originalmente criaram a ilusão de a flecha estar sendo arremessada na direção da Pira; ao “atingir” o alvo, a labareda surgiu. Todavia, a fecha incandescente passou sobre ela, como registrou o cinegrafista, que estava do

³² Denegação é um conceito hegeliano-freudiano e aplica-se bem à construção do sentido sob a forma de representações. A inversão é uma das figuras bastante presente no repertório figurativo da retórica.

lado de fora do estádio. Quando as imagens amadoras foram ao ar, pouco ou nada se falou do erro do arqueiro. Mesmo que as imagens fossem prova de uma encenação, tal informação foi subjugada, rechaçada, vista com desprezo e indiferença. Ou seja, como diria Marcondes Filho, “agiram como se o denegado não existisse. [...] Quando não é possível negar *in totum* e exterminar, denega-se” (MARCONDES FILHO, 1996:304).

3.2.1 Cinegrafista amador - testemunha ocular da história

Usamos o termo *cinegrafista amador* ou *fonte amadora* em contraposição à “fonte oficial”³³ (MACHADO, 2003) com o intuito de enquadrar esse sujeito que vem ofertando versões de fatos ao meio profissional telejornalístico capazes de se tornar notícia. Entendê-lo nos remete às rotinas produtivas³⁴ do telejornalismo, pelas quais o produto *in natura* do amador é submetido ao processo de seleção (*gatekeeping*), hierarquização e transformação.

Ao tratarmos da construção da notícia televisiva, é necessário dizer que o termo cinegrafista amador, em especial, é identificação utilizada – de forma ampla – pelos telejornais por nós estudados. É uma nomeação que significa que aquelas imagens ali veiculadas foram produzidas por alguém “manifesto”, não profissional, sem condição técnica ou vínculo institucional requeridos pelas empresas jornalísticas. É uma distinção estratégico-discursiva que diz ao telespectador que o que está ali não faz parte de sua gramática audiovisual. Todavia, no nosso entender, estimula no telespectador várias sensações: curiosidade pelo olhar diferente, inédito, desregulado, próximo do que é a “realidade”; causa surpresa, provoca emoção, ao se

³³ Entendemos por *fontes oficiais*, ou estabelecidas, preliminarmente em dois graus. **Primário**: relatos orais e declarações feitas em caráter oficial; **Secundário**: dados sistematizados, relatos escritos e documentos. No entender de Pereira Júnior, há as fontes institucionais, pessoas ou aparelhos que podem virar notícia. As mais credíveis são aquelas que podem programar suas atividades de modo a satisfazer a necessidade contínua que os *mass media* têm de cobrir eventos previamente marcados. As agências de informação são as grandes agências de imprensa internacionais ou nacionais que constituem uma das principais fontes de produção de matérias noticiáveis (PEREIRA JUNIOR, 2005:83-84).

³⁴ Entendemos *Rotinas Produtivas* por “descrição do contexto prático-operativo em que os valores/notícia adquirem significado.” (WOLF, 1995:218).

deparar com cenas de brigas, assaltos, tiros, mortes, catástrofes, correrias, flagrantes de extorção, entre outros.

O cinegrafista amador opera no imprevisto, ou na zona de sombra das práticas do telejornalismo; no acidental ou no planejado, mas não se insere institucionalmente como tal. É um espião interesseiro e narciso que se multiplica no tecido social, à medida que as ferramentas tecnológicas de captura do real aprimoram-se e expandem-se, flexibilizando-se e tornando-se acessíveis a ele.

É cinegrafista amador para os telejornais, mas tal fonte poderia ser enquadrada em “neotipologias”, como *produtor-acidental*, *olhar turístico* ou *produtor-amador* ou *produtor-atento* às informações. Compõe um grupo autônomo que se intensifica e proporciona insumos à compreensão de um panorama de reorientação no âmbito das condições de produção de um telejornal, experiência única, cotidiana e coletiva, de representação e construção da realidade.

3.2.2 Um sujeito de *imitações*

Em algumas circunstâncias, o cinegrafista amador mostra sua capacidade de classificar representações, fruto daquilo que podemos conceituar de *mimesis* e sua operação no contexto de representações sociais. Aliás, compreender o significado de representação é entendermos o que vem a ser *mimesis*. Ficamos com a posição de Aristóteles, que diz ser a *imitação* uma tendência atávica ao ser humano, a tal ponto que chegamos a nos comprazer catarticamente até com as representações de cenas escabrosas (feras, cadáveres).

Com Durkheim e Mauss que as representações ganham foro instrumental para o conhecimento do real. As representações se organizam, então, sob a forma de classificações que por sua vez, são chaves para a ‘construção’ da realidade. Ou, melhor seria dizer o contrário: as classificações dão origem as representações sociais. (SILVA, 2001:13)

Silva (2001) usa Durkheim para dizer que toda classificação implica um ordem hierárquica, cujo modelo não é oferecido nem pelo mundo sensível nem por nossas consciências. Usa também a visão de Lima (1980), para dizer que cada pessoa se representa a partir dos critérios classificatórios a seu dispor, os meios pelos quais alocamos significado ao mundo das coisas e dos seres. Por eles, o mundo se faz significativo. E o choque de significações, de imediato, resulta do choque de representações.

Entre a realidade e a representação, atua uma rede de classificações que torna o real, segundo Silva, “discreto e enunciável”, a partir do princípio hierárquico orientador da classificação. “As classificações, portanto, nos orientam em nossas relações com o mundo e com nós mesmos e se atualizam sob forma de representações” (SILVA, 2001: 14). Para sair de tal círculo vicioso é necessário precisar, segundo ele, o que no mundo social exige as classificações e seu “precipitado”, as representações. As classificações e o modo como elas se atualizam resultam, portanto, da forma como se processam as relações humanas.

Silva (2001) reduz sua posição no “eu dialoga com o tu”. Mas para que a comunicação se processe, é preciso que emissão e recepção sejam acompanhadas de “um certo cerimonial social”. Por razões que estão na ordem do entendimento, Goffman (1974) diz que “é fácil reconhecer que a expressão dos sentimentos de alguém quanto a outrem é vulnerável a todas as dúvidas, suspeitas e despropósitos a que estão sujeitos os acontecimentos isolados e separados” (GOFFMAN, 1974: 457). Para o autor, o que as pessoas levam a cabo não é oferecer informações a um receptor, mas apresentar dramas a um auditório, é “realizar espetáculos” dentro de um “frame”, noção criada por ele para chegar a um conceito de representação (unidade, quadro) dentro do qual nós inserimos, de forma dramatizada, o sentido.

Os *frames*, segundo Goffman (1974), têm a finalidade de apresentar aos parceiros de cada ato da comunicação uma espécie de espaço adequado, um corpo de convenções como

que existente por si mesmo, aparentemente objetivo e inelutável, que permite, aos interlocutores, regular suas idas e vindas verbais. Portanto, as representações são essas múltiplas molduras em que nos encaixamos sem nos determos. Conforme Silva (2001), se as classificações se enunciam sob a forma de representações, estas, por uma outra via, se processam através do pendore humano para a *mimesis*, para a idéia de verossimilhança, mas por uma *mimesis* recriadora do real para “re-realizá-lo”, construí-lo socialmente. A *mimesis* permite aos interlocutores se representarem num universo de intenção social que é lúcido e sério, que ordena o mundo numa organização que pode ser feita com prazer, um prazer dramático, catártico.

3.2.3 Um sujeito que vê a si mesmo

Retomando o nó que nos mobiliza ao entendimento, ou seja, a interferência do amador no âmbito profissional do telejornalismo, podemos pensar que a circulação de cenas oriundas de uma produção anônima dá a idéia – à primeira vista – de que este ato de “relatar acontecimentos” é um desejo ancestral incontido do ser humano: o de *ver a si mesmo*. A fonte amadora quer mais do que ser autora de imagens, mas *co-participante olhado*, como desejou certa vez um jovem engraxate da favela da Rocinha (Rio de Janeiro/RJ) ao ser indagado sobre o que gostaria de ver na televisão: “Eu”, disse (SODRÉ, 1990: 9).

O cinegrafista amador que conhecemos, no entanto, goza ao *ver a si mesmo* no espelho, não por sua imagem e semelhança do seu *Eu*, mas por estar ali o “índice de sua presença”: um anônimo. Delira ao saber que milhões de outros *amadores* deliciam-se diante de algo construído por sua obra e graça. São marcas esgrafiadas por ele nas paredes da “caverna mediática”. Gozo igual é curtido pelo *espelho*, que se deixa fruir diante daquilo que se apropriou e faz projetar, com intensidade, em direção às massas, cansadas do cotidiano e sedentas por sua dose diária de entretenimento.

A fruição do *espelho* ocorre porque o autor do produto final é posto em circulação, junto a esta audiência faminta por novidades espetaculares. Não basta a fonte amadora enquadrar o real a partir de sua visão. Para provocar sentido no consumidor final, o “produto *in natura*” tem de ser mediatizado pela estética televisiva, que evoca símbolos para designar a realidade. Segundo Souchon (1997), as imagens, por si só, não desvendam imediatamente as significações: “É preciso apresentá-los e comentá-los para situar as causas e os efeitos que lhes dão sentido pleno” (SOUCHON, 1977: p.157).

Ao desvelar zonas de sombra, o cinegrafista amador *vê e faz ver* imagens. Oferece tal vantagem ao telejornalismo, que passa a usufruir agora de uma capacidade “divina” até então restrita às suas próprias “forças”. Paralelo a essa inserção amadora, a televisão, em geral, há muito experimenta *olhares* seus ou de outros especialistas. A evolução e o acesso irrisuado ao ferramental de captura, permitem-lhe qualificar a extensão desse *olhar o mundo* e propor parcerias com áreas da ciência e tudo aquilo que nelas encontra. Dois campos exemplares são a Astronomia e a Medicina. Deles, o telejornalismo, em particular, consegue produtos nunca antes revelados:

São [...] imagens invisíveis a olho nu, mas que se tornam visíveis graças ao poder de complexos sensores que, num extremo, descortinam a aparência de longínquos astros celestes com a mesma desenvoltura com que, no outro extremo, penetram nos recessos mais íntimos do corpo humano, desnudando os segredos das células. (SANTAELLA, 1992:40)

O telejornalismo, como se observa, tem sua força motriz carregada com a energia da própria curiosidade humana, que cria e recria equipamentos para enxergar mais longe ou mais perto; com ou sem luz; em qualquer condição de clima ou aspectos geográficos. Penetra nos corpos, viaja à Lua; persegue cometas; mostra as partes “quentes” de um automóvel (motor, rodas, freios incandescentes) e os gestos de um piloto gritando após a bandeirada; entra em um prédio em chamas; registra salvamentos; *corre* atrás de bandidos e *prende* marginais.

3.2.4 Um sujeito que aprende a *olhar*

A característica de onipresença³⁵ faz o *gozo*, agora, da televisão, do *espelho*, que se vê diante daquilo que lhe confere “poder”, ou seja, não apenas elabora ou reelabora, mas é lido e produz efeito no leitor; pode ser explicado, grosso modo, pela possibilidade de dar visibilidade às coisas até então *invisíveis* por ele e pela grande audiência. O *espelho*, o telejornalismo – ou, simplesmente, o jornalismo – é, assim, este campo de mediação: de um lado é auxiliado por fontes privilegiadas, que lhe ajudam a descobrir imagens *invisíveis* e sensacionais, e de outro dá ao telespectador frestas pelas quais é possível ler um discurso objetivo, que enquadra um mundo antes inexpugnável ou ininteligível.

[...] é capaz de oferecer aos historiadores e aos cientistas uma produção, cuja singularidade visivelmente deslocou-se do banal, para constituir-se em significância, no mínimo, signos indiciais, vetores apontando para algo que o simples senso comum não é capaz de perceber, ou se percebe, necessita de um segundo plano de significação, aquele do enquadramento da realidade enquanto notícia (GENTILI, 2005:109).

O telejornalismo ensina ao mostrar cotidianamente como *operar o olhar* e, por outro, abriga novos tipos de fontes, como os sujeitos oriundos da tradicional área científica e suas constantes descobertas, quando o que aqui nomeamos de *fonte amadora* ou, em sentido largo, cinegrafista amador. Seu produto é tão sedutor quanto àqueles que desvelam a célula humana ou o asteróide. Há, imbricado sobre a cena e/ou som, um valor que chama a atenção do *campo jornalístico*, [...] enquanto um conjunto de relações entre agentes especializados na elaboração de um produto específico conhecido como a informação [...] (TRAQUINA, 2001:20).

É do próprio *espelho* que a fonte amadora aprende a olhar o mundo e dele promover recortes tal qual vê sendo feito dia-a-dia pelos telejornais. Põe-se diante do “professor” e dele apreende lições úteis para a sua vida:

³⁵ Usamos o termo, neste caso, em seu sentido *strito* para dizer que os meios, por seus e outros “olhares”, estão em todos os lugares.

[...] A fraude começa na periferia das pequenas cidades. O auxílio-maternidade pode ser pedido até cinco anos depois do nascimento da criança. Por isso, os agenciadores procuram mulheres pobres, que tenham filhos com até 5 anos de idade. Para flagrar a atividade desses agenciadores, o **Jornal Nacional foi até o Sindicato Rural** ³⁶ de Guaiuba, na Região Metropolitana de Fortaleza. **Com uma câmera escondida foi gravada uma conversa** com a agenciadora Maria Brasil. [...] ³⁷

Ou

Os traficantes de drogas estão aumentando o seu exército. Em São Paulo, quatro pessoas são presas, em média, por semana no Aeroporto Internacional. **Nossos repórteres** acompanharam dois **flagrantes** em apenas três horas. A desconfiança dos policiais tirou o homem da fila do embarque internacional. Um furo na mala confirma a suspeita: o passageiro carregava cocaína. É mula, na linguagem do tráfico. Rubens Madureira iria levar a encomenda para a França. [...] O traficante não foi sequer identificado. Mais uma vez, sobrou para a mula. ³⁸

De telespectador passa a um potencial co-participante. As “lições” dão a ele o *empoderamento* (cognitivo, psicológico, político e econômico) necessário a candidatar-se a co-autor de *operador de linguagens*. Bastam uma “câmera” não mão e um bom flagrante para ingressar no mundo das produções teleinformativas. O cinegrafista amador, por esse caminho e com a competência adquirida, traz à tona acontecimentos. Se acolhidos pelo campo jornalístico, tornam-se notícias. Ou seja, “[...] a constituição de um acontecimento em notícia, significa dar existência pública a esse acontecimento ou questão, constituí-lo como recurso de discussão” (TRAQUINA, 2001: 22).

Traquina (2001) cita Molotch e Lester: “Toda a gente precisa de notícias. Na vida quotidiana, as notícias contam-nos aquilo a que nós assistimos diretamente e dão como observáveis e significativos *happenings* que seriam remotos de outra forma” (1974/1993: 34). Para

³⁶ Grifos do autor.

³⁷ **Fraude no auxílio-maternidade** (25.04.2005). Trecho de matéria exibida pelo *Jornal Nacional*. Ver mais em <http://jornalnacional.globo.com/Jornalismo/JN/0,,AA952106-3586,00.html>. Acessado em 12.03.2006.

³⁸ **Tráfico de drogas** (28.04.2005). Trecho de matéria exibida pelo *Jornal Nacional*. Ver mais em <http://jornalnacional.globo.com/Jornalismo/JN/0,,3586-p-28042005,00.html>. Acessado em 12.03.2006.

Molotch e Lester, “[...] o conteúdo das concepções de um indivíduo da história e do futuro da sua comunidade vem a depender dos processos através dos quais os acontecimentos públicos se transformam em recurso do discurso nos assuntos públicos” (TRAQUINA, 2001: 36). Se os meios de comunicação não dizem nada acerca de um tópico ou de um acontecimento, então, na maioria dos casos, eles existirão apenas na nossa agenda pessoal ou no nosso espaço vivencial.

As novas mídias (leia-se, fortemente, internet) estão promovendo algo mais do que iniciar um caminho para a “desmassificação” e a fragmentação das audiências. Segundo McQuail (2003), as suas propriedades interativas são suficientemente reais, mas já se estabeleceu que o uso das mídias e os processos de influência são efetivamente interativos. Para o autor, isso ocorre pelo poder que o receptor tem para selecionar, interpretar e construir sentidos preferidos.

Prudente, McQuail (2003) alerta que ainda é cedo para afirmar que tal “liberdade e controle” levem a um desenvolvimento e uso seguro destes meios. Especulativamente, porém, diz poder vir a ter um efeito social e cultural idêntico ao das velhas mídias, que há muito produzem para o consumidor. Dá o que é pedido por ele que, por sua vez, responde a partir dos índices de audiência, que se tornam *capital simbólico* nas mãos dos negociadores ou captadores de recursos de patrocínio para a empresa. A lógica de mercado prevalece e deixa subentendido, aos produtores, que é desse telespectador que a instituição depende.

3.3 As novas fontes e as produções mórbidas

Diferente das mídias convencionais, que possuem uma instituição sobre si e que respondem juridicamente por seus atos, na internet o campo parece estar livre. Sua condição de “obra aberta a todos os autores”, torna-a multiplicadora de produções relevantes por sua utili-

dade social e pulverizadora inatingível de produções que estimulam largamente a curiosidade mórbida de seus autores. Exemplo disso é o site *You Tube*³⁹, o qual veremos com mais vagar no próximo capítulo. Por ele passam, diariamente, milhares de vídeos, de toda a ordem: dos caseiros, feitos para exibir-se ao outro, até aqueles com cenas íntimas (*públicas*), como a da modelo brasileira Daniela Cicarelli, gravadas por um *paparazzo* em praia espanhola e largamente difundidas.

Outra produção que alimenta este perfil curioso, invasivo e, no caso, mórbido das pessoas, foi a veiculação, em 2005, de um vídeo com pouco mais de 25 segundos feito por um cinegrafista amador, no qual a universitária campineira Letícia Santarém Amaro Rodrigues, de 20 anos, salta para a morte. A garota praticava pela primeira vez o esporte radical *bungee jump* e morreu depois de se jogar de um pontilhão ferroviário de 50 metros de altura no limite entre as cidades de Araguari e Uberlândia, em Minas Gerais. As imagens chocantes mostram o momento exato do pulo, a corda que prendia Letícia à ponte se partindo, o desespero de quem aguardava a sua vez de saltar e a corrida por socorro do pai da universitária.

Essa curiosidade mórbida potencializada pela internet remete-nos à era romana, quando famílias se divertiam vendo cristãos sendo trucidados por leões. Transita hoje pela rede fotografias e vídeos, como o da estudante morta no acidente de *bungee jump*, com a mesma função dos leões na Roma antiga. Antes da internet, seguindo essa linha de produção, locadoras de vídeos já disponibilizavam cenas de acidentes e mortes.

O que torna a internet implacável é o ingrediente de crueldade, que permite fazer circular imagens como a da estudante em sua queda fatal; de corpos mutilados os dos integrantes do "Mamonas Assassinas"; de Ayrton Senna morto; de desesperados pulando das Torres Gê-

³⁹ Ver em <http://www.youtube.com> – acessado em 05/10/2006. Abordamos mais sobre esse assunto no IV Capítulo.

meas; de suicidas ou de reféns de terroristas sendo degolados; ou de possíveis imagens de corpos mutilados dos passageiros da aeronave Boeing 737-800, da empresa aérea Gol, que se despedaçou no ar durante o acidente com o jato Legacy, encontrados na floresta perto da reserva indígena Capoto-Jarinã. São imagens que chegam aos internautas por meio de e-mails não solicitados.

Não raramente, isso pode acontecer com familiares e amigos das vítimas. A internet acabou com o direito de quem não quer ser público desse tipo de "espetáculo". Também acabou com o direito de quem quer parar com o espetáculo ou processar os responsáveis. Dificilmente é descoberto quem colocou essas imagens na rede, embora não seja impossível. Impossível mesmo será tirar essas imagens da internet, já que elas são reproduzidas em velocidade espantosa. Hoje, a imagem do acidente da estudante deve estar espalhada em todo o mundo, gravada em milhões de computadores. Mesmo que seja apagada em sua origem, ela voltará sempre para a rede vinda de outro computador⁴⁰. (GALLACCI E ANDRIOTTI, 2005)

3.3.1 O olhar *contaminado* exige agora mais

Na grade de temas de um telejornal, o ponto noticioso é estabelecido para facilitar a descoberta de *acontecimentos noticiosos*, mas leva, inevitavelmente, à construção de acontecimentos com um perfil mórbido mínimo empreendido pelos internautas. Ou seja, o que acontece num determinado lugar (ou ponto noticioso) será mais provavelmente definido como notícia exatamente porque é observado cada vez mais com este "olhar de abutre".

Explica-se, igualmente, a motivação que faz uma pessoa prosseguir gravando cenas de um bebê de dois meses de idade sendo salvo enquanto boiava dentro de um saco de lixo na Lagoa da Pampulha, em Belo Horizonte, em 28 de janeiro de 2006. As cenas foram registradas por um cinegrafista amador que passava no local no exato momento em que dois homens, após ouvir o choro vindo das águas, iniciaram o resgate, com a ajuda de um pedaço de pau.

Assim, o cinegrafista amador insere-se, gradualmente, no mundo jornalístico, provenindo-o com essa pitada de morbidez que, logo ali adiante, encontrará uma demanda fiel, um

⁴⁰ Ver mais em <http://www.cosmo.com.br/libg/public/servicos> – acessado em 07/07/2005.

público leitor altamente receptivo a essas imagens. Torna-se uma espécie de extensão “alternativa” dos olhos do telejornalismo, que leva à redação fragmentos de acontecimentos inatingíveis pela “não-onipresença”.

Todo o material coletado e classificado como “noticiável”, via de regra, quebra a lógica do planejamento editorial e irrompe o noticiário, com a marca de “notícias fortes” (*hard news*), mas com um tom de complementaridade. Estas notícias trazem, em seu bojo, o ineditismo do fato ou vêm completar o sentido de uma informação dada de forma indicial pelo jornalismo da emissora. Tal ingrediente, acrescido à redação telejornalística, atende, igualmente, às lógicas comerciais entre instituições e faz frente à hiperconcorrência.

As tecnologias existentes permitem o “ao vivo”, que põe o telespectador diante do caos, como foram os atentados do 11 de setembro, quando o importante era manter o canal aberto. Diante da situação, as redes televisivas chamavam, a todo instante, especialistas para preencherem o vazio informativo das transmissões ou, como é usado no cinema, os *tempos mortos*, cenas vazias, descartadas na edição. A ordem era manter o equipamento ligado às torres e garantir o *furo* e o acesso imediato ao fato.

Com tais estratégias, quebra-se o princípio da racionalidade imposta pela rotina jornalística, que encontra momentos de reflexão sobre o *fazer*, em especial, quando a reunião de pauta discute os assuntos da ordem do dia. No 11 de setembro, tudo colaborou para uma ação imediata da mídia. Perdeu-se uma parte do todo. No caso do fenômeno Tsunami, totalmente sem controle, o que a audiência viu foram cenas eminentemente indiciais: carros submersos na lama, centenas de pessoas mortas e já em estado de decomposição e familiares em busca de parentes. Eram cenas fortes, mas sem a ação espetacular.

Na seqüência, as emissoras de televisão passaram a receber dezenas de imagens de cinegrafistas amadores, que reconstituíram a tragédia com suas imagens icônicas, próprias do oportunismo de quem estava lá e “viu” o exato momento em que o mar varreu a costa asiática. A mídia se apropriou desse “olhar” impresso em recortes e lhe conferiu roupagem e estimulou a compulsão do olhar do telespectador, numa espécie de “efeito vitrina”. Quanto mais olhamos, mais situações surgem como favoráveis àquilo que buscamos.

3.3.2 O duplo olhar em dupla mídia

Profissionais das grandes redes telejornalísticas criam blogs, espaços autônomos de fala: propõem-se “duplo”: de um lado, dão conta à empresa de um olhar provido de um discurso construído sob o constrangimento da organização; do outro, a vantagem de uma liberdade de expressão jamais experimentada, de um texto autoral, redigido na primeira pessoa, que escapa do aprisionamento da impessoalidade manualística.

Via rede, eles encontram espaço que lhes permitem repassar ao leitor um “olhar” que enxerga a mesma cena, mas sob outro ângulo, até então impróprio para as políticas editoriais de seus empregadores. Tais jornalistas se vêem rompendo a barreira da censura institucional e quebrando a lógica do “aspiral” que o faziam silenciar diante de fatos não recomendáveis ou politicamente incorretos. Tangenciam o jugo organizacional que lhes enquadram por constrangimentos.

O resultado é a configuração de um duplo narrador de um mesmo acontecimento, por estar ora “ao vivo”, no fluxo incessante do acontecimento, sendo um sujeito integrante da experiência e vinculado umbilicalmente à sua empresa; ora abrigado em seu *bunker* virtual, onde o tempo não é do “agora”, mas o tempo de um observador que dispõe de um outro cenário, como uma “ilha de edição”, para produzir relatos construídos a *posteriori* (MONTEIRO,

2003:30-31). A autora afirma que o jornalista opera com a informação, pois no centro de seu discurso não está a sua própria experiência, mas a do outro, uma narrativa decorrente da observação da experiência alheia. É um sujeito de enunciações, possuidor de experiência, fonte principal dos narradores (BENJAMIN, 1985).

Na identificação da “vontade” de expor o problema à audiência e dela receber o retorno imediato, os meios noticiosos tornam o poder de *agenda-setting* um mecanismo específico de intervenção ao nível dos discursos públicos (ESTEVEZ, 2003:48).

A sua importância relacionada à possibilidade de promover um juízo razoável sobre as matérias que são objeto de tais discursos, os assuntos públicos; concretamente, uma razoabilidade tendo em conta as diferentes alternativas existentes quanto aos assuntos em discussão: a representação das diferentes posições relevantes, de modo a que as oportunidades de encontrar resposta para os interesses prioritários de setores significativos da população possam ser convenientemente consideradas (ESTEVEZ, 2003: 48).

Ao pensar no processo de agendamento pela mídia, Estevez faz um lamento, ao dizer que há uma “injustiça” na distribuição dos recursos de captação da atenção do público:

[...] o problema da construção das agendas nos nossos dias, nomeadamente tendo em conta o papel que aí cabe aos media, não é propriamente o referido, isto é, a abertura excessiva das agendas (assuntos e posições), mas exatamente o contrário, o do seu fechamento [...]. Eficácia e legitimidade são, pois, atributos indispensáveis e indissociáveis do processo de agendamento, na fórmula de uma combinatória criteriosa e equilibrada de abertura e fechamento. [...] A agenda dos media e, conseqüentemente, a própria agenda pública – por ação do mecanismo de *agenda-setting* – não podem deixar de refletir esta situação de injustiça da distribuição dos recursos de captação da atenção do público (ESTEVEZ, 2003: 49).

O jornalismo, de maneira geral, tem se beneficiado deste modo *panóptico* da sociedade, que se põe a seu serviço como a “máquina de poder” imaginada por Jeremy Bentham, pensador burguês do Iluminismo. O campo afirma-se pela cadeia produtiva dos meios de comunicação, sua condição de um “poder político do olhar”, vendo tudo o que se passa: o corruptor e o corrupto, o assassino em pleno ato de eliminação do outro, a seqüência de espancamentos pela polícia, os assaltos em série em uma mesma esquina, o nascimento de uma criança em

plena fila de espera de um hospital ou a descoberta e o salvamento por passantes de um recém-nascido boiando, vivo, dentro de um saco plástico.

Para chegar ao grau de acuidade hoje existente, o telejornalismo, de um lado, e o “amador”, do outro, usufruem da tecnologia, enquanto estudo sistemático de processos, métodos e técnicas e enquanto “novos aparatos”. Nos últimos dez anos, por exemplo, a neotecnologia (MANDOSIO, 2000) ⁴¹ constitui-se em um elemento central destes novos conhecimentos favorecedores da miniaturização, da convergência e do barateamento dos aparatos tecnológicos de captura audiovisual.

Câmeras de fotos digitais ⁴² e telefones celulares ⁴³ – que também incorporam ferramentas de capturar imagens em movimento e sons – dão à recepção uma espécie de *empoderamento* ⁴⁴ a partir desse *armamento* que é investido. Tornam-se uma *presença-fonte* latente e cada vez mais necessária na construção da notícia. Grandes corporações jornalísticas, como o Estado de SP e as Organizações Globo, estão chamando o leitor à participação da edição impressa e on-line. Sabem desse potencial instalado e querem que seus leitores sejam mais

⁴¹ O autor utiliza *neotecnologia* para dizer que a informatização da sociedade é, antes de tudo, um *projeto político*. Sem esse sistema acelera e se faz acompanhar por um “quádruplo colapso”: o *do tempo*, que “dá lugar a um presente perpétuo”; o *do espaço*, que “dá lugar a uma ilusão de ubiquidade”; o *da razão*, que “dá lugar à previsão”; e o da “própria idéia de humanidade”, já que esta é intimada, nos dias de hoje, a transformar-se, graças à tecnologia.

⁴² Segundo o instituto de pesquisa Growth from Knowledge (GFK), a previsão era a de que até o final de 2005, os brasileiros deveriam comprar 2 milhões de câmeras digitais. Mundialmente, a venda chegaria a 96 milhões de peças, o que representa um crescimento de 25% sobre 2004. Site www.uol.com.br, acessado em 28/06/2005.

⁴³ O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a partir dos números da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), realizada anualmente desde 1967, aponta que a população brasileira está usando cada vez mais o telefone móvel na residência em substituição ao fixo. De 2002 para 2003, o número de telefones fixos em residências caiu 10,4%, enquanto o número de celulares aumentou 31,3% no mesmo período, mais do que o dobro do aumento verificado de 2001 para 2002, de 15,4%. Ver IBGE: **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios** (Pnad), 2004.

⁴⁴ Como referimos na Introdução, entendemos o conceito de *Empoderamento* a partir das vertentes que afirmam ser o mecanismo pelo qual as pessoas, as organizações, as comunidades tomam controle de seus próprios assuntos, de sua própria vida, de seu destino, tomam consciência da sua habilidade e competência para produzir e criar e gerir. (Romano e Marta, 2002)

que consumidores; querem que tragam seus testemunhos sobre qualquer tema, desde que tenham curiosidade e ineditismo.

Assim, temos um quadro que não mais comporta a simplicidade da discussão dos processos midiáticos, vistos somente pela relação *emissor-canal-receptor*, já superada por “perspectivas processuais muito mais flexíveis e complexas” (BRAGA, 2005:2). Partimos do princípio de que o telespectador torna-se mais do que uma possibilidade: é uma fonte atenta e disponível; *empoderada* por essa capacidade de ver, apreender técnicas, estratégias, e valorizar o captura.

3.4 A fonte como possibilidade de uma imagem icônica

Nessa participação da fonte como elemento essencial na produção de realidades é necessário que entendamos o conceito de *iconicidade* na narrativa telejornalística atual. A idéia de imagem aqui está ligada ao conceito que considera ser o *ícone* um *representâmen*, cuja qualidade representativa é uma sua *primeiridade* como primeiro. Um signo por primeiridade é uma imagem de seu objeto e só pode ser uma idéia, pois deve produzir uma idéia *interpretante*. Assim, a imagem tem um caráter inegável de semelhança, mimetiza seu objeto e o propõe através de si mesma.

É o signo apontando para um referente: consiste na apresentação de algo como se privilegia a identificação da qualidade material do ícone com a do objeto, o referente constante. O uso das imagens “reais”, captadas no momento exato da cena primeira, tem força por si só ao propor um *algo que é*; o signo exhibe seu objeto. É ícone.

Por força de salvaguardar uma audiência difusa, os telejornais não abusam dessa condição de mostrar a cena *real*. Conseguem *não-chocar-chocando*. As imagens vão da semelhança especular – como a fotografia na qual aparece parte do corpo do brasileiro abatido pela

polícia londrina ⁴⁵ – e ao seu lado uma poça de sangue – até um *traço*, que possa ser visto pelo sujeito como ícone daquele objeto. A função sígnica do ícone é, assim, a de exibir em si traços de seu objeto para uma mente.

Por isso,

[...] uma de suas importantes características é a de que, através da observação direta dos ícones, podem ser descobertas outras verdades acerca do seu objeto, além dos traços que bastaram para a sua identificação, isto é, o ícone é responsável pela revelação de interpretantes inesperados. [...] O ícone é aquele signo do qual se deriva a informação [...], que veicula a informação. (PINTO, 1995:25)

Um exemplo recente ocorreu em 7 de julho de 2005 quando dos atentados ao metrô de Londres. Um passageiro de um dos trens atacados por terroristas, levantou seu celular e gravou segundos de pânico. Mesmo sem as condições técnicas tradicionais exigidas pela televisão, as cambaleantes, desfocadas e escuras imagens icônicas foram incorporadas aos noticiários como complementação ao que já havia sido produzido profissionalmente. O que estava em jogo ali não era a imagem pela imagem, sua qualidade técnica, seu enquadramento correto ou sua iluminação padrão, típicas exigências de uma produção profissional. Ao contrário, os nossos olhos estavam lá e testemunharam um fato, mesmo que tardiamente revelado.

O acompanhamento desta e de tantas outras matérias que têm nesse novo viés, um modo de ver pós-moderno (2003:117-16), fica a sensação - enquanto observadores -, de que a cada tema relevante que envolva fortes ingredientes de noticiabilidade, não basta a cobertura convencional da televisão e seus aparatos ineficientes para estar, na maioria das vezes, no momento certo, na hora certa; das imagens indiciais, tecnicamente corretas, mas que nos trazem silêncios e sombras sobre o que ocorreu; ficamos à espera daquele outro *olhar* que resgate, mesmo que dias após, a imagem oportuna, *real*; que recupere o momento exato do aconte-

⁴⁵ A imagem foi veiculada pela televisão britânica ITN na tentativa de desmontar a versão oficial sobre a morte de Jean Charles de Menezes no metrô de Londres. **Jornal Nacional**, em 17/08/2005.

cimento; cenas que transponham um certo ritual típico do enquadramento profissional – captura e edição. O que o *olhar-telespectador* busca são imagens cruas, icônicas, que tragam da zona de sobra a revelação da origem, o momento *primal* daquele acontecimento.

3.4.1 Primazia do olhar

Em grandes tragédias, a mídia chega tarde ao local do acontecimento. Em se tratando de televisão, o aparato técnico ainda é pesado e possui pouca mobilidade: não raras vezes, tais eventos irrompem a grade de programação com imagens “ao vivo” do local. As coberturas parecem começar pelo fim; não passam o essencial: mostra partes do que já ocorreu; faz rescaldo; repercute; “suíta”.

O cinegrafista amador entra como peça de recuperação do passado perdido; dá sentido ao que está sendo visto; traz de uma zona não acessada pela mídia, ilustrações de elucidam, muitas vezes, os *motivos* do acontecimento. Tais cinegrafistas se espalham pelo tecido social como *olhos* se abrindo em cada esquina; estão ali, atentos às ocorrências e com *modos de ver* peculiares e cada vez mais preparados com *extensões* flexíveis. É um sujeito que se apropria dessa ferramenta externa ao seu corpo, mas que parece ser uma *nanomelia* – anomalia que se caracteriza pela pequenez anormal de alguns ou de todos os membros do corpo humano – de seu sentido visual.

Na cobertura telejornalística dos atentados ao metrô de Londres foi assim. Numa rápida contextualização desse acontecimento e a recordação do 11 de setembro, seria impen-sável – para o receptor - o não surgimento de registro de turistas com imagens do exato momento dos incidentes, afinal, são dois pólos de convergência de viajantes, obviamente paramentados com seus equipamentos portáteis.

Em Nova York, pela natureza dos ataques, o acontecimento se prolongou em sua ação se deu em dois momentos distintos e de grande visibilidade dos alvos atingidos, o que permitiu o acompanhamento ao vivo das grandes redes de televisão, além de contribuições de imagens amadoras revelando vários ângulos de um mesmo ponto. Em Londres, em especial, por ter o ataque principal ter ocorrido dentro de um túnel, a probabilidade de flagrantes seria quase impensável em função da carga emocional das pessoas e o descontrole sobre o cenário. Mesmo assim, horas depois, para surpresa das emissoras locais e de todo o mundo, chegaram às redações as primeiras imagens geradas por celular de um dos passageiros, Rachel McFayden.

McFayden e tantos outros anônimos amadores, de certa forma, atualizaram a maneira de captura de imagens, mostrando à mídia mundial que as possibilidades técnicas acessíveis ao usuário comum são definitivamente ilimitadas. Não só pelo aspecto da disponibilidade, mas pelo entendimento das pessoas sobre o valor daquele tipo de acontecimento e o reconhecimento que isso pode, na seqüência, trazer ao seu autor: dividendos financeiros com a venda do produto e dividendos simbólicos, como notoriedade pública a partir de entrevistas, fotos ou condecorações. Antônio Brasil faz um apontamento interessante sobre esses casos recentes:

Após a revolução das poderosas e onipresentes câmeras de vídeo que nos garantiram imagens extraordinárias das torres do World Trade Center, dessa vez, as câmeras a bordo dos telefones celulares mostraram as imagens dos “subterrâneos” do terror. Telefones celulares com câmeras de vídeo se tornam videofones populares. Enviar imagens ao vivo de qualquer lugar do planeta a baixo custo era o sonho de todo correspondente internacional. O futuro chegou e nos reserva grandes surpresas. (BRASIL, 2005)

São, grosso modo, elementos que possibilitam ao jornalista aumentar o valor da notícia no processo informativo. A televisão, ao mesmo tempo em que chama a atenção da audiência para as “cenas exclusivas”, abre o fluxo informativo que permite atingir o repertório mínimo de conhecimento desse receptor médio que consegue, assim, elaborar conexões entre

o *produto-oportunista* de um cinegrafista amador e o *produto-referencial* do cinegrafista profissional.

3.4.2 Primazia da escolha

Na esteira dessas observações, mais do que ingressar em um novo cenário de produção informativa, o jornalista traz para a si a responsabilidade da escolha, da hierarquização, da edição, da *construção-fim* de realidades coletadas pela audiência. Seja qual for o suporte, é a ele que a versão original dos acontecimentos convergirá. E é dele que se cobrará a *produção de sentido*. Sua capacidade em produzir um material sedutor, que envolva o receptor pelo afetivo, faz do jornalista um constante caçador de ocorrências que causem choque, escândalo ou provoquem calafrios.

Há em curso uma ruptura na forma de produção jornalística, em especial por demandas provocadas na internet, como veremos no próximo capítulo. Mas a primazia da função do *gatekeeper* se mantém a pleno em sites de informação de referência, em tevês, rádio e jornais possuidores de um sólido capital simbólico e um *contrato de leitura* a cumprir. Quanto mais aparelhada e produtiva estiver a audiência, mais o fluxo informativo - fato, enquadramento e circulação - dependerá do jornalista e tudo o que ele carrega de *constrangimento* de sua organização. Ou seja, “O poder do editor sobre o repórter, assim como o do diretor, realmente gera uma tendência na maneira de redigir as notícias.” (DARNTON, 1990:73)

Em tempos de desregulagem das tradicionais atividades profissionais e de cenários de emocionantes conflitos, como os que compõem a atual crise da política brasileira, Chapparro diz que caberá ao bom jornalismo estar sempre obrigado a atribuir valor aos fatos, um dever, aliás, segundo ele, que é, antes de tudo, aptidão:

[...] a noticiabilidade dos fatos não está no que eles são, mas no que valem. E não há como bem narrar sem a aptidão intelectual de assumir pontos de vista, a partir dos quais os fatos passam a significar algo e se tornam compreensíveis em sua complexidade. Como só há jornalismo onde há conflito, o exercício do dever e da aptidão de atribuir valor aos fatos pressupõe a capacidade de escolher com lucidez referenciais que funcionem, na linguagem do jornalismo, como fonte de critérios para a arte de narrar com veracidade e clareza. O ideal seria que o referencial preponderante fosse sempre o das razões éticas, relacionadas com princípios e valores convenientes à própria sociedade e ao rigor que socialmente se exige da linguagem jornalística” (CHAPARRO, 2005)

Paradoxalmente no período entre as duas ocorrências, 11 de setembro e Londres 2005, o número de pessoas leigas à tarefa de captação de imagens cresceu enormemente, tanto nos EUA quanto na Inglaterra. Após os atentados de Londres, as imagens produzidas por celular e que ganharam o mundo, também suscitaram discussões a respeito de sua produção.

A BBC questiona não a validade da imagem, mas a maneira como ela foi captada. Mesmo sendo de interesse do público, a situação apavorante a que as vítimas do atentado foram submetidas durante os momentos que se seguiram ainda dentro do túnel do metrô, o “jornalista cidadão” deveria engajar-se na ajuda aos mais necessitados e continuar seu registro? ⁴⁶

Ao mesmo tempo, percebemos que as grandes redes noticiosas estão dispostas a absorver tudo o que é produzido em situações-limite como esta. O que importa é a cena. A qualidade das imagens, dizem, o telespectador releva. No caso da BBC, seu site remete a uma empresa, a Scoopt, ⁴⁷ que incentiva a produção de fotos e vídeos que contenham esse teor de noticiabilidade: “Nossos fotógrafos podem ser amadores, mas nós somos os profissionais”, ⁴⁸ diz em seu slogan, mostrando que já uma mediação da mediação, ou seja, uma espécie de terceirização do trabalho de “balcão”, o filtro do filtro ou o “gatekeeper primeiro”, que seleciona as imagens melhores, as edita e as remete às mídias.

⁴⁶ Ver mais em <http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/4746633.stm>, acessado em 02/03/2006.

⁴⁷ Ver mais em <http://www.scoopt.com/>, acessado em 05/07/20065.

⁴⁸ Ver mais em <http://www.scoopt.com/default.asp>, acessado em 10/08/2005.

Ao ser informada do atentado, a rede BBC mobilizou suas equipes de reportagem para o local. Antes mesmo que ser feito qualquer registro, era transmitida para a rede da emissora a primeira foto após a explosão do ônibus de dois andares vinda de um transeunte portando um telefone celular com câmera de vídeo acoplada. No final do dia, o site da BBC Notícias tinha computado a remessa de cerca de mil fotografias e 20 vídeos de amadores. O editor Pete Clifton da BBC disse que as imagens do público foram veiculadas durante o dia do atentado, principalmente as que mostravam as cenas inusitadas de pânico, de dor e de ação dos envolvidos.

Brasil (2005) diz que “tanto os terroristas como os jornalistas estão descobrindo o verdadeiro poder das novas tecnologias como os celulares para explodir ou para mostrar a realidade”. Nesse contexto de um mundo de “cabeça para baixo”, também surge uma nova ferramenta poderosa para a cobertura jornalística e para o registro da história: os cameraphone, celulares com capacidade de gravar imagens e transmiti-las com grande resolução de imagem (7.1 mega pixels). Em meados de 2006, cerca de 80% da população no Reino Unido possuía celulares com câmeras de foto ou vídeo acopladas no aparelho.

No Brasil, a TV Alterosa, de Belo Horizonte, filiada ao SBT, experimenta essa prática desde 18 de abril de 2005, para o registro de acontecimento, só que operada por seus jornalistas. A emissora conquistou a primazia na divulgação de eventos de qualquer lugar de Minas Gerais, em um tempo médio de 15 minutos. Os *flashes*, com no máximo 30 segundos, são veiculados durante todo o dia, a qualquer momento, dependendo da urgência do fato.⁴⁹ A experiência da televisão mineira deve ser ampliada às outras emissoras do país, numa alteração ainda maior do conceito *tempo-espaço* proporcionado por esta tecnologia.

⁴⁹ Em julho de 2005, 15 equipes de jornalismo no Estado portavam um aparelho capaz de registrar imagens e transmitir via e-mail o material para a redação. O projeto, batizado "Repórter Celular", é uma parceria com a Telemig Celular, que forneceu o equipamento e dá suporte técnico. Ver mais em <http://www.alterosa.com.br/>, acessado em 28/10/2005.

Interessante observar que o uso da ferramenta de captação e interação rápida com o ambiente de produção faz dessa prática um elemento (novo e antigo) à reflexão ao associarmos à transmissão telegráfica das notícias, no século XIX. “Um modelo de como a escrita das notícias poderia ter-se alojado algures no inconsciente literário dos jornalistas e dos seus leitores”, como diz Schudson (apud,TRAQUINA:290) ao interpretar a evolução do relato das mensagens presidenciais ao Congresso, ao longo da história dos Estados Unidos. O uso dessas novas extensões, dá ao jornalista a capacidade de reduzir o tempo da produção - a partir da adoção do *lead* - e o espaço que o separa do acontecimento de seu habitat de trabalho, seu abrigo seguro de produção.

Sua *experiência*, por outro lado, é cada vez mais necessária para a operação desse sistema, que o encaixa numa lógica narrativa, na qual tem de conjugar objetividade, precisão, síntese, velocidade, equilíbrio emocional e lucidez como no final dos anos do século XIX, quando o *lead* e a pirâmide invertida passaram a se constituir em estratégias de interpretar discursos políticos e atender aos *constrangimentos* próprios da comunicação telegráfica da época.

Hoje, ao colocar em suas mãos um aparato técnico que lhe dá a possibilidade de montar uma história e a repassá-la em minutos à audiência sem ao menos sair do lugar do fato, a mídia igualmente exerce tal *constrangimento* sobre a zona do *fazer*, exigindo dele um personagem híbrido, um duplo: radialista e “telejornalista”, mantendo, obviamente, o status de intérprete.

3.5 Nem tudo que reluz e midiaticável

A presença do cinegrafista amador no processo de produção telejornalística, altamente profissionalizado, faz dele uma das peças que compõem a máquina de *ver o mundo*. De

certa forma, colabora para tensionamentos na relação de subsistemas (BRAGA, 2005:3)⁵⁰ de *mídia-recepção*. O que é produto de interesse do público pode, em grande parte, não corresponder ao que o meio considera como noticiável, justamente pelo teor imensurável que o produto amador carrega. A “dúvida cruel” desafia o produtor, que precisa definir se faz circular ou não aquela informação; se o que está em suas mãos é um fato marcado – um acontecimento jornalístico, portanto, mais determinado para o sistema da informação pública do que outros existentes⁵¹ (SODRÉ; PAIVA, 2005).

Ao ser posto em circulação pelo meio, o produto é consumido pela audiência como algo relevante, provavelmente, pelo fato desta ser chamada, pelo enunciador, a vê-lo como um flagrante, como imagens exclusivas. O produto é assinalado como “sigiloso” todas as vezes que seu autor é nomeado cinegrafista amador, estratégia típica do jornalismo, que resguarda legalmente a fonte.

Nos Estados Unidos, por exemplo, esta condição de proteção está implícita no teor da Primeira Emenda da Constituição, que encabeçou a Carta de Direitos de 1791 e que faz referência à liberdade de imprensa⁵². Por isso que é natural uma empresa de comunicação esteja unida de poder pois, na tradição liberal, a mídia, na forma original de imprensa, ou

⁵⁰ Subsistema = “recepção” ou “produção”. José Luiz Braga trata especificamente dessas conceituações em sua pesquisa “**A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica mediática**”, mimeo, Unisinos (PPG-Com), agosto, 2005.

⁵¹ Para Sodré e Paiva, acontecimento jornalístico é um fato marcado, portanto, mais determinado para o sistema da informação pública do que outros existentes, tidos como não-marcados para a formação de um conhecimento sobre a cotidianidade urbana. A marcação define a noticiabilidade de um fato por critérios, concebidos como valores adequados ao acontecimento: os *valores-notícia* (*news values*). Wolf afirma que “a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos informativos enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de um entre número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias.” (WOLF, 1999:190). Na prática rotineira do jornalismo, destacam-se como valores-notícia a novidade, a imprevisibilidade, o peso social, a proximidade geográfica do fato, a hierarquia social dos personagens implicados, a quantidade de pessoas e lugares envolvidos, o provável impacto sobre o público-leitor e as perspectivas de evolução do acontecimento.

⁵² “Congresso não legislará no sentido de estabelecer uma religião, ou proibindo o livre exercício dos cultos; ou cerceando a liberdade de palavra, ou de imprensa, ou o direito do povo de se reunir pacificamente, e de dirigir ao Governo petições para a reparação de seus agravos”.

jornalismo, foi revestida de uma espécie de mandato público, como este concentrado na carta magna norte-americana (RAMOS *In* BRITTOS e BOLAÑO, 2005: 65).

Mesmo que esteja garantido o anonimato da fonte, o sentido de anonimato tem revertido contra os próprios meios, em especial, os impressos. Ou seja, dar nome às fontes, de certa forma, fundamenta as informações; nomear a autoria dos dados seria uma suposta exigência do leitor.

Sabe-se, entretanto, que dar a conhecer publicamente o autor de uma informação tem obrigado as empresas a cuidados redobrados para não, mais adiante, terem de se explicar judicialmente. A alegação está num leitor mais atento, organizado e apto a contrapor ao que vê. É um consumidor que investe em um sujeito de significação (mídias em geral) e exige fontes credíveis.

É possível refletirmos sobre esta questão: o jornal e a revista são suportes que circulam com mais lentidão sob a mirada dos leitores. A notícia pode ser lida, relida e comentada; recortada, analisada e contra-argumentada. No caso do telejornal, por mais enfática que seja, a velocidade com que percorre o espaço do leitor inibe, de certa forma, sua reação. Só mesmo a parcela de uma audiência cognitivamente preparada e organizada pode, especializadamente, confrontar dados e identificar possíveis contravenções por detrás da notícia.

Brittos e Bolaño (2005), ao fazerem referência ao avanço tecnológico no âmbito da televisão, afirmam que os últimos anos registraram a ampliação de canais “por conta das modalidades por assinatura, de emissoras abertas, com base em variadas soluções tecnológicas (via satélite ou internet) e do uso, de forma mais ampla, dos canais de 14 a 69 da televisão convencional” (BRITTOS E BOLAÑO, 2005: 14). A plataforma tecnológica convergente – TV digital, segundo eles –, “apresenta também um potencial de democratização da comunicação,

podendo participar intensamente [...] na inclusão digital” (BRITTOS E BOLAÑO, 2005:14). Alertam, entretanto, que a capacidade dessa inclusão a ser proporcionada dependerá de políticas públicas. Afinal, segundo os autores, “a tendência natural da comunicação, se deixada ao sabor das forças de mercado, é a concentração do poder e a exclusão”. E afirmam que cabe à sociedade civil e à Academia o papel de crítica e defesa dos interesses democráticos:

É preciso pensar políticas públicas de comunicação e a inclusão digital como partes de um projeto maior de inclusão social e de expansão da cidadania, visando a construção de uma sociedade mais justa. (BRITTOS E BOLAÑO, 2005:14)

Enquanto críticas e defensoras dos interesses democráticos, como sugerem Brittos e Bolaño, ações são empreendidas em muitas instituições de ensino, mas uma, em especial, chama-nos a atenção por estar – numa visão geopolítica – na parte baixa do Continente Americano. Desde fevereiro de 2000, a Universidad de la Sabana de Bogotá conta com Diplomado de periodismo cívico. Entre seus objetivos está o de aproveitar o importante papel de mediadores e formadores que têm os meios de comunicação nos diferentes processos do país, para impulsionar os cidadãos a serem mais participativos (HERNÁNDEZ, 2000: 46).

Com uma base teórica suportada sobre experiências norte-americanas e colombianas, o Diplomado propõe que cada estudante desenhe seu próprio projeto de jornalismo cívico, de modo que o melhor seja impulsionado pelo diário *El Tiempo*. A ação mobilizou o periódico a ir além do espaço destinado à “carta do leitor”. Criou-se um espaço de participação cidadã. É um exemplo latino-americano que vai ao encontro da sugestão apontada por Brittos e Bolaño, na medida em que sociedade civil e Academia unem-se no papel de crítica e defesa dos interesses democráticos.

O envolvimento acadêmico no processo de entendimento das políticas públicas de comunicação e a constante crítica às práticas de produção da informação levam, mimeti-

camente, o necessário conhecimento à sociedade e, por conseqüência, a uma postura intelectualmente privilegiada diante da oferta dos produtos midiáticos e das decisões de governos sobre os rumos das tecnologias da comunicação. Dessa forma, à experiência de Bogotá agrupam-se esforços, como investigações promovidas por outras universidades e centros de estudos, até atividades empreendidas por organizações não governamentais. São desenvolvimentos ao longo dos últimos anos no campo da participação social, que estimulam a proposições objetivas de disseminar a informação a partir de processos e meios de comunicação. Tomando por base os três pilares – *educação, participação e informação* –, uma sociedade bem informada, com aceitáveis índices de conhecimento, estará em melhores condições para tomar parte ativa em foros deliberativos, de onde se tomam as decisões que afetam a todos (HERNANDEZ, 2000:62).

O telejornalismo – e suas práticas – pode propiciar que esta tríplice relação seja uma realidade em contextos locais e regionais onde exerçam sua influência. Os planos educativos, nessa linha, devem estender-se, segundo Hernandez (2000), aos líderes locais, educadores e organizações civis. Assim, se privilegia o conceito de informação, diz ele, como um bem e serviço públicos. Na Academia, em especial, mais que especializar pessoas em uma arte ou um ofício determinados, deve-se “formar cidadãos responsáveis que dão importância a seu papel dentro de uma sociedade fundada na democracia. E essa sociedade, a nossa, pede-nos aos gritos” (PEGANOS, 2000:67).

Para além de outras atividades profissionais que exigem hoje formação acadêmica, a de jornalista leva implícito um imenso compromisso com a sociedade, a quem deve manter não só bem informada, senão responsabilmente bem informada. Desta maneira, o jornalista, com amplos conhecimentos sobre o desenvolvimento de sua profissão e, sobretudo, cidadão conhecedor da realidade social e das necessidades da comunidade em que habita, deve, em suma, valer-se de sua atividade para satisfazê-la.

Jornalismo participativo pode ser entendido como o ato de um cidadão ou grupo participar ativamente no processo de busca, análise, produção e disseminação de notícias e informações.

Dan Gillmor⁵³

4 PERDAS E GANHOS DE UMA SOCIEDADE PARTICIPATIVA

No foco da compreensão dos movimentos que se dão de fora para dentro no processo da construção da notícia telejornalística, tratamos nesta parte de um cidadão participativo, um sujeito social ainda em formação, que busca nos suportes comunicacionais capturar aquilo que vê e a partir daquilo que experiência gera produtos com valor-notícia. Na condição de leitor dessas produções, podemos afirmar de antemão que tais produtos midiáticos indicam um “cidadão participativo” pouco preocupado em modificar, primeiro, o conceito hegemônico de um *fazer jornalístico* oferecido pelos grandes meios; segundo, o “espaço sagrado” da produção informativo-jornalística.

O entendimento dessa relação privilegiada da opinião pública⁵⁴ com o campo das mídias confere, inicialmente, uma dimensão ético-moral prioritária e uma posição nuclear no mundo de hoje (ESTEVES, 2003). A realidade social entendida por “público” concretiza-se na seqüência do desenvolvimento de correntes de opinião.

O público promove a convicção partilhada de uma mesma idéia ou vontade por parte de um grande número de pessoas. A mediatização desta realidade social decorre do facto de a sua constituição não exigir a proximidade física das pessoas, dispensam a presença directa dos membros do público perante os outros (ESTEVES, 2003:187).

⁵³ GILLMOR, Dan. **We the media**. *Grassroots journalism by the people, for the people*. CA, USA: O'Reilly Media, Inc., 2004. Disponível em: <<http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/>> . Acessado em 16.11.2006.

⁵⁴ Para desenvolver a compreensão do campo das mídias, Esteves desenvolve uma análise genealógica da opinião pública, partindo da sua constituição no pensamento moderno e acompanhando o seu desenvolvimento segundo duas vertentes complementares: a opinião pública como prática comunicacional e com um caráter ético-moral e a transformação da opinião pública com o desenvolvimento da modernidade e a sua relação privilegiada a partir de determinado momento, com o campo dos mídias.

A experiência do público constitui-se após a experiência prévia de uma certa forma de influência recíproca e imediata, estabelecida em contatos sociais intensos. Idéia essa referida por Tarde (1986) ao defender que, na gênese dos públicos modernos, encontra-se a experiência anterior de uma vida intensa, promovida pelo urbanismo, com a grande aproximação dos indivíduos que, sob a ação do olhar recíproco, estabelecem entre si uma influência mútua e extremamente poderosa.

Apenas depois de haver, durante anos, sofrido e exercido esta ação impressionante do olhar, nos convertemos em culpados e nos sentimos impressionados mesmo pelo pensamento do olhar do outro, pela idéia de que somos objecto da atenção das pessoas que estão distantes de nós” (TARDE, 1986:45-46)

4.1 Mediação simbólica distantemente próxima

O surgimento de uma coletividade “puramente espiritual”, uma dispersão de indivíduos fisicamente separados e entre os quais existe uma coesão apenas mental, segundo Esteves, só foi possível com a invenção da imprensa, no século XVI, e os seus importantes desenvolvimentos nos séculos seguintes. Para a compreensão desse grande movimento de transformação sociocultural, Esteves começa pelo entendimento de “mediação simbólica”, levada a cabo pelo público:

Trata-se de uma mediação simbólica que não se restringe ao agrupamento virtual de um grande número de agentes sociais [...]. A mediação simbólica que se observa no interior do próprio público é já constituída a partir de outra, prévia e mais fundamental: a *mediação entre público e privado*, [...] relação [...] que está na origem de toda uma série de outras mediações simbólicas em torno das quais se formam as diferentes funções sociais do público moderno, constituindo simultaneamente o principal traço distintivo deste mesmo público e a sua expressão simbólica característica – a Opinião Pública (ESTEVES, 2003:189).

Nessa forma de conceber o público⁵⁵, no mundo moderno, a diferenciação destes dois domínios da experiência tem por pressuposto a sua articulação. Na relação com o pri-

⁵⁵ Na Antigüidade grega, o público e o privado se apresentavam em direção de oposição. Ou seja, “espaço público” tinha como equivalente no mundo helênico a praça pública/*ágora*, onde os cidadãos reuniam-se para discutir assuntos relativos à sua cidade.

vado, Esteves (2003) diz que se encontra a liberdade “individualista” e essencialmente privada”. Afirmar que o espaço público moderno apenas atingiu sua forma definitiva e consagração quando as pessoas privadas, reunidas nos salões, nos cafés e nos clubes, formaram as suas primeiras “esferas públicas” burguesas para trocarem experiências.

Sob a forma e com a força própria da crítica, a autonomia privada da consciência assume-se então como núcleo duro do espaço público, que se contrapõe à formação histórica sua imediata antecessora: o “domínio público”, representado pelo Estado e no qual predominava a lógica da dominação (da Razão de Estado e do Segredo de Estado). [...] Temos, assim, o público da modernidade projectado numa dupla relação com o privado: em contraposição e em estreita articulação. [...] É esta esfera privada da experiência que o espaço público se propõe mediar, com vistas ao seu fortalecimento interno, isto é, criando condições para a subjectividade se exercitar, para que os indivíduos se possam exprimir e comunicar entre si. (ESTEVEVES, 2003:191-193)

A mediação simbólica, assim, confere aos públicos as suas principais características e projeta toda a sua importância social. Mediação simbólica, de cuja gênese surgiu a liberdade individual, tem um efeito retroativo e, conforme diz Suess (2002), se projeta na consciência humana sobre a fase anterior da evolução, como se não tivesse mais natureza ou programação biológica no agir cultural.

Em consequência disso, o pensamento moderno colocou a cultura em contraste com a natureza. A humanidade procurou progressivamente livrar-se da dominação da natureza, aumentando, reforça Suess (2002), a distância entre natureza e cultura pela língua, ao nomear objetos, distanciando-se deles; pela religião, tratando da questão da vida após a morte natural; e pela técnica, atendendo, em parte, à questão da imprevisibilidade e da dependência da natureza.

A mediação é um elemento incontornável na formação das culturas, na socialização e na constituição das personalidades, no interior do qual a produção simbólica, nomeadamente aquela levada a efeito pela indústria cultural e mediática, tem um papel de importância cres-

cente, pois a “modulação das consciências individuais” é resultado da mediação simbólica pelos meios de comunicação. (CORREIA, 2005)

Esse sujeito que se expõe aos meios, deixando-os atingi-lo e deles apreendendo suas estratégias de entendimento de “valor” e de técnicas próprias das práticas telejornalísticas, deve estar ciente do valor da informação ou, antes disso, compreender que a informação o referencia ao seu destino, enquanto elemento organizador. Poderíamos pensar esta questão ao buscar compreender uma de suas matrizes localizadas na cavidade tecnológica, de onde nascem aquilo que os norte-americanos denominam de fontes empoderadas por conhecimentos apreendidos das mídias, aliados à facilidade de acesso a um conjunto de instrumentais flexíveis de captação audiovisual.

Os meios se mobilizam para recriar/reposicionar linguagens, criar regras de funcionamento para a esfera pública, dando visibilidade a esses produtos, alargando espaços de representação, buscando, enquanto instituições de faturamento econômico, fôlego para superar, por ora, o interesse crescente pela rede de informação. Todas as mídias querem “mentes e corações” de suas audiências, mas sabem que dois movimentos são necessários para isso: um aponta para o moderno, inovador; o outro, força a preservação de uma identidade já consolidada. Nomeadamente, televisão e internet disputam rapidamente espaços de aceitação e de participação. Sabem, entretanto, que para serem lidos e entendidos é condição que a audiência não apenas tenha acesso aos bens disponibilizados, mas que esteja informada e compreende o momento histórico pelo qual passa.

4.2 A informação se faz conhecimento

É necessário pensar informação como condição ao conhecimento. Barreto (2001) usa o termo informação como um “instrumento modificador da consciência do homem”:

As configurações, que relacionam a informação com a geração de conhecimento, são as que melhor explicam a sua natureza, em que termos finalistas, pois são associadas ao desenvolvimento do indivíduo e a sua liberdade para decidir sozinho. A informação, quando adequadamente assimilada, produz conhecimento, modifica o estoque mental de saber do indivíduo e traz benefícios para seu desenvolvimento e para o bem estar da sociedade em que ele vive. (BARRETO, 2001:V2/n4)

O autor afirma que a criação da informação pelo emissor é algo desconhecido e ainda pouco estudado. Representa uma “transmutação”⁵⁶. É a conversão de uma condição privada do agente criador para um conjunto simbolicamente significativo para um ambiente público, uma coletividade. Barreto (2001) diz que nos extremos do fluxo, podemos definir dois momentos: o da *criação* e o da *assimilação* da informação:

Acontecem e traduzem um desenrolar ritualístico; fazem parte da essência mais rara e surpreendente da transferência da informação: a (in)tenção da passagem e a solidão fundamental. O ritual de passagem de uma estrutura de informação do seu agente emissor para o receptor, que para o linguísta e para o comunicador pode parecer tecnicamente coerente e facilmente explicável – em termos existenciais é um acontecimento admirável, pois se relaciona, tanto com uma intenção de passagem, quanto com a solidão fundamental de todo ser humano. (BARRETO, 2001:V2/n4)

Barreto (2001) examina a geração da informação.⁵⁷ Segundo ele, “a transmutação de uma experiência, um fato, uma idéia, do estágio de criação: pensamento na mente do autor para a sua codificação como uma inscrição em uma estrutura de informação”. (BARRETO, 2001: V2/n4) Experiência, definida como introdução dinâmica do conhecimento assimilado na realidade do receptor, caracterizada ou como uma ação social, política, econômica ou técnica. Representa um conjunto de atos voluntários pelo qual, afirma Barreto (2001), o indivíduo se re-elabora e tenta modificar o seu mundo.

⁵⁶ Barreto entende “transmutação” por converter, alterar; transformar: é mais que uma transferência da informação. Para ele, a “transferência” tem uma conotação de passagem, deslocamento. Já a transmutação se coloca como “formação de uma nova espécie por meio de mutações”, pode ser vista como “um deslocamento com uma reconstrução de estruturas significantes”; uma “transformação, mediante uma reação de mudança de uma estrutura em outra estrutura”.

⁵⁷ O autor estuda o texto enquanto uma “estrutura de informação”. Para ele, a literatura sustenta a pretensão de ser o texto “um transmutar do pensar”.

Tal reflexão nos remete àquilo que ele propõe como intencionalidade, conceito que podemos tomar a liberdade de deslocá-lo para o tempo de produção da informação no âmbito dos meios. A intencionalidade é o momento do emissor elaborar sua mensagem, direcionando-a, arbitrária, para atingir o seu destino. E este “direcionamento intenso” que o autor refere é o que produz tensão, criada pela interação de competências distintas existentes nos diferentes mundos:

O mundo do emissor da mensagem e o mundo de referências do receptor da informação, habitando sua realidade de convivência e para onde o conhecimento se destina. A intenção de passagem existe nas duas etapas extremas do fluxo: a da criação da informação e o da sua assimilação. (BARRETO, 2001: V2/n4)

Quem emite e quem recebe a informação passa por um momento da “solidão fundamental” de todo ser humano, argumenta ele, parafraseando Ricoeur (1976). O ser humano quer expressar a condição do sujeito em relação a sua experiência vivenciada. Barreto (2001) vai além, afirmando:

Quando vivo minha vida pensante, que é o local onde projeto a criação da informação, antes de codificá-la, isto acontece na minha mais recôndita privacidade. Esta é a solidão fundamental de todos aqueles que criam uma informação. Pois é através da informação produzida, com a ajuda de um sistema de signos, que o homem procura relatar sua experiência vivenciada para outras pessoas; disseminar a outros a experiência que foi experimentada só por ele; pois aconteceu no âmago da sua condição subjetiva de privacidade e que, por força de sua vontade, vai deslocar-se para a esfera pública de uma significação, que se deseja, seja coletiva. (BARRETO, 2001: V2/n4)

O ato de conhecimento associado ao conteúdo simbólico de uma estrutura de informação é, para ele, uma cerimônia com ritos próprios, uma passagem simbólica, mediada por uma condição de solidão fundamental tanto para o emissor quanto para o receptor da informação. É uma cerimônia que acontece solene, em mundos diferentes: emissor, receptor:

Como no mito de Orfeu, a informação em seus momentos de passagem é cidadã de dois mundos, com desejo de direção, mas carregando uma enorme tensão no ritual de passagem. Assim, também, nos momentos de passagem o fenômeno da informação apresenta sua característica mais bela, pois

transcende ali a solidão fundamental de todo ser humano: o pensamento se faz informação e a informação se faz conhecimento. (BARRETO, 2001: V2/n4)

4.3 De volta à tecnologia e as mudanças no telejornalismo

Não se trabalha mais com os dados do passado quando o interesse é entender o presente e o futuro próximo. McQuail (2003) afirma que a teoria relacionada com a comunicação de massa tem que ser continuamente reavaliada à luz das novas tecnologias e das suas aplicações:

[...] Reconhecemos a chegada de novos tipos de mídia que alargaram e mudaram o espectro das possibilidades sociotecnológicas da comunicação pública. Nenhuma transformação aconteceu ainda, e é muito cedo para prever quão depressa e quão longe irá o processo de mudança. Mesmo assim, é importante antecipar esta possibilidade e examinar as implicações que já emergiram para as questões-chave da sociedade e da cultura. (MCQUAIL, 2003:110)

Falar das alterações que afetam a relação televisão-espectador é tratar antes de mais nada daquilo que Traquina (2001) chama de teoria democrática, ou seja, confere ao jornalista o papel que lhe cabe no cotidiano de uma produção noticiosa.

Acho que já isso seria uma grande conquista. Portanto, a teoria democrática define certos papéis para o jornalista, para o jornalismo; se conseguirmos preencher esses papéis estaremos no bom caminho. O jornalismo deve dar aos cidadãos as informações que são úteis, que são necessárias para que eles possam cumprir os seus papéis de pessoas interessadas na vida social, na governação do país etc. (QUIROGA, 2003)⁵⁸

Traquina (2001) afirma que o papel dado ao jornalismo é o de fornecer às pessoas as informações necessárias para que elas possam cumprir os seus papéis como cidadãos e que a teoria democrática propõe ainda outro papel do jornalismo:

Ser “watchdog” (guarda-cão) da sociedade, proteger os cidadãos contra os abusos do poder. Penso que esse seja um papel importante também para os meios de comunicação social em geral, não especificamente o jornalismo; eles devem ser um espaço, segundo a teoria democrática, para a exposição de diferentes posições sobre diferentes matérias. Ser um mercado de idéias.

⁵⁸ Entrevista concedida a Antonio Quiroga, professor e coordenador licenciado do Curso de Comunicação Social da Universidade Veiga de Almeida-RJ. (Fonte: Frente Nacional pela Democratização das Comunicações, 22/5/2003)

Por exemplo, os jornais poderão ter páginas de opinião onde diversos membros da sociedade possam expor seus pontos de vista, mesmo que esses pontos de vista sejam minoritários. Enfim, o jornalismo tem um papel fundamental na manutenção das democracias. (TRAQUINA, 2001)

Sobre o encanto de muitos pela tecnologia e o apelo que ela carrega no sentido de pedir mudanças nos desafios destinados aos profissionais da área, Traquina mantém-se na retaguarda. Afirma que os desafios permanecem os mesmos de sempre:

O jornalismo é uma profissão muito difícil; é um desafio ser jornalista, tentar corresponder às expectativas que o jornalismo deve preencher. Isso não mudou só porque em termos técnicos estamos em um novo século. Agora, evidentemente, o fato é que o jornalismo é cada vez mais difícil. Até porque a tirania do fator tempo está a se sentir de uma maneira ainda mais atuante, digamos assim, hoje em dia do que no passado, precisamente devido aos avanços tecnológicos. Portanto, é cada vez mais um desafio ser jornalista. (TRAQUINA, 2001)

Mesmo com a internet, os espaços de informação para as massas se mantêm dentro de uma rotina pré-estabelecida. Bourdieu (1997) afirma que o mundo do jornalismo é um microcosmo que tem leis próprias, constituindo-se por meio de uma lógica específica, propriamente cultural, que se impõe aos jornalistas através das restrições e dos controles cruzados que eles impõem uns aos outros.

Ser um campo de forças – onde há dominantes e dominados, lutas constantes para transformar ou conservar esse campo – tanto como o alto grau de consonância entre os jornalistas quanto aos valores informativos (o modo como são selecionadas as notícias), compõem as características básicas desse mundo de “construções de realidades” que compõe o telejornalismo.

O alargamento do acesso à internet pela sociedade mostra-se por variadas razões uma panacéia. Como dissemos no acesso desta quarta parte, tal acesso ainda não garante a quebra dessa lógica jornalística. Pesquisas feitas em zonas periféricas e excluídas do mundo digital

apontam para uma percepção instigante.⁵⁹ Para os novos internautas e velhos excluídos do acesso à cultura de elite, a rede chega trazendo-lhes a possibilidade de navegar por uma rede de *onipotência* (*tudo o que você quer, tudo o que você precisa, tudo o que procurar, qualquer coisa você acha*).

Para além dessas possibilidades, junta-se a obtenção de algum *empowerment* (pois “tudo está ali na sua mão”). Tais observações, segundo indica Becker (2004), mostram que os usuários valorizam não apenas o conteúdo disponibilizado, mas as diferenças deste *medium* em relação aos demais. Por outro lado, que espaços noticiosos são esses?

Ao seguir em busca de uma agenda confiável e baseada em suas experiências, os novos e velhos internautas não têm muito a escolher. Todos os meios de comunicação empregam os mesmos critérios de seleção. Através da pesquisa de Becker (2004), o material jornalístico buscado pelas populações periféricas obedece a dois critérios de seleção que se combinam: 1) preenchimento do espaço/tempo dos noticiários prioritariamente com assuntos pertinentes a pessoas da elite; 2) valorização das notícias negativas (“As más notícias são boas notícias”), sendo que estas, não por mera coincidência, são bastante encontradas entre os moradores de periferia.

4.3.1 Jornalismo cívico: chamamento à crítica do *fazer*

Há uma lógica semelhante no processo de escolha de quem vê e de quem emite. São critérios de seleção que, grosso modo, refletem uma cultura televisual que supervaloriza a

⁵⁹ BECKER, Maria Lúcia. **Inclusão digital e jornalismo:** novos leitores, novas dificuldades e desafios na relação com a notícia e a forma de noticiar. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. A autora trata dos resultados de pesquisa realizada junto a usuários de postos de acesso público e gratuito à internet nas cidades de Curitiba e São Paulo, investigando a relação destes moradores de periferia com a notícia *on-line*.

máxima: “notícia boa não vende” ou “quanto pior, melhor”. Na busca dessa interação entre a sociedade e a mídia, ou o entendimento da participação cada vez maior do cidadão na oferta de insumos à produção telejornalística, ressurgiu com certo vigor o conceito de jornalismo cívico, tratado por Traquina (2001). Não se trata de um outro tipo de jornalismo:

É uma chamada aos jornalistas para o fato de que os seus leitores, ou telespectadores, são em primeiro lugar cidadãos e só em segundo lugar consumidores. Portanto, não é um outro tipo de jornalismo, mas sim criticar o tipo de jornalismo que se está a fazer hoje em dia onde, devido a diversas razões e fenômenos, cada vez mais o importante passa a ser ter vendas e audiência. Ou seja, encarar o leitor/telespectador como um consumidor, esquecendo que ele é cidadão. (TRAQUINA, 2001)

Traquina diz que o cidadão deve receber informações sobre as questões importantes de forma a ser um cidadão por completo. O pesquisador faz um contraponto com o conceito de *fait diver*, que ignora de certa forma o papel do leitor como cidadão. Para ele, é nesse ponto que reside a crítica fundamental do jornalismo cívico.

É uma chamada de atenção a todos os jornalistas, e talvez possamos incluir os empresários do jornalismo também, os donos de empresas jornalísticas, para o fato do jornalismo não ser igual a um sapato à venda, por exemplo; que existem responsabilidades sociais. (TRAQUINA, 2001)

O jornalismo cívico é para o pesador um movimento que condena, critica, certo caminho; não que seja novo (esse caminho); o jornalismo sempre foi um negócio, mas devido a certos fatores, sente que estava esquecido e que o leitor deve ser em primeiro lugar um cidadão. Traquina (2001) afirma que o jornalismo cívico empreende uma segunda chamada:

Que os jornalistas devem se ocupar com as preocupações dos cidadãos. Não esquecer as questões dos cidadãos, dos públicos, e não dar atenção quase obsessiva às posições das fontes habituais de notícias. É neste sentido que o jornalismo cívico nasce de uma profunda insatisfação, digamos assim, com a cobertura eleitoral de uma campanha presidencial norte-americana. (TRAQUINA, 2001)

O jornalismo cívico não renega auscultar os líderes políticos, mas, segundo Traquina (2001), não é possível esquecer as preocupações dos cidadãos.

E faz uma crítica:

Parece que os jornalistas só dão importância ao que o presidente diz, ao que um líder político diz, e esquecem por completo que há cidadãos, leitores, e que esses leitores têm uma agenda. Qual é a agenda desses cidadãos... E não só qual é a agenda do líder político. O movimento quer que os jornalistas fiquem ligados aos leitores, não apenas às fontes oficiais de informação. O jornalismo é uma rotina, é normal haver fontes com mais acesso ao campo jornalístico do que outras; o jornalismo cívico é então uma crítica a certas práticas que fazem com que os jornalistas apenas se preocupem com o que as fontes habituais dizem e esqueçam das questões do público, dos leitores. Assim, as empresas jornalísticas devem conhecer esses problemas e depois colocar na agenda informações sobre essas mesmas preocupações do cidadão (TRAQUINA, 2001).

A expressão “jornalismo cívico”, conforme Castilhos (1997), surgiu por volta de 1990, logo acompanhada por outras como "jornalismo de interesse público", ou ainda "jornalismo de contato com a comunidade".

Segundo ele:

Apesar da falta de acordo sobre o rótulo, os adeptos da nova tendência estavam de acordo no essencial: os jornais devem retomar o contato com a comunidade, descobrindo o que os leitores querem e abrindo espaço para discussão dos temas de interesse público (CASTILHOS, 1997).

As bases teóricas da proposta estimularam a troca de idéias e desenvolveram projetos concretos sobre *jornalismo de interesse público*. Castilhos (1997) conta que foram financiadas pesquisas de opinião entre leitores para detectar sua agenda de preocupações, estimulando os jornais, principalmente os regionais, a elaborarem políticas editoriais baseadas nos resultados das pesquisas. Jornais, rádios e emissoras de televisão locais aproveitaram-se da apatia dos leitores às vésperas das eleições de 1992 para propor uma nova agenda jornalística. A abordagem teria como pano de fundo as questões trazidas pelos cidadãos comuns, em sua maioria profundamente decepcionados com a performance das autoridades eleitas e preocupados com problemas como segurança pública, desemprego, saúde, educação e aposentadorias.

Jornais como o *Orange County Register*, *St Petersburg Times*, o *Boston Globe* e o *Seattle Times* procuraram acordos com emissoras de TV para aumentar o alcance e a participação popular. A rápida multiplicação de iniciativas locais e a aceitação imediata, aprofunda Castilhos (1997), geraram uma grande discussão entre jornalistas:

A experiência do jornalismo de interesse público acabou tocando na questão da independência e isenção dos profissionais, um dos pontos mais sensíveis na ideologia da imprensa norte-americana. O debate pulou rapidamente para as páginas de opinião de grandes jornais, como o *Los Angeles Times*, *The Washington Post* e *New York Times*. Também acabou envolvendo respeitadíssimos centros de estudos da mídia como a *Fundação Neuman*, da Universidade Harvard, o *Freedom Forum Media Studies Center* e a famosa escola de jornalismo da Universidade de Columbia, em Nova Iorque. (CASTILHOS, 1997)

O jornalismo cívico passava, dessa forma, a ser alvo de críticas que tinham em seu argumento o abandono da isenção e distância em relação aos processos políticos, principalmente o eleitoral, para adotar a postura de *participante*, criando agenda e orientando a discussão. Castilhos (1997) explica que o bate-boca entre jornalistas norte-americanos ganhou ares passionais durante as eleições legislativas de 1994.

O ponto da discórdia foi a decisão da maioria dos jornais envolvidos no projeto de jornalismo público de inverter a lógica tradicional em campanhas eleitorais nos Estados Unidos. Eles passaram a centrar sua cobertura eleitoral nos eleitores e não nos candidatos. O referencial básico passou a ser a agenda dos leitores e não a plataforma apresentada pelos interessados em concorrer a cargos públicos. (CASTILHOS, 1997)

4.3.2 Jornalismo participativo: chamamento ao fazer

O jornalismo participativo se expressa a partir dos interesses social e coletivo e pela confluência de meios e tecnologias que permitem a praticamente qualquer indivíduo registrar eventos por meio de voz, imagens, dados e textos e transmitir esse conteúdo em formatos apropriados para a comunicação de massa.

De outra forma, ao pensarmos na perspectiva dos estudos que tratam participação do leitor não apenas como co-autor de uma mediação, mas um ser ativo, um agente de ação, um integrante do jornalismo cidadão, podemos afirmar que tal política no Brasil ainda é restrita a algumas ações mercadológicas.

Nas empresas telejornalísticas, o chamamento do leitor à participação da produção da notícia está restrita a promoções intermitentes. Ou seja, de antemão podemos constatar que se trata de uma ação altamente controlada pelos meios. Por sua natureza visual, casos de recriação de planos, cenas, edições *in loco* durante a coleta de dados, parecem dar ao meio televisivo essa *permissão* à invenção, a uma pitada de teledramaturgia. Penetra na quase totalidade dos lares e vende, cotidianamente, um mundo construído, realidade, aliás, fabricada por nós mesmos se pensarmos o sistema de comunicação e suas mediações (do emissor ao receptor); ou, ainda, uma realidade vertida para a linguagem do meio que a veicula.

A internet, que nos Estados Unidos tem grande parcela nesta nova concepção de jornalismo social, no Brasil pouco ou nada tem de vultoso, para serem caracterizados como “alternativos à grande mídia” ou “contra-hegemônicos”, como ocorre em países desenvolvidos. Neles os internautas se agrupam e gradualmente rompem espaços de *tematização* vertical promovidos pelos grandes grupos corporativos da comunicação, possibilitando, aí sim, um cenário informacional *sui generis* e de forte agendamento dos meios, carente de um norte que mostre a eles a saída para a queda de leitores e telespectadores.

O desinteresse dos mais jovens e a concorrência com a internet são os principais motivos para a queda de audiência de mídias como os jornais. Aliás, são os que mais sentem a retração e os que têm aberto generosos espaços ao diálogo com os leitores, permitindo a participação do processo de criação da redação, através justamente de seus produtos on-line. Reportagem publicada na edição de 4 de julho de 2004 do *The New York Times*, revela diferentes

experiências. A publicação apresenta o site *Backfence.com*, do estado da Virgínia, em que todo o conteúdo é produzido pelos leitores, sem edição posterior. No Colorado, *The Rocky Mountains News* criou o site comunitário *YourTub.com*, alimentado, em parte, por conteúdo dos usuários.

4.3.2.1 Muda a relação do espectador com a imagem

Mas é o site de vídeos *YouTube* que transformou a relação do espectador com o mundo da imagem. Para a revista *Veja* (2006:1973), maior publicação impressa do gênero no País, trata-se de uma revolução que marca o fim da televisão como se conhece:

De 2,5 milhões de visitantes mensais há cerca de um ano, sua audiência pulou para quase 50 milhões em julho passado (2006). O que ele oferece? Clipes de no máximo doze minutos, que os próprios usuários acrescentam ao acervo, a respeito de quaisquer assuntos. Lá estão filmagens históricas, trechos de seriados ou novelas, vídeos independentes, cenas caseiras de um bebê sorrindo ou de bichinhos de estimação. Qual a graça? A primeira é a de que 100 milhões desses clipes são baixados diariamente por usuários de todas as partes do mundo. A segunda é a de que o YouTube significa que embrionariamente o YouTube e seus concorrentes estão reinventando a maneira como as pessoas vêem televisão. (2006, ed.1973)

O fenômeno comunicacional coincide, compara *Veja*, com a corrida ao vídeo na rede.

Baseada no mercado consumidor, a publicação aponta que a veiculação de imagens na internet deve aumentar dez vezes no mundo até 2010.

Potências do ramo como a Microsoft de Bill Gates, o Google e o Yahoo! também vêm investindo pesado em serviços similares – cada qual com seus atrativos e suas deficiências. No ano passado, o magnata Rupert Murdoch desembolsou 580 milhões de dólares para comprar o site MySpace, a maior comunidade virtual do planeta. Pretende valer-se dele como canal de distribuição do conteúdo produzido por seu conglomerado, que inclui companhias como a Fox. Recentemente, a Sony adquiriu o Grouper, um concorrente menor do YouTube, por 65 milhões de dólares.

Atentas a essas inovações e mudanças rápidas de cenário, as redes de televisão adaptam-se. No Brasil, Globo e Record transmitem vídeos de suas atrações em seus respectivos sites; a MTV possui o *Overdrive*, uma versão do canal para a internet. O usuário acessa os

clipes do acervo da emissora e frequenta canais exclusivos de musica, recupera cenas de programas e vê extras.

Aliar-se à internet é aproveitar-se da capacidade de amplificar fatos que de outra forma teriam tudo para passar despercebidos. Nessa nova ordem do vídeo, ganharam expressão figuras como o publicitário Antonio Tabet, do site blog *Kibe Loco*, que ajudou a produzir os chamados "vídeos virais" – clipes propagados por correntes de e-mail.

Sites como o *YouTube* mostram essa clara tendência do uso exacerbado das tecnologias do vídeo, em especial com a chegada ao mercado de câmeras digitais mais potentes e baratas, além dos celulares dotados de câmeras. “Nunca foi tão simples dar uma de cineasta amador.” (Veja, 2006,1973)

São comunidades que inauguraram espaço de comunicação próprio, que chamaram para si o empreendimento de uma relação dialogal em linha. Nesta, há um *devoir* que, primeiramente, dá sinais de uma “sociedade cidadã”: sai da retórica corporativa dependente do lucro financeiro e ingressa na *práxis* do conceito, propondo um sujeito independente, colaborativo e participativo das questões comuns a um tipo particular de sociedade, exposta e habituada à pluralidade dos sistemas de comunicação e, basicamente, à educação.

4.3.2.2 Inovações que dão sobrevida

Os jornais, de outro modo, também propõem novas formas de abordagem, para cativar a audiência e mantê-la como co-patrocinadora num jogo de faz-de-conta denominado “leitor participativo” ou algo como cartas do leitor, conselho do leitor etc. Há estratégias mais recentes que se utilizam das novas tecnologias da comunicação para captar produtos mediatizáveis desses olhares atentos que emergem da sociedade. O jornal O Estado de S. Paulo, por exemplo, implantou, em 2005, o sistema de incentivo à produção de imagens interessantes pelo

leitor e as publica impressas e na versão on-line do veículo. Mesmo procedimento adotou o portal Terra, que vende a idéia e chama à participação:

“A sua é virar notícia? A sua é o **vc repórter** do Terra! Já pensou que a sua foto, vídeo ou áudio de um flagrante de notícia pode virar manchete? E também seu depoimento sobre um fato importante? A partir de agora suas fotos, vídeos, áudios e depoimentos enviados ao Terra podem se transformar em notícia. Com o **vc repórter**, o canal de jornalismo participativo do Terra, você passa a colaborar com o acesso de milhões de usuários a informações sobre o seu cotidiano e sua comunidade. [...] Cadastre-se *aqui* para participar e envie já suas informações e imagens por e-mail ou pelo celular. Qual é a sua?”⁶⁰

Via Internet, esse chamamento à produção autônoma como estratégia de capturar a audiência se amplia. A Rede Globo implantou em seu G1, portal de notícias, o “Eu-repórter”, seção de jornalismo participativo. “Aqui, os leitores são os repórteres e poderão ter publicados seus textos, fotografias, vídeos ou áudios de caráter noticioso”.⁶¹ É um espaço com participação e acesso ao conteúdo restrito aos cadastrados. A partir dos temas veiculados pelo G1, percebe-se que o entendimento do “caráter noticioso” restringe-se ao critério de proximidade. São assuntos que denunciam, que flagram, que reclamam, mas que não estão na ordem das notícias com potencial para ganhar, em sua maioria, as mídias convencionais da empresa.

Desta forma, a internet, enquanto suporte, torna-se meio de fácil visualização e diálogo com jornal, revista, rádio ou tevê num experimento organizacional e estratégico para futura sobrevivência dos suporte convencionais. A internet carrega o inesperado como possibilidades e, como novidade, a permissão de combinações da interatividade com características que eram inovações para a comunicação de massas – uma gama ilimitada de conteúdos, a dimensão da audiência atingida, a natureza global da comunicação. Neste ponto de vista sugere extensão mais do que substituição (MCQUAIL, 2003:121).

⁶⁰ Ver <http://www.terra.com.br/vcreporter/> - acessado em 18/07/2006.

⁶¹ Ver <http://g1.globo.com/Noticias/> - acessado em 07/10/2006

A internet veio para desarticular o processo de comunicação que se conhecia até então.

⁶² Nossas preocupações implicam na compreensão desses vários movimentos que afetam, de fora para dentro, em especial, os rituais telejornalísticos e suas *rotinas produtivas* a partir de um dado modelo de fonte. Fez movimentos pendulares que provocam ora a ruptura de um modelo posto pelo jornalismo tradicional, ora a sensação de forte dependência, quase umbilical, desse mesmo jornalismo, detentor de um *capital simbólico* ainda em alta, pois é possuidor de bem amarrados *contratos* com a audiência, em especial, a televisiva.

4.3.2.3 A *escada* para o telejornalismo

Como já apontamos, é pelos sites, por essas amarras virtuais, que as mídias tradicionais recapturam sua audiência, expandindo suas intenções, deixando-as cada vez mais claro. Diz a ela o que quer; pede a ela esse *trabalho-de-vigiar-o-cotidiano*. O expectador é cercado por todos os lados. No caso específico dessa janela que se abre diante da audiência, as mídias dialogam com seus leitores a partir desses espaços delimitados e de acesso, por tudo o que já dissemos, restrito.

Através de suas empresas editoriais deterioradas pelas lógicas de mercado, tais mídias apelam para a rede como uma panacéia para remediar suas dificuldades, ampliando sua clientela. Uma vez acessado, o leitor é fígado pela rede virtual das mídias. Nela o usuário encontra parte do que recebe diariamente via assinatura de jornal, por exemplo, mas é aprisionado

⁶² Entendemos a importância para a discussão do jornalismo atual a presença da internet como propulsora de novas linguagens e causa do impacto que está alterando as interações humanas e, via de consequência, as formas de “construção” – no sentido de mediação – pelos meios de comunicação. É provável que a internet prossiga contribuindo com as publicações eletrônicas e impressas. Contudo, como afirma Michael Schudson (1978), a tecnologia de impressão, por exemplo, foi condicionante para o acesso da população aos jornais justamente pelo barateamento causado no processo industrial de sua produção nos Estados Unidos, em 1830. E isso afetou a prática jornalística, que passou, a trabalhar com outras questões como a fotografia de alta velocidade, o desenvolvimento dos tablóides, a invenção de filmes, os jornais cinematográficos, o uso do telefone, do telégrafo e da transmissão via satélite. O rádio e a televisão, em larga escala redefiniram, a sua maneira, a apresentação da notícia, favorecendo histórias curtas, emocionantes e repletas de detalhes. Portanto, a cada novo conhecimento, o sistema de comunicação é alimentado por suportes que permitem velocidade na circulação de informações e a aproximação das comunidades, como vemos agora com o uso de câmeras digitais portáteis e celulares de terceira geração, munidos de câmeras de foto e vídeo, num progresso cada vez mais intenso de flexibilidade.

por outros atrativos, por outros pontos de leituras que despertam irresistível interesse pela possibilidade interminável de interatividade, de participação, de acessos a outros mundos e a tudo o que já de conhecimento de qualquer internauta minimamente habituado às infovias.

Há uma retroalimentação entre velhas e novas mídias e uma luta simbólica por territórios de fala. Quem pode mais, embaralha e põe todos os suportes a funcionar sob uma mesma rubrica institucional, justificando a convergência como saída; quem perde espaço por falta desse capital, tenta fortalecer sua marca a partir de uma “confusão” político-editorial, misturando entretenimento e jornalismo, com pitadas de “circo de péssimo gosto”.

Obviamente que não produzimos aqui lamento diante do novo ou buscamos louvar o que está posto e dominado por nós enquanto ferramenta. Entendemos que as novas mídias estão em clara convivência com as anteriores. Porém, numa visão ampla a partir de um posto de observação privilegiado, enxergamos um sistema entrelaçado e difuso, provocado pelo novo e por uma ausência de organicidade. A internet provoca a todos a acessá-la e também à mudança. Ao mesmo tempo, parece expeli-los de volta à “suas mídias”, num vai-e-vem frenético.

Não se trata de um processo de Evolução, de substituição de Suportes. Mais de uma década depois do surgimento do Jornalismo On-line, o Radiojornalismo continua a florescer, como continuam a florescer o Telejornalismo e o Jornalismo Impresso. Mas nenhum deles é mais o Mesmo. Vindicando plenamente McLuhan, as Novas Mídias estão em clara convivência com as anteriores, porém entrelaçando-se, complexificando-se umas às outras (PALÁCIOS, 2003).

Há uma nova forma de distribuir e consumir o jornalismo. No entender de Palácios (2003), nenhuma tecnologia pode *fazer*, mas apenas *possibilitar fazeres*: Até segunda ordem, o homem continua a ser *Homo Sapiens* e *Homo Faber*, apesar de toda a digitalização.

4.4 Contribuições de outras *testemunhas oculares*

Convém listar outras formas de contribuição externa – não necessariamente pela ação subjetiva da audiência - no processo de construção da notícia nas rotinas produtivas dos telejornais diários. São incontáveis os aproveitamentos dos dados armazenados por sistemas de câmeras disseminados por agências bancárias, ônibus, trens, praças, ruas, pontes, hotéis, escritórios, colégios, banheiros (...).

Cada um desses equipamentos, ao mesmo tempo em que inibe a ação marginal, capta aleatoriamente cenas do cotidiano. A vigilância eletrônica e o aprimoramento do acondicionamento do produto gerado têm possibilitado o desvelamento de muitos casos envolvendo roubos, assaltos, assassinatos, espancamentos. São flagrantes que, de certa forma, ao serem incorporados pelos telejornais repercutem positivamente na solução policial de grande parte dos casos. É também insumo que se agrega no processo de dar visibilidade a casos rumorosos com provas cabais do fato.

No tribunal midiático, o que era índice virou ícone. Como duvidar daquela imagem que não guarda qualquer marca de um discurso alheio de uma produção interessada? Está ali, é ele! A sensação de “verdade” cresce na audiência na medida em que cresce o número de “testemunhos” vindo de registros eletrônicos “imparciais”. São fortes ingredientes a somarem-se aos insumos dessas estratégias, que tanto agradam aos jornalistas e suas instituições, pois oferece elemento de “verdade irrefutável” à notícia.

Não raros os casos de uma reportagem apresentar uma versão com tom de “verdade” a partir de uma fonte “ilibada” e, em seguida, desmentida em “praça pública” por uma “testemunha” impessoal: a câmera de vigilância. Um exemplo hipotético: “Afirmo peremptoriamente que não estive lá, não estava lá, não entrei no carro dele, não conheço esse hotel e não

conheço esse cidadão que me acusa”. Tempos depois, câmeras instaladas no elevador e no estacionamento daquele hotel, mostram o entra-e-sai do personagem “ilibado”. Pelas imagens postas em circulação e seu poder documental, ao acusado não resta outra alternativa: “Fui orientado por meus advogados a negar”. Por tudo o que representa o telejornal e sua capacidade de agendar a agenda pública, o *juízo midiático* está pronto e o resultado é um só.

Assim, não sem importância, este protagonista eletrônico – quase um panóptico comunitário -, um grande irmão, surge e oferece à vigilância institucional e ao jornalismo insumos importantes. São imagens captadas por câmeras estáticas ou móveis que permitem ao homem ver o que ocorre lá, dezenas, centenas de metros de seu local de vigilância. Em pontes como a Rio-Niterói já foi possível salvamentos, prisões e socorro a centenas de pessoas graças à vigilância desses dispositivos eletrônicos.⁶³

Ao contrário do cinegrafista amador, que se utiliza de um dispositivo para registrar situações limite, mas sempre à mercê da sorte de estar no lugar certo, na hora certa, no caso das câmeras de vigilância, há o interesse das organizações em prestar um serviço de monitoramento, de acompanhamento ininterrupto de um cenário. E nessa “pescaria” paciente e sem cortes, também pode fisgar cenas de interesse para o público; imagens com testemunhais objetivos ao processo de descoberta. Não são indícios de um crime. É o crime registrado no momento de sua ocorrência: hora, minuto, segundo. Basta à polícia “rebubinar” o tempo e rever a cena e identificar o culpado, como ocorreu em Porto Alegre, em 2005, quando câmeras monitoraram arrombamentos e furtos em carros estacionados no Centro da cidade.

Outras formas de captação com propósitos semelhantes são as utilizadas por órgão policiais, que dão um novo destino às suas produções investigativas. Em ações como apreensão

⁶³ São 22 câmeras do circuito fechado de TV utilizadas pelo Centro de Controle de Tráfego para monitorar a ponte. Ver <http://www.ponte.com.br/concessionaria/rodoviaaovivo>, acessado em 23/09/2005.

de drogas, caçadas de bandidos, campanas, invasões de cativeiros ou flagrantes de corrupção, a instituição policial faz registro em imagens provando a legalidade do ato. De outro, faz dessa produção um release: pautas aos meios de comunicação; leva material quente de alta credibilidade. Esse ato “generoso” da polícia em ofertar à tevê um produto, muitas vezes não passa de um “cavalo de tróia”, carregando num só discurso uma porção de *não-ditos*.

Ao serem exibidas, as imagens mostram um cenário de prisão de pessoas e apreensões de drogas ou armas. Para além da força simbólica que uma operação militar desta carrega, a instituição reforça a atenção para si ao enxerto na cena de imagens de coletes com o símbolo da Polícia. Como tais imagens foram gravadas pelos próprios policiais, percebe-se uma troca. Ou seja, um escambo simbólico: “Eu dou o que vocês querem e vocês, por seu canal, falam bem de mim”.

O telejornalismo é usuário e beneficiário deste freqüente escambo, de um *mostrar-se* da polícia, que sabe que em seu território está invariavelmente a ação espetacular, ingrediente fascinante que seduz o jornalista. Atraído pelo canto de uma *agenda quente*, a imprensa não raras vezes veste capacete e colete à prova de balas e acompanha a polícia em uma diligência – por terra, mar ou ar – a ação dos órgãos de segurança: sobe morro, invade favelas, corre, se esgueira de tiros, apreende drogas em barcos, abate aviões ou desvela cativeiros. É disso que ambos, polícia e imprensa necessitam: ação. Um quer visibilidade mediática; o outro, capturar o fato, o real, a vida como ela é.

Mesmo que sejam operações planejadas militarmente e segredadas à reportagem, o telejornalismo faz desse mundo, belicoso e arriscado, um só objetivo: estar lá e captar o espetáculo da ação. Poderíamos tratar da relação conflituosa desta junção *telejornalismo-polícia*, mas não podemos ignorar a lógica que há neste processo em construção.

Como referimos, o resultado dessas coberturas é a transformação de um possível acontecimento indicial em acontecimento icônico. A *televisão espetáculo* suplanta, inclusive, a própria ficção cinematográfica, como ocorreu nos ataques às torres gêmeas. Ali estavam sugeridos ingredientes do filme *Independence Day*. Os exemplos são muitos, nos quais o roteiro telejornalístico parece plagiar o cinema: são homicídios cometidos por adolescentes com armas de fogo em escolas norte-americanas ou histórias fantásticas de *serial killer*.

A televisão é a expressão de uma cultura em transformação, baseada agora – e essa é a novidade – em suportes tecnológicos muito mais poderosos, mas ainda comprometida com a ideologia mercadológica cujo nome é indústria cultural. (EDUARDO, 2002:16)

Muitos autores há muito estudam esta necessidade de o telejornalismo estar na linha de frente – ou na linha de tiro-, em busca de dois fatores: o *deadline*, ou seja, cumprir com a tarefa de cobrir o acontecimento planejado, mas dentro do tempo disponível determinado pela redação do telejornal, e a busca incessante do furo de reportagem. Ser o primeiro a dar a notícia ou, melhor, ser o único a apresentar ao telespectador a “realidade” da ação em imagens espetaculares. Não fórmula mais eficaz, em especial em países como o Brasil, onde a televisão é a única fonte de informação:

A falta de hábitos de contato do público com a palavra escrita, e a consequente não-formação dos esquemas mentais a ela correspondentes, reforça o poderio da linguagem dos meios eletrônicos (sobretudo a televisão) [...] (RIBEIRO, 1994:95).

Aliado a este consumo que determina o produto e vice-versa, o telejornalismo ou jornalismo de uma forma ampla, reunindo todos os seus suportes, busca nestas fórmulas de participação *in loco* do acontecimento, de ser uma testemunha privilegiada, resolver por si mesmo algo que aflige as redações: a confiabilidade das fontes, principalmente após o advento da internet como meio de aquisição de informação. Se o risco de repicar vozes de outros suportes, como o rádio, confiar nas fontes oriundas da rede tornou-se esse risco total. A rapi-

dez com que a informação circula na internet deixa o jornalismo convencional vulnerável se dela depender como fonte emergencial de informação.

Antes de a internet ser mais uma causa de problemas de falta de “objetividade” no jornalismo, o dilema já apontava para os filtros que o fato tinha de cruzar até chegar ao conceito de versão: da testemunha ocular, passando pelo repórter, pelo editor, pela edição de imagens, pelo roteiro, pela inserção deste na grade de notícias e, por fim, a interpretação do âncora do telejornal. Diante de tantas barreiras a ser destruídas pela informação, no final sobra algo parecido com o fato original. Nada além. Na construção do acontecimento, operam “diversas vozes e diferentes olhares” (PENNA, 1999:5). Na construção da notícia, independente do meio, haverá sempre o processo de montagem, de mediação dos fatos:

Não são os processos mediáticos que devem ser criticados na operação jornalística, mas sim a crença de que eles não interferem na construção da realidade. O jornalismo é um dos principais agentes da comunicação de massas, mas parece perdido diante das mudanças paradigmáticas das diversas disciplinas da atualidade, que, entre outros fatores, rediscutem “a fidelidade aos fatos”, tão apregoadas pelos manuais de redação. (PENNA, 1999:5)

Penna (1999) repete o que pode ser lugar comum aos estudos acadêmicos, mas que não repercute, em muitos casos, na zona de produção ou mesmo quando da formação do próprio jornalista.

O que chamamos de realidade constitui-se fundamentalmente de construções possíveis em formas infinitas e variáveis. O próprio indivíduo é co-construtor da realidade em que vive e que, às vezes, quer modificar. A operação jornalística parte de um instrumental obsoleto, com compromissos epistemológicos anacrônicos. O que começa nas próprias cerimônias de formatura das escolas de Comunicação Social, com o juramento dos jornalistas de exercer a profissão com respeito à verdade e ao homem, desenvolvendo no jornalismo a atitude crítica de responsabilidade para com o meu país, com o mundo e com os homens. (PENNA, 1999:5)

De outra forma, a “câmera escondida” tem mais ou menos esse propósito: flagrar algo ou alguém. É um procedimento que já foi alvo de diversas discussões acadêmicas, prin-

principalmente após a morte do jornalista Tim Lopes⁶⁴, integrante da equipe de telejornalismo da Rede Globo, assassinado por integrantes do tráfico carioca, em 2002, ao tentar coletar depoimentos e imagens de denúncias de abusos de menores e comércio de drogas em uma das favelas do Rio. Tim Lopes seguia uma estratégia investigativa que já se mostrava eficaz e lucrativa para o telejornalismo e para as empresas de comunicação. Em 31 de março de 1997, um cinegrafista desempregado, identificado inicialmente como “amador”, flagrou um grupo de dez policiais militares que torturava, espancava, constrangia e assassinava transeuntes na favela Naval, em Diadema, na Grande São Paulo. As cenas mostravam vítimas impotentes. Quando veiculadas, o *Jornal Nacional* alcançou 45 pontos no Ibope.

Foram cenas inéditas de truculência da polícia contra pessoas indefesas, um fato, aliás, que todo o país sabia, mas não via na televisão brasileira. Em 1991, o Brasil teve uma amostra desse trabalho documental vindo da audiência e sua capacidade de mobilização justamente por sua crueza e tom de veracidade.

Assim como a televisão norte-americana, as redes brasileiras mostraram à exaustão o espancamento do negro Rodney King por policiais brancos de Los Angeles, em imagens gravadas por George Halliday, que, por acaso, estava na varanda de sua casa, quando viu e registrou o fato em 3 de março de 1991. Sua fita, como se sabe, tornou-se um importante ponto de conflito e interpretação em vários julgamentos. Um ano depois, mesmo com a presunção do real muito forte nas imagens captadas, houve a absolvição dos envolvidos no caso, desencadeando a revolta da população, com distúrbios e mortes nas ruas de Los Angeles.

⁶⁴ O jornalista Tim Lopes, 51, foi executado no dia 2 de junho de 2002, um domingo, quando preparava – ocultamente – uma reportagem sobre o suposto abuso de menores de idade e consumo de drogas em bailes funk promovidos por traficantes da zona norte carioca. Ele apurava denúncia feita por moradores da Vila Cruzeiro, local onde três vezes antes de ser capturado e morto. Nas duas últimas vezes estava com uma micro câmera. O jornalista foi levado para o topo da Favela da Grota, no Complexo do Alemão e foi torturado e morto por traficantes. Seu corpo foi queimado e encontrado dez dias depois na Pedra do Sapo, localidade controlada pelo traficante Elias Maluco e pelo Comando Vermelho, do qual fez parte. Segundo a imprensa, à época, o traficante teria matado Tim Lopes pessoalmente com uma espada ninjas.

No caso da favela Naval, a *revelação do real*, com traços de fascínio e sedução, surtiu efeitos imediatos: o governo criou a Secretaria Nacional dos Direitos Humanos, o Congresso aprovou a Lei da tortura, sucederam-se denúncias de arbitrariedades da PM - a mais forte delas na Cidade de Deus, no Rio, eram igualmente imagens de tortura policial mostradas em 7 de abril de 1997, pelos telejornais da Rede Globo. A Ouvidoria da Polícia - SP passou a receber cerca de cem denúncias por dia, quando a média era de 25. Na seqüência deste espancamento, jornalistas da TV Globo utilizaram-se mais deste expediente: passaram a esconder a identidade profissional e a gravar situações-denúncia, como o exame de um médico previamente acusado de molestar pacientes; a sessão de uma cartomante; o carcereiro suspeito de cobrar propina para facilitar visitas a presos; a ante-sala suja dos hospitais públicos, o conluio de óticas com oftalmologistas na venda de óculos a quem tem visão perfeita [...].⁶⁵

Igualmente estratégica para ampliar os índices de audiência, mas sem sentido jornalístico, vale citar a proliferação em várias partes do mundo da “câmera escondida”. Seu objetivo é criar “pegadinhas” com passantes desavisados.⁶⁶ Trivinho (1998) escreveu ensaio sobre este recurso, uma obra, segundo ele, “de esclarecimento político, sociológico e psicanalítico sobre as investidas autoritárias da cultura televisiva na sociedade civil brasileira”. Constitui-se em um texto de tom agressivo, no qual o autor traça as relações de “barbárie entre a comunicação de massa e a questão da cidadania.” (TRIVINHO, 1998)

⁶⁵ Instituto Gutenberg. **A câmera oculta é um recurso honesto do jornalismo?** Boletim nº 14, 1997.

⁶⁶ Quando estava no serviço militar, o norte-americano Allen Funt gravava trotes que passava nos soldados para transmitir na Rádio das Forças Armadas. Esse programa deu origem ao primeiro show de pegadinhas do mundo, o *Candid Microphone*, que estreou na rádio CBS em 1947. Sua versão para a televisão foi ao ar sob o nome de *Candid Camera* um ano depois pelo canal ABC. O bordão *Smile, You're on Candid Camera* (Sorria, você está no *Candid Camera*) logo caiu no gosto popular. O Brasil conheceu as pegadinhas em maio de 1965. Roberto Farias dirigia o *Câmera Indiscreta*. Outros programas copiaram a fórmula exaustivamente. O *Fantástico* incluiu em 1978 o quadro *Sorria, Você está no Fantástico!*, e o ator Ivo Holanda ganhou destaque com suas brincadeiras no *Tudo por Dinheiro*, do SBT. Mas o responsável pelo apelido “pegadinha” foi o apresentador Fausto Silva, que batizou os trotes exibidos em seu *Domingão do Faustão*, da Rede Globo de Televisão, a partir de 1989. Ver mais em <http://www.guiadoscuriosos.com.br>.

Uma imagem não é somente algo feito pelo homem, um desenho, mas também uma reprodução direta das coisas, a essência do mundo visível, onde quer que as coisas visíveis do mundo possam ser registradas pelas técnicas automáticas: fotografia, filme, vídeo.

Cristian Doelker⁶⁷

5 FONTE AMADORA: DO MÉTODO À ANÁLISE

As relações estabelecidas até aqui entre teorias e dados sistematizados do cotidiano recente da televisão noticiosa impõem a necessidade de verificar essa presença da fonte amadora no âmbito da produção telejornalística. Entendemos o telejornal como produto de informação de maior impacto na atualidade. Por ele, a televisão cria e procura dar visibilidade a uma experiência coletiva de nação. É um espaço importante de construção de sentidos do nacional como um ritual diário (BECKER, 2004:16).

Inicialmente, apresentamos nossas opções metodológicas, o reconhecimento do campo em análise – *Rede Globo e Jornal Nacional* - e, em seguida, procedemos à apresentação das ocorrências televisuais que contenham esses insumos visuais alheios à produção telejornalística. Como referimos, trataremos de nomear seus autores de cinegrafistas amadores. Para efeito de entendimento, igualmente adotaremos a nomenclatura usada pela emissora e seu respectivo telejornal.

5.1 Opções metodológicas

Para este percurso, adotamos como método de análise o conceito de pesquisa exploratória, técnica básica, mas com eficácia para aquilo que pretendemos examinar. Estamos, como vimos, diante de um fenômeno aparente, tamanha a quantidade de ocorrências registrada por nós ao longo de três anos (2003 a 2006) acompanhando *pari-passu* alguns dos telejornais produzidos regionalmente (SBT, Band, Pampa e RBS) e seus respectivos geradores nacionais.

⁶⁷ DOELKER, Cristian. **Ein. Bild ist mehr als ein Bild**, Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft (Gebundene Ausgabe). Stuttgart: Klett-Cotta, 1997.

A partir de um *estado da arte* que apontou qual o primeiro recorte necessário, optamos por concentrar nosso olhar sobre o *Jornal Nacional*, inquestionavelmente o responsável maior pelo agendamento de temas da atualidade no Brasil. No período de observação, passamos a percorrer a produção diária do *JN* e a extrair informações que apontassem o uso pelo telejornal de imagens procedentes de operações empreendidas por sujeitos fora do espaço institucional do jornalismo. Destacamos de cada uma das ocorrências verificadas, o dia, mês, ano, parte ou íntegra do texto lido pelos âncoras e o gênero de encaixe.

Os procedimentos metodológicos utilizados para a operacionalização da análise e do enquadramento do *corpus* da presente tese são orientados pelo conceito, como informamos, de pesquisa exploratória, conforme define Köche (1999:126): “O objetivo fundamental de uma pesquisa exploratória é o de descrever ou caracterizar a natureza das variáveis que se quer conhecer”. Seguimos os seguintes passos:

Aproximação do tema, criando familiaridade em relação ao fenômeno apontado. Identificamos as variáveis importantes para aprofundarmos e detalhar o tema, permitindo-nos a compreensão da importância do problema, bem como o estágio em que se encontram as informações sobre o que estamos estudando. Utilizamos, como visto nos primeiros quatro capítulos, levantamento bibliográfico que nos dá suporte à análise nessa parte. No processo de coleta de dados, inserimos aqui entrevista com profissional atuante da área de produção telejornalística da Rede Globo, anotações constantes das peças telejornalísticas veiculadas pelo *Jornal Nacional* numa observação direta do fenômeno.

O objetivo primeiro do nosso estudo é a compreensão da participação da fonte amadora na construção noticiosa pelo *Jornal Nacional*, da Rede Globo. Por meio dessa coleta de ocorrências, temos dados relevantes da participação de uma atenta fonte identificada, como referimos, por cinegrafista amador.

A regularidade crescente de inserções testemunhais produzidas por pessoas não jornalistas amplia o tom de ubiqüidade do jornalismo e a capacidade, enquanto espaço televisual, de *tudo-saber, tudo-ver*. Permite-nos tratar essas ocorrências já como um *fenômeno* no processo de construção de realidades no mundo jornalístico ou na produção do telejornalismo, especificamente, quando tratamos imagens.

Os insumos fornecidos por essas fontes são sempre bem-vindos ao mundo jornalístico. O material informativo é relevante tanto quanto o é o acontecimento transmitido “ao vivo” pelo aparato telejornalístico, resultado estritamente profissional e possuidor de credibilidade, como verificamos no capítulo anterior, por sua natureza presencial, planejada e marcada por rituais específicos que pouco ou nada deixam de espaço ao improvisado.

Somamos à coleta das imagens e textos, o resultado de um questionário voltado ao entendimento da rotina no âmbito da produção dos telejornais da Rede Globo. É necessário frisar que não adotamos com este instrumento uma rígida pesquisa de campo, própria quando de uso questionário. O que buscamos metodologicamente com essa entrevista foi recolhermos dados complementares às nossas observações.

A aceitação da fonte aos nossos questionamentos, contudo, foi baseada em sua atuação ampla nos telejornais da emissora. Sua posição de diretor regional de Jornalismo da Rede Globo, do Rio de Janeiro, dá a Renato Ribeiro competência e autoridade para responder a nossas indagações. Tínhamos outras fontes ⁶⁸, mas elas – sem exceção – apontavam para uma

⁶⁸ Sem a pretensão de registro sistemático, mas de ausculta, ouvimos relatos de editores de telejornais da RBS TV (afiliada da Rede Globo) e de representantes de instituições que hoje se valem dos recursos tecnológicos para a produção de imagens e para o arquivamento próprio e/ou preparação para divulgá-las estrategicamente às mídias televisivas. É uma metodologia de aproximação e uma forma de produção e compreensão que forneça novos conhecimentos para o tratamento de questões relacionadas ao nosso problema. Entre as fontes ouvidas, está o assessor de comunicação da Força Aérea Brasileira, baseado em Brasília, Tenente Coronel Amaral, um dos responsáveis pela operação de resgate das vítimas do acidente da empresa aérea Gol, voo 1907, ocorrido em 29/09/2006. O militar participou *in loco* do resgate e promoveu – pela Força Aérea – a produção, edição e distribuição para os órgãos de imprensa das primeiras imagens do local do acidente. Suas informações foram úteis para o entendimento do tratamento dos dados desse que foi o maior acidente aéreo na história da aviação brasileira. Não utilizamos suas colocações de forma literal, mas algumas de nossas ilações ou conclusões têm, por base, sua colaboração.

sobreposição de informações. As questões foram formuladas à Central Globo de Jornalismo e englobaram aspectos da rotina da redação da Rede Globo quanto ao recebimento, uso e tratamento editorial das imagens amadoras.

Optamos pela observação inicialmente plana e, no caminhar, seguimos na direção do estreitamento do foco e da seleção de ocorrências compostas por narrativas decupadas daquilo que foi ao ar, em especial, pela Rede Globo de Televisão e seus telejornais em canal aberto. Nosso campo de ação ficou restrito à Globo por questões que dizem respeito à forma como ela armazena e coloca à disposição seus registros.

5.2 *Jornal Nacional*: as razões da escolha

Nossa opção pelo *Jornal Nacional* explica-se pelo que representa, antes de mais nada, a própria indústria que o abriga, a Rede Globo de Televisão e sua forte participação e poder de mercado.⁶⁹

A Rede Globo, segundo ela própria, detém audiências que variam de 30% a 50% no horário nobre (em números de junho de 2004), com uma participação de mercado que chega a 80%, o que significa que oito entre dez telespectadores ativos assistem à Rede Globo naquele momento verificado, enquanto os 20% restantes assistem a outros canais de TV. (SIMÕES e MATTOS *In* BRITTOS e BOLAÑO, 2005:47)

A Rede Globo⁷⁰ lidera igualmente outorgas de geração e retransmissão de televisão no País. Em fevereiro de 2005, segundo dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) a distribuição de outorgas era liderada pela Rede Globo, com cinco geradoras próprias, 96 geradoras afiliadas, 19 retransmissoras próprias e 1.405 afiliadas. Nos anos

⁶⁹ “Participação de mercado” é a “participação na audiência” (*share* de audiência). É a proporção de um segmento de público na audiência total de um meio. Envolve duas definições de mercado (no caso da TV): como os consumidores do espaço publicitário (agências e anunciantes) e como os consumidores do programa televisivo (audiência ou parte dela). E “poder de mercado” é a capacidade das empresas de utilizar esse poder para prejudicar o processo competitivo, gerando ineficiência como resultado de seu exercício. A lei procura reprimir o exercício abusivo de poder de mercado, e não o poder em si. Ver mais em SIMÕES e MATTOS *In* BRITTOS e BOLAÑO, 2005:45-47.

⁷⁰ A outorga foi concedida durante o governo de Juscelino Kubitschek em 1958 e inaugurada em 1965. Segundo destaca Lima, “a TV Globo do Rio de Janeiro, junto com as outras concessões de televisão das Organizações Globo, viria a constituir uma rede nacional de emissoras próprias e afiliadas que, sob o comando de Roberto Marinho ao longo dos anos da ditadura militar, se transformaria em uma das maiores, mais lucrativas e mais poderosas redes de televisão do planeta.” (LIMA *In* BRITTOS e BOLAÑO, 2005:103)

1990, as Organizações Globo, conforme Brittos e Bolaño (2005), voltaram-se para o mercado internacional:

Essa transnacionalização, que coincidiu com o ingresso de grupos globais no Brasil, especialmente na área de televisão por assinatura, revelou-se uma saída mercadológica, compondo, com outros negócios, uma outra alternativa à relativa perda de espaço em seu principal setor de atuação, a TV aberta nacional, um processo lento, ainda em desenvolvimento. Para isso, foi essencial o domínio de todo um modo de realizar produtos televisivos e o acúmulo de um estoque de mercadorias no âmbito audiovisual. [...] Um dos mais ambiciosos projetos de internacionalização das Organizações Globo, a TV Globo Internacional, foi lançada em 24 de agosto de 1999. Trata-se de uma proposta de televisão por assinatura, que transmite, via satélite, parte da programação da emissora, para 63 países. [...] O sinal [...] é gerado de sua sede, no Rio de Janeiro. [...] As telenovelas são o caro-chefe. [...] Também estão incluídos os três telejornais diários da Globo: o *Bom Dia Brasil*, o *Hoje* e o *Jornal da Globo* (BRITTOS In BRITTOS e BOLAÑO, 2005:131-146).

A Rede Globo está entre as quatro maiores redes privadas de televisão do mundo (atrás apenas das norte-americanas CBS, ABC e NBC). É uma posição alcançada ao longo de 40 anos, graças às circunstâncias que levaram seu criador, Roberto Marinho, à condição de capitão de empresa da indústria televisiva no Brasil, o mais bem sucedido de todos. (BOLAÑO, 2005) A empresa produz 12 programas telejornalísticos. Destes, oito são para todo o país: *Jornal Nacional*, *Jornal da Globo*, *Jornal Hoje*, *Bom Dia Brasil*, *Fantástico*, *Globo Rural*, *Globo Repórter* e *Globo News*. E quatro são destinados aos estados do Rio de Janeiro, *RJTV*, São Paulo, *SPTV*, Distrito Federal, *DFTV*, e Minas Gerais, *MGTV*.

Mas o *Jornal Nacional* efetivamente é o principal telejornal da América Latina. É transmitido em horário nobre e é assistido por cerca de 50 milhões de telespectadores. Suas imagens chegam a 99% dos lares com aparelho de televisão, 4 mil dos 4.063 municípios brasileiros, alcançando 98% do território nacional. Sua importância está expressa nos números de sua audiência.

Em 15 de junho de 1996, a Rede Globo anunciou pela *Folha de S.Paulo* que a audiência do *JN* era, por dia, de 31 milhões de telespectadores. Em 1997, o diretor da Central Globo de Jornalismo, Evandro Carlos de Andrade, informou que o *Jornal Nacional* atingia, em mé-

dia, 40% dos aparelhos ligados, o que correspondia a um público de 30 milhões de pessoas (Imprensa, 1997: 50).

O *JN* nasceu sob suas ligações com a elite civil e militar que governou o país por mais de 20 anos, desde a década de 60. Curiosamente, a estréia do programa ocorreu no dia em que se iniciava o período mais duro do regime militar. Censurado pelo Estado e depois vítima da autocensura, o *JN* carregou as marcas do refinamento formal e da limitação no conteúdo das notícias. Editorialmente, manteve seu estilo manchettato e o objetivo definido pelo diretor da Central Globo de Jornalismo, Armando Nogueira, de que o *Jornal Nacional* pretendia ser a síntese da primeira página de um jornal impresso.

O *JN* desenvolveu técnicas de redação e apresentação de notícias que se tornaram paradigmáticas para todo o telejornalismo praticado no país. Os textos lidos de forma intercalada pelos apresentadores passaram a ser construídos em frases curtas e simples, de fácil entendimento, afastando-se da pomposidade que caracterizava até então o nosso jornalismo. O noticiário saía cada vez mais do estúdio para, diretamente do "palco de ação" dos fatos, "colocar à prova a capacidade de improvisação dos repórteres" (Rede Globo de Televisão, 1997b).

Colocou-se, dessa forma, como um espetáculo da realidade, numa conjunção de forma e conteúdo, sustentada nas imagens e no teor emocional dos *fait-divers*: a tragédia, o conflito, o personalismo, o pitoresco, o humor. Entre as características evidenciadas, a espetacularidade permaneceu ativa com o mesmo grau de intensidade, justificando a afirmação que nenhum veículo de comunicação parece demonstrar mais afinidade com a emoção do que a televisão.

Modificações significativas ocorreram mais recentemente. Até então, o ritmo era marcado pela linearidade editorial, pela "explosão" das chamadas e pelo indefectível jogral dos apresentadores. Entretanto, parece que não bastava mais ater-se aos fatos ou chamar a atenção da audiência por essa performance teatral dos âncoras. Tinha-se que dar visibilidade num tom mais que teledramatúrgico. Tal linearidade foi rompida a partir de julho de 2006, quando, pela

primeira vez, o *Jornal Nacional* passou a produzir algumas de suas edições diretamente do “real”. O período pré-eleitoral (corrida às vagas de presidente, senadores, câmara e governadores) foi o motivo⁷¹.

Do pampa do Rio Grande do Sul às estradas esburacadas do Norte e Nordeste, a emissora queria ver e ouvir um Brasil que não era visitado pela mídia. O planejamento não era divulgado. Seu percurso carregava surpresa para os telespectadores e para as regiões visitadas. Tudo teria de ser feito num tipo de “improviso” que não agendasse as comunidades. A alegação era que, preparada, as cidades poderiam não se apresentar “naturalmente” às câmeras do telejornal. E mais, em plena campanha eleitoral, políticos poderiam se aproveitar da ocasião e vender suas plataformas ao país.

Com um motorhome, a equipe do telejornal percorreu o interior do país – de Sul a Norte - em busca de informações peculiares. A TV Globo aproveitou-se do que havia de melhor em termos de tecnologia a serviço do telejornalismo. O *JN* “peregrino” buscou essa aproximação de um *sujeito imaginado*. Levou na bagagem o repórter Pedro Bial, um *sujeito* associado modernamente à performance do *mestre de cerimônias do BBB* a cada início de ano.

⁷¹ O projeto foi desenvolvido pela Central Globo de Jornalismo (CGJ) para a cobertura das Eleições 2006. Durante a sua realização, o *Jornal Nacional* foi apresentado das cinco regiões do país e exibiu a série *Desejos do Brasil*. Fizeram parte da cobertura ainda os tradicionais debates e entrevistas com os candidatos nos estúdios dos telejornais da TV Globo. Foram dois meses de projeto, de 31 de julho a 30 de setembro. As reportagens foram produzidas, realizadas e editadas pela equipe da “Caravana JN”. Motivada pelas eleições, a série traçou um panorama dos anseios dos brasileiros, captando os contrastes do território nacional. Na cobertura da região Norte, cujo acesso a diversas cidades seria inviável com o motorhome, a equipe de reportagem fez o trajeto de Belém a Manaus em um barco – também caracterizado e devidamente equipado –, que seguiu pelos rios Pará e Amazonas, por oito dias. A cada 15 dias, nas segundas-feiras, os jornalistas William Bonner e Fátima Bernardes se revezaram para encontrar a “equipe andarilha” e apresentar parte do telejornal das cinco regiões do Brasil. Além dos equipamentos de produção, gravação e edição, o motorhome transportou o sistema *fly away*, que permite transmissão via satélite de qualquer ponto do Brasil. O equipamento substituiu uma unidade geradora móvel: com o sistema montado e parado, o técnico alinha a antena com o satélite e enviou os dados para a emissora no Rio de Janeiro. A equipe foi composta por: repórter Pedro Bial; produtora de conteúdo Ana Paula Brasil; produtora executiva e editora Gisele Machado; repórteres cinematográficos Luís Cláudio Azevedo (primeiro mês) e Hélio Alvarez (segundo mês); os operadores de sistemas de TV José Carlos Suarez (primeiro mês) e Hailson Barros (segundo mês); os operadores de unidade portátil Vinícius Ferraz (primeiro mês) e Rodolfo Augusto Pereira (segundo mês), além de três seguranças. A coordenação do projeto foi de Teresa Cavalleiro e Maria Thereza Pinheiro. **Pé na estrada: Caravana JN reforça cobertura das Eleições 2006** (24.07.2006). Ver mais em http://portalimprensa.uol.com.br/new_ultimasnoticias. Acessado em 30.10.2006)

Fez “real” a presença dos vilarejos e seus atores no maior telejornal brasileiro. Para aquelas pessoas, foram momentos de diversão e consumo direto de divertimentos.

O grupo *mambembe* alcançou aos telespectadores muitos lugares afastados, um Brasil não mapeado e desconhecido da grande mídia. Escapou dos tradicionais políticos e chamou atores locais como testemunhas e protagonistas de sua presença. Fez valer seu poder enquanto meio de *ver* e *fazer circular* dados que informavam sobre as virtudes e as mazelas de “terras sem lei”. Utilizou-se, para isso, da estratégia da espetacularização, como diz Debord (2000), para construir “um espetáculo para as massas”. Potencializou, em última instância, um modelo atual da vida dominante em nossa sociedade.

5.2.1 Cinegrafista amador: a quebra do *Padrão Globo*

Um fato ocorrido em abril de 1997, entretanto, foi o que se tornaria emblemático de uma nova linha editorial que viria a ser adotada pelo *Jornal Nacional*: a reportagem do jornalista Marcelo Rezende sobre a ação violenta da Polícia em Diadema, na Grande São Paulo. A notícia baseava-se na gravação feita por um cinegrafista amador. Além das cenas chocantes, as imagens quebraram a rigorosa assepsia visual estabelecida, durante anos, pelo “padrão global de qualidade”. O critério de noticiabilidade, o valor-notícia se impôs diante da notícia-espetáculo.

Jabor (1997) comparou a reportagem a uma produção cinematográfica, afirmando, entre irônico e admirado, que se tratava “do melhor filme brasileiro dos últimos tempos”. Para ele, a gravação não tinha diálogos, estúdios e nem os efeitos especiais dos filmes norte-americanos: “[...] só uma locação suja e pobre, atores desconhecidos. [...] a produção barata é uma realização popular” (JABOR, 1997: 4-8). O comentarista indicava, assim, a quebra da estética televisual que a televisão e o telejornalismo imprimiam até então e a projeção que

aquela cobertura alcançava. "Diadema nunca mais [...] limita-se a expor o conflito entre excluídos sem farda e excluídos disfarçados de homens da lei, num buraco de inferno, um capô de lama perdido (permitam-me) lá no *cu do Judas*." (JABOR, 1997: 4-8). O "Caso Diadema", por sua inusitada operação da técnica jornalística, parecia inspirar-se no modelo ficcional, conforme observou Marques de Melo (1997), contando, associa, uma história ao estilo rodrigueano: *a vida como ela é*.

O pesquisador afirmou que durante uma semana o Brasil viveu sob o impacto das imagens de Diadema, exibindo evidências da violência policial junto às camadas empobrecidas da nossa população. "Para os cidadãos que vivem nas periferias das grandes metrópoles elas não surpreenderam. Era como se a telinha funcionasse como espelho do seu cotidiano, retratando situações que eles próprios já haviam presenciado ou conhecido por narrativas de terceiros" (MARQUES DE MELO, 1997).

Ou seja, para o professor, a população brasileira, cansada dos discursos jornalísticos historicamente defasados, procurava, desta forma, refúgio no mundo ficcional, mas verossímil, das telenovelas. "Mais rápida e eficiente que os seus competidores, ela demonstra sinais de vitalidade. Abandona o estigma de emissora oficialista e acerta o passo com os anseios da sociedade civil. Como, aliás, já vinha fazendo no mundo dos sonhos (ou melhor das telenovelas e minisséries)" (MARQUES DE MELO, 1997).

5.3 Fenômeno em curso: as ocorrências amadoras

Na busca do registro dessa mudança em curso, passamos a colher dados a partir de 2003 de todos os textos que cobriam imagens amadoras. Na construção de um *corpus* para a pesquisa, promovemos um percurso de visualização até os últimos meses de 2006. São ocor-

rências de diferentes gêneros, todas tendo como ponto de partida exatamente essa informação reafirmada pelo próprio texto do telejornal: imagens amadoras.

Pela diversidade de sujeitos e procedências, optamos por mantê-las em ordem de veiculação no *Jornal Nacional*. A listagem de textos e o assinalamento dessas imagens contemplaram igualmente as que eram oriundas de outras categorias de fontes, como *câmeras de segurança*, *vigilância* e de órgãos públicos (Polícias Civil e Federal). São, em suma, imagens produzidas sem a preocupação com o enquadramento institucional, exigido pela emissora, e explicitado, quando veiculadas, como originadas por autoria amadora.

Com a possibilidade recente do resgate de registros nos bancos de memória da Rede Globo, especificamente no site *Globo Media Center*, fizemos um recolhimento de outras cenas e em outros telejornais da emissora anteriores ao período analisado. São registros que mostram essa preocupação em nominar as imagens como sendo de um “cinegravista” amador. “Vinte pessoas morrem num acidente na rodovia BR-116, na Bahia”. A primeira ilustração desse recolhimento: “Imagens foram feitas por um cinegrafista amador, segundos após o acidente”.

Para facilitar a identificação, à direita das tabelas, classificamos as ocorrências inicialmente a partir daquilo que foi registrado pela narração do âncora. Primeiro, as marcas do próprio texto, assinaladas em negrito, classificam essas imagens. O que baliza nossa opção tem a ver com o conteúdo da mensagem e o *não dito* pelo texto (escrito/oral), mas expresso pelas imagens veiculadas durante a reportagem. É uma forma de entendermos as intenções do narrador e pressupormos as condições de produção ali imbricadas.

Um exemplo:

Tabela 1: exemplo de ocorrência

Gênero	Ocorrência
Flagrante Tragédia Oportunidade	Um acidente aéreo ocorrido nos arredores de Londres foi gravado por um cinegravista amador no momento em que um piloto se apresentava com um avião americano da Segunda Guerra Mundial. Ele perdeu o controle e caiu em parafuso. Trinta e cinco mil pessoas assistiam ao show

Apesar de breve, o texto acima traz a dramaticidade necessária à construção espetacular da cena apresentada. A narrativa funciona como uma legenda a suportar as imagens. Não expresso, agregam-se ao relato acima sons do acidente, como um “my Good...”, que complementam a construção da notícia e, não raras vezes, compõem as imagens desses cinegrafistas amadores nas matérias analisadas. Em ocorrências de incidentes registrados por câmeras de segurança, o áudio não é, via de regra, captado. Nesses casos, a veiculação produz sentido pela união da imagem e da narrativa do âncora, invariavelmente em *off-record*.

Há, todavia, imagens de flagrantes armados, por exemplo, pela Polícia Federal ou Ministério Público, na clara intenção de denunciar atos ilícitos, nas quais são incluídos sons ambientes às imagens da cena. Uma outra produção que não nos ocupamos nesta tese, mas que guardam importância como peça de denúncia e de interesse público, é a que utiliza apenas o áudio como referência. Geralmente são gravações de escutas telefônicas. Para ilustrar tais produções – invariavelmente com amparo legal de quem as produz – as emissoras colocam uma imagem estática simulando uma pessoa ao telefone, com as a tradução das falas em forma de diálogo-legendas. São recursos estratégicos que dão ao telespectador não só o áudio original da escuta telefônica, mas a sua degravação, conferindo credibilidade ao que é posto.

5.4 Fenômeno em curso: imagens amadoras para o *Jornal Nacional*

A compreensão de como essas imagens amadoras ingressam no campo de produção, primeiramente no espaço telejornalístico da Rede Globo e, adiante, na grande dos telejornais, por conseqüência no *Jornal Nacional*, é necessária para entendermos como os jornalistas da emissora pensam a *filtragem* dessas produções alheias. Os estudos de *newsmaking*⁷² tornam possível chegarmos à gênese do que sistematicamente observamos como leitores dessa produção telejornalística.

Para alguém dessa metodologia, podemos traçar perfis preliminares que possam nos conduzir ao que buscamos aqui. Afinal, penetrar nos ambientes e ler, a partir das *rotinas produtivas* operantes na indústria dos meios, permite averiguar, grosso modo, a hipótese de que algo está em curso no cenário telejornalístico. A enxergar um outro sistema de processos midiáticos, uma atividade resposta: um sistema de resposta social, um sistema de interação social sobre a mídia ou, mais sinteticamente, sistema de resposta social. (BRAGA, 2005:4)

Braga (2001), aliás, já abordara estas questões ao constatar que havia uma *interacionalidade* social ampla que garantia o retorno das leituras e interpretações para o sistema de produção, independente da interatividade restrita, de tipo conversacional. Do percurso de suas reflexões, extraímos não aquilo que diz respeito ao *feedback*, ou o “falar sobre a mídia”, mas de um processo no subsistema, ativado sem o objetivo de resposta ou retorno do que é provocado pela mídia. Não está presente um sistema *crítico*, mas sim a própria interação social sobre a mídia enquanto subsistema. Neste aspecto, focamos uma produção de um subsistema – a recepção, como se refere Braga – que alimenta o meio institucional produtivo.

⁷² *Newsmaking* trata, segundo Wolf (1995), da seleção das notícias através do que se convencionou chamar de noticiabilidade. Ou seja, o conjunto de elementos através do qual a mídia informativa controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, entre os quais selecionará as notícias. Utiliza-se do valores/notícia como um componente da noticiabilidade. Wolf aponta também que o termo refere-se à tendência baseada em técnicas de pesquisa participativa, pois o que importa nesse tipo de investigação é a presença do investigador no local.

Os processos em *ação-ampla* permitem-nos ver os processos midiáticos e o fluxo entre seus subsistemas, bem como a compreensão da própria formação das estruturas. Como faz Braga (2005), utilizamo-nos das lógicas segundo uma parametrização que nos permite ver, por exemplo, esse novo viés de fonte constituindo-se na sociedade, motivado por um conjunto material e simbólico ofertado de todas as direções. Nesse sentido, convém recordarmos as nossas preocupações. Como a ação da produção reelabora, ressignifica, ressemantiza o *olhar* do usuário, que filtros/angulações/enquadramentos/encaixes/ a produção dá a este material, e que motivações levam o telespectador a tornar-se um co-produtor de realidades?

Sabemos, todavia, que a resposta à terceira provocação, de imediato está na compreensão de que o resultado da ação do usuário é moldado por um padrão cultural de hábitos, tendências e lógicas e por objetivos comuns, ainda que não conscientemente pré-negociados. É um “sistema complexo, baseado em relações histórica e socialmente construídas”, como explica Braga (2005).

[...] o que podemos chamar de “sistema de produção” e de “sistema de usuário” apresentam essa mesma característica – sem que necessariamente seus dispositivos sociais operacionais façam sistema *institucionalizado*. O sistema produtor é aquele que funciona segundo o mesmo padrão geral de processos. O sistema usuário é ainda mais difuso, no que se refere a sua organicidade – o que não impede que seja estudado enquanto sistema social (BRAGA, 2005).

A aproximação interessada desses dois subsistemas está, aparentemente, mais acentuada e confere uma noção institucional de *participação*. Por mais curioso e atuante que seja, contudo, o *discurso cidadão* é atravessado pela prevalência das organizações, imbricada nos rituais próprios do telejornalismo: quanto mais versões chegar aos outros, mais intensa será a mediação jornalística no tipo de realidade discursiva que opera e seus regimes de crença.

Para esse processo, o *gatekeeper* Renato Ribeiro, diretor regional de Jornalismo da Rede Globo, Rio de Janeiro, acompanha-nos e dirime dúvidas sobre a captação e o percurso

feito por imagens amadoras. Mostra, de antemão, que a atividade jornalística preserva seu papel socialmente “legitimado para produzir construções da realidade que são publicamente relevantes” (ALSINA, 1989:18). Seu depoimento reforça a tese da participação da audiência na construção de realidades, mas cabe ao jornalista a competência para aceitar e selecionar os insumos produzidos pela fonte amadora, atribuindo-lhes sentido a partir dos conteúdos e práticas discursivas próprias do jornalismo. Firma, assim, um certo *acordo de cavalheiros*, um *contrato fiduciário social e historicamente definido* com a sociedade (TRAQUINA, 1993).

A Rede Globo, conforme Ribeiro, inicialmente segue normas jurídicas para a aquisição de imagens de amator e usa critérios editoriais para o aproveitamento do material ofertado. Ao recebê-lo, a emissora resguarda-se solicitando ao cinegrafista a “cessão de direito” e sua identificação completa, com autorização de uso das imagens e ainda com especificação do valor se as imagens forem compradas pela emissora, que possui um cadastro de fontes amadoras que abastecem periodicamente os telejornais. Parecem ter incorporado os critérios de noticiabilidade da emissora, separando o que tem valor-notícia e o que é puro entretenimento, como as “videocassetadas”:

Esse material [“videocassetadas”] vai diretamente para a produção do Faustão,⁷³ que é quem exhibe videocassetadas. Os amadores já sabem que o material que nos interessaria tem a ver com a notícia. Fatos do dia-a-dia, como incêndios, flagrantes em geral. Situações em que nossas câmeras não poderiam estar presentes naquela hora e local.

Quando da chegada dessas imagens ao Núcleo de Telejornalismo da Rede Globo, o material segue um fluxo pré-determinado.

O primeiro a ter contato com essas imagens é o chefe de reportagem. Ele pede ajuda ao supervisor dos cinegrafistas para uma avaliação inicial de qualidade técnica, tempo de gravação e observa o conteúdo jornalístico apresentado. Se houver interesse, o chefe de reportagem encaminha ao dire-

⁷³ Programa do Faustão, do gênero variedade/entretenimento, vai ao ar aos domingos à tarde, em rede nacional. Possui o quadro “Videocassetadas”, com a veiculação de flagrantes domésticos. São imagens de origem variada, nacional ou internacional.

tor regional de jornalismo para uma segunda avaliação. Só aí se decide pela aquisição do material. Se o amador estiver interessado em vender as imagens, mais uma negociação é feita a respeito do preço. Alguns chegam com o preço fechado, outros não sabem quanto vale aquelas imagens ou não desejam dinheiro e sim a assinatura do nome deles nas imagens. Aí é caso a caso. O material vale tanto quanto pela importância jornalística.

Ao ser aceito nesse primeiro “portão”, as imagens amadoras são avaliadas editorialmente. “Aí depende do perfil de cada jornal”, afirma Ribeiro.

[...] uma imagem pode ser interessantes para um jornal local ou para um jornal chamado de rede, com exibição nacional, como o *Jornal Nacional*, *Bom Dia Brasil*, *Jornal da Globo*, *Jornal Hoje* ou até mesmo o *Fantástico*. Depois de negociado com o jornal de destino, o editor chefe desse jornal e sua equipe tomam conta da imagem... que tratamento vão dar, que texto será feito para vender o assunto registrado pela câmera do amador, quanto tempo merece aquela imagem no ar, se o material será ampliado para uma reportagem com a participação de repórter ou se valerá apenas uma imagem narrada pelo apresentador do jornal, o que determina tudo isso é o peso da notícia, o interesse público.

A participação do autor das imagens, segundo o diretor, restringe-se ao processo de negociação, à assinatura do termo de cessão e ao repasse de informações referentes às imagens que ele está vendendo/cedendo. Sua atuação pára neste momento, quando o material bruto ingressa aí no processo de edição da emissora.

Quem cuida desse processo é o editor do jornal, de posse das imagens e das informações passadas pelo amador, que deve informar dia, hora, local, como filmou e qual era o fato ocorrido, quem são os personagens, quem são os personagens, informações objetivas sobre o seu flagrante.

Esse questionamento, entretanto, não é suficiente. O material ingressa na linha de produção e, assim, tem de ser submetido às condições da emissora. Ribeiro esclarece:

Não utilizamos apenas as informações do amador, checamos, apuramos com outras fontes informações complementares. Exemplo: o amador traz um bom flagrante de um grande incêndio, ele tem as informações do momento, do registro que ele fez, precisamos aí complementar com fontes oficiais, que nos dêem os detalhes do acontecimento, não há como pôr no ar informações vindas apenas do amador. Ele não é jornalista, não apura o fato com todos os detalhes necessários. Checamos tudo, detalhadamente. Se são imagens que podem comprometer alguém ou alguma instituição, merecem apuração absolutamente confiável antes de ir ao ar. Esgotamos todas as fontes de consulta, afinal, não é material gerado por nossa equipe de reportagem.

As imagens recebidas não são catalogadas por gênero (policial, catástrofes, acidentes, flagrantes...). “O que é recebido é avaliado de forma geral, aprovado e encaminhado ao telejornal de destino”, afirma Ribeiro. Nessa análise e seleção do produto *in natura*, a equipe dos telejornais rejeita imagens que possuam conteúdo que extrapolem o interesse público – “imagens sensacionalistas ou que agridem o telespectador”.

Imagens como as produzidas no momento seguinte às explosões que desenharam o atentado ao trem londrino em 7 de julho de 2005, quando um passageiro de um dos vagões atacados por terroristas levantou seu celular e gravou segundos de pânico, ainda são raras de serem recebidas pela Rede Globo. “Aqueles imagens são um registro inédito. Elas foram captadas numa circunstância em que seria praticamente impossível de se obter com uma câmera profissional ou até mesmo amadora. Mas é raro e como tem valor histórico são imediatamente aceitas”, comenta Ribeiro.

Um situação que serviu como uma *lição* do uso do celular para o registro de cenas com alto valor de noticiabilidade ocorreu quando do seqüestro do ônibus 499, no Rio de Janeiro. Um dos passageiros usou seu aparelho para captar imagens da ação. No dia do seqüestro, imagens foram veiculadas ao vivo pelas principais emissoras do país. Entretanto, um dia após a ocorrência, as cenas gravadas pelo passageiro já estavam sendo mostradas pelo *Jornal Nacional*.⁷⁴

5.4.1 As condições para a produção do *Jornal Nacional*

O que é produzido por essas fontes amadoras não chega a rivalizar com as equipes de repórteres cinematográficos da Rede Globo. Como não há, segundo Renato Ribeiro, esforço

⁷⁴ No dia 11 de novembro de 2006, o *Jornal Nacional* veiculou imagens do seqüestro do ônibus 499, na Baixada Fluminense, no Rio de Janeiro. Um dos reféns registrou imagens pelo telefone celular da ação violenta que sofreu a mulher Cristina Ribeiro vítima do ciúme do ex-marido André Luiz Ribeiro da Silva. As cenas mostram os momentos de pânico que passou sob a mira de uma arma durante dez horas. Imagens exclusivas mostram que André segurava Cristina pelos cabelos e apontava a arma para a cabeça dela. Um passageiro tenta acalmar o seqüestrador. Ver mais detalhes no quadro de ocorrências no final desta parte.

capaz de cobrir todos os acontecimentos jornalísticos de uma cidade grande como Rio de Janeiro e São Paulo, imagens do cotidiano, geralmente interessam à emissora. Assim, são aproveitados bons flagrantes para lá encaminhados.

Ribeiro destaca que “há colaboradores informais, gente que está no local e na hora do fato e registra esses momentos. Eles nos procuram e oferecem seus produtos que são muito bem checados antes de ir ao ar”. Não existe, entretanto, um departamento exclusivo para o acolhimento da produção amadora, como fazem hoje jornais e sites de informação, que promovem o chamamento dessas fontes colaborativas. A falta de estímulo direto se justifica por ser a Globo caminho freqüente de ofertas, devido a sua capacidade de cobertura e sua audiência.

Todo o material informativo amador que chega à Central Globo de Jornalismo é considerado como “uma colaboração valiosa, de grande importância para a construção de uma boa história”. Ribeiro reforça: “Um amador está onde só ele poderia estar quando ocorre a notícia, daí a riqueza desse trabalho”. Todavia, procura valorizar o trabalho do seu quadro de cinegrafistas, deixando claro que as imagens amadoras pertencem ao que se considera no jornalismo como fonte de informação:

Não é todo o dia que nos chegam imagens de amadores. Nossas equipes estão nas ruas dia e noite em busca de imagens diferenciadas. Há de se registrar a presença em primeira mão de nossas câmeras, como em tráfico de drogas, conflitos em manifestações, violência nas praias cariocas. São fatos constantes em nossa cobertura do dia a dia. Mesmo que nos sirvamos de um flagrante específico dos amadores, ampliaremos esse contexto, acrescentaremos fatos novos e abordagens diversas no sentido de enriquecer a história.

A partir do que é exposto por Ribeiro, é possível perceber ora uma valorização do material recebido de amadores, ora uma avaliação tão somente de uma informação procedente de uma das fontes do telejornalismo. O que se destaca, de outra maneira, é que há em pauta um movimento de cooperação de um subsistema (da audiência) a outro, o conjunto ritualizado do espaço de produção midiático. De parte desse amador, há um movimento interessado menos

na causa que elevaria sua produção ao status de uma espécie de exercício informal de *jornalismo participativo*⁷⁵, conforme identificam hoje pesquisadores norte-americanos e europeus, e mais na possibilidade de fazer dessa colaboração um comércio. O amador sabe que tem em mãos um capital simbólico capaz de romper barreiras e imiscuir-se no “sagrado” campo de produção telejornalístico.

Na condição de suporte emissor, a Central Globo de Jornalismo toma esse amador como fonte, que sai da condição de coadjuvante no processo de construção para figura mais ou menos pró-ativa no cenário produtivo. Do informacional, passa à posição comunicacional, num diálogo “face-a-face”: a fonte amadora agenda os meios a partir da oferta do recorte genuíno de um dado acontecimento. Quanto mais valor, mais capacidade essa agenda terá sobre a mídia informativa. O tema proposto pelo cinegrafista amador coloca a redação telejornalística na condição de pensar sobre a versão da realidade “vendida” pelo amador.

Se no processo de mediação, utilizado aqui não restrito ao conceito de mediação do contato com a realidade social, mas a vários processos diferentes,⁷⁶ a notícia for pouco valorizada pelo telejornalismo, menor será a chance dessa notícia se pôr como “tema” à reflexão das pessoas. Por outro lado, se o conteúdo da notícia for marcado e enquadrado pelo jornalista num dado contexto familiar de referência e de acordo com uma certa estrutura latente de significado (MCQUAIL, 2003:501), sua capacidade de agendamento crescerá.

⁷⁵ Especificamente, o termo *jornalismo participativo* é utilizado por Shayne Bowman e Chris Willis, na pesquisa **We Media: How audiences are shaping the future of news and information**, que diz respeito ao jornalismo no qual o receptor participa ativamente do processo de reportagem, análise e disseminação de dados informativos. Exemplo dessa prática, nominado pelos autores como a “década dourada do jornalismo”: *Slashdot.org*, *Wikinews* e o coreano *Oh! My News*. Além de *jornalismo participativo*, essa nova prática pode ser conhecida como *open source*, *citizen journalism*, *democracia digital* e *e-democracia*.

⁷⁶ A mediação usada aqui refere-se à obtenção de informação em segunda mão das versões de acontecimentos e condições que não é possível a nós observar diretamente. Refere-se também aos esforços de outros atores e instituições da sociedade para nos contatarem para os seus próprios fins, entendendo-se atores e instituições os políticos, peritos e autoridades de todos os tipos, referindo-se aos modos indireto como formamos as nossas percepções de grupos e culturas a que não pertencemos (MCQUAIL, 2003:67).

A mediação promovida pela televisão é uma forma de relação mais distante, impessoal e fraca do que as ligações diretas, porém, é a mais persuasiva. Com o desenvolvimento da tecnologia, segundo McQuail (2003), fragilizou esta divisão simples, uma vez que uma fatia muito grande da comunicação, portanto, do nosso contato com os outros e com a realidade do nosso ambiente, é mediada através da tecnologia (telefone, computador, fax, mail etc), embora numa base individual e privada (MCQUAIL, 2003:68). A noção de mediação (construção) pelos meios entre nós e a realidade não passa de “metáfora” para o autor, pois cada meio constrói imagens próprias que nos ligam à realidade.

Há um mecanismo engendrado nas rotinas produtivas do telejornalismo que está amalgamando com rapidez um fenômeno intrigante aos olhos atentos do telespectador: um conjunto categorizado de fonte para o jornalismo. Não é simplesmente a invenção de mecanismos para se chegar a um dado fenômeno. Tal “mecanismo” gera um “fenômeno” que “tem a ver com o mundo em que vivemos”, para aproveitarmos o que afirma Maturana (1999). Entendemos que as interações midiáticas, desde sempre, dizem que a sociedade age e produz. Não só com os meios de comunicação, ao desenvolvê-los e atribuir-lhes objetivos e processos, mas sobre os seus produtos, redirecionando-os e atribuindo-lhes sentido social.

5.5 Identificação e tipificação das ocorrências

O recolhimento das ocorrências ao longo do período de observação – de 2003 a 2006 – no possibilitou um amplo conjunto de marcas dessa participação de uma outra fonte de informação à construção telejornalística. Como já referido, cada ocorrência apresenta texto extraído da fala do apresentador referente às imagens veiculadas pelo *Jornal Nacional*. Por opção metodológica, ficamos com a análise do texto e, dependendo da ocorrência, faremos a relação entre as duas linguagens. Assim, diante de 325 casos coletados, constituímos nosso *corpus* com aqueles que possuíam informações suficientes para responder à questão desta tese: há em marcha um fenômeno que aponta para a colaboração *participativa* da fonte amadora?

Trabalhamos com 55 ocorrências.⁷⁷ Destas, selecionamos 12 que julgamos relevantes para servirem de amostra quanto à pluralidade de fontes e diversidade de gêneros. Para dar visibilidade à leitura do “cinigrafista amador” na parte que aborda a análise das ocorrências, optamos por destacar o termo usando recurso de negrito. O material aqui exposto foi coletado, inicialmente, a partir de gravações em vídeo e posterior degravação; mais adiante, nos valemos da própria organização da Rede Globo, que passou a disponibilizar texto/imagem em seu do banco de dados virtual *Globo Media Center*.

Para a compreensão dessa proposta metodológica de tipificação e análise, apresentamos a seguir o quadro-síntese que enlaça as ocorrências escolhidas e que compõe nosso *corpus*. Cada categoria, por nós também chamada de *categoria-manchete*, por anunciar ou representar a essência do conteúdo de cada ocorrência, tem vinculação com determinado(s) gênero(s) nela identificado(s).

Em seguida, abordamos mais especificadamente a nomenclatura que pretende dar conta desse diagnóstico, que criamos para realizar a análise a partir de dois pontos de produção: primeiro, quem captou as imagens; segundo, a Globo, que as enquadrrou. Para além disso, a *categoria-manchete* nos dá a oportunidade de pôr à luz o implícito que tais imagens carregam. A disposição das ocorrências tem como critério a explicitação de cada categoria, não considerando a ordenação temporal.

⁷⁷ O quadro completo das referências está nos anexos deste trabalho. Nele apresentamos ocorrências trabalhadas, no período de 2003 a 2006, das quais foram selecionadas as 12 ocorrências que constituíram nosso *corpus*.

Tabela 2: Tipologia de ocorrências⁷⁸

Categoria	Ocorrência	Gênero
Flagrante policial 05.03.2003	[...] O Ministério Público quer punir os jovens que aterrorizaram motoristas na orla de Praia Grande, na baixada santista, neste carnaval. O flagrante de violência foi gravado por um cinigrafista amador na noite de segunda-feira.	Flagrante Denúncia
Registro do fantástico 29.04.2003	[...] Explicações diferentes para um objeto voador não identificado no céu da Bahia. [...] Imagens de um rastro luminoso no céu foram registradas por um cinigrafista amador e analisadas no Observatório Antares em Feira de Santana.	Fantástico Registro
Olhar turístico 17.10.2003	Cinegrafista amador capta a emoção das últimas horas da operação que resgatou os brasileiros na Bolívia, um documentário feito pelos próprios turistas, em La Paz, no olho da rebelião popular. O momento emocionante foi registrado por uma câmera amadora de turistas de São Paulo, que visitavam a Bolívia na hora errada.	Registro Oportunidade
Denúncia anônima 15.09.2003	[...] No pátio da carceragem da delegacia do centro de Niterói, esgoto a céu aberto, sujeira, rede elétrica sem conservação. Nesta segunda-feira, dois presos fugiram por um buraco, que já ganhou novas barras de ferro. As imagens gravadas por um cinigrafista amador mostram celas superlotadas, presos pendurados em redes, sem espaço para dormir. A cadeia tem capacidade para 150 homens, mas hoje abriga 520.	Denúncia Reivindicação
Imagens em suas condições de produção 16.01.2004	A corregedoria da PM abriu inquérito para apurar a morte de dois bandidos durante uma perseguição na zona sul. Na ação, um empresário, vítima de seqüestro relâmpago, foi libertado. Imagens feitas por um cinigrafista amador mostram o momento em que um dos ladrões está deitado no chão, rendido pelos policiais. Segundos depois, enquanto o cinigrafista tenta ajustar a câmera , ouve-se um tiro. O cinigrafista amador se assusta. Pouco depois, quando a imagem volta a ficar nítida, os dois bandidos estão no camburão. Junto com eles embarca um policial. O carro sai em alta velocidade.	Flagrante Testemunha
Circuitos de vigilância 22.06.2004	Flagrante de um assalto a um restaurante na zona sul de São Paulo. O circuito interno de TV registrou o momento em que os ladrões entraram no local e renderam os funcionários. Todos fugiram num carro importado.	Flagrante Oportunidade

⁷⁸ Essas ocorrências foram transcritas aqui a partir de observação do *Jornal Nacional*, de 2003 a 2006.

Imagens de complementação	Novas imagens da destruição - O governo da Indonésia informou que não pode mais garantir a segurança dos voluntários e trabalhadores de ajuda humanitária que estão na província de Atche, uma das mais destruídas pelas ondas gigantes. O Exército indonésio acusou os rebeldes separatistas do Movimento Pela Libertação de Atche de atacar comboios que levam socorro para a região. Novas imagens mostram a destruição das tsunamis. O vídeo gravado por um mergulhador da Finlândia mostra o momento em que as tsunamis invadem a ilha de Koh Racha, na Tailândia. A água inunda um hotel. Uma segunda onda chega ao restaurante. Uma pessoa morreu nesta ilha.	Registro Oportunidade
11.01.2005		
Flagrante armado	O fiscal corrupto escolheu como vítima o maior sindicato de trabalhadores da América Latina - que representa 300 mil metalúrgicos em São Paulo. Ao presidente do sindicato, o fiscal entregou um documento, com o valor da suposta dívida: quase R\$ 2 milhões. E mais: o sindicato perderia a possibilidade de continuar pagando parceladamente uma dívida anterior com o INSS. Mas o fiscal apresentou outra opção: o sindicato poderia recolher ao INSS menos da metade da suposta dívida. E, em 60 vezes, desde que pagasse propina. Na sexta-feira passada, o sindicato pagou parte da propina: R\$ 100 mil em dinheiro vivo. E o sindicato procurou a Polícia Federal. O encontro para o pagamento da segunda parte da propina foi marcado para às 15h, na sede do Sindicato dos Metalúrgicos, no centro de São Paulo. Câmeras foram montadas no 11º andar - na mesma sala onde o fiscal trabalhou durante a auditoria. As imagens mostraram toda a negociação. Quando o fiscal acaba de guardar o dinheiro, policiais federais descem para o flagrante de corrupção.	Flagrante
03.03.2006		
Câmera de segurança	No centro de Belo Horizonte, um cinegravista amador , registrou durante dez dias a ação de criminosos na rua. O grupo de assaltantes age de surpresa. A vítima é imobilizada com uma gravata, que provoca desmaios e poucos conseguem reagir. Com o dinheiro roubado, os assaltantes compram cocaína, maconha e se drogam na rua. Depois de um assalto, a polícia atendeu ao chamado de uma vítima e prendeu um dos assaltantes, mas depois que os policiais foram embora, a violência continuou.	Registro Flagrante Denúncia
21.05.2004		

<p>Câmera al-cagüeta</p> <p>24.01.2006</p>	<p>Crime diante das câmeras: eles agem como freqüentadores comuns. Retiram os tíquetes do estacionamento e se dividem: um vestido de policial e outro de segurança - dão cobertura ao grupo. Dentro do banco, dois homens se passam por clientes. Eles esperam que os seguranças com os malotes cheguem perto da saída para rendê-los. De repente, começam a atirar. Na fuga, derrubam a cancela do estacionamento. A ação deixou dois vigias mortos e um ferido. Dois clientes do banco também foram baleados. E os ladrões não levaram um tostão. Nos malotes, só havia documentos. Logo depois do crime, a polícia conseguiu prender três homens. Todos estavam armados. A suspeita é que pelo menos um deles tenha participado da tentativa de assalto. A polícia investiga se as armas apreendidas com o grupo foram usadas no crime. E espera identificar a quadrilha com a divulgação das imagens.</p>	<p>Flagrante</p>
<p>Câmera corporativa</p> <p>27.05.2006</p>	<p>Imagens de uma revista nas celas de Presidente Bernardes - As imagens que o Brasil conhece do presídio de segurança máxima de Presidente Bernardes são as de uma caixa de concreto, uma construção projetada para confinar bandidos violentos e perigosos. Mas agora você vai ver o presídio por dentro. As cenas foram feitas durante uma revista às celas e revelam que o rigor da prisão não impede que os detentos intimidem e ameacem os agentes penitenciários. As cenas foram gravadas uma semana depois do fim dos ataques dos bandidos contra a polícia de São Paulo. Cem agentes penitenciários de várias cidades do estado participaram da revista. As imagens foram obtidas pela revista Época. A edição que chega às bancas neste fim de semana mostra uma conversa entre Marcos Camacho, o Marcola, e um agente penitenciário durante uma revista. O vídeo foi gravado por um dos funcionários. [...] Assim que os agentes entram, os presos começam a bater nas celas e gritam. São 152 celas. 152 presos. Uma delas é o principal alvo. É ali que está Marcola. Ele é algemado à porta. O rapaz com a filmadora acompanha tudo do lado de fora [...]</p>	<p>Testemunha</p>
<p>Câmera com o “olho do dono”</p> <p>05.10.2006</p>	<p>A polícia prendeu em Uberlândia-MG, uma babá acusada de torturar um bebê de 1 ano e 9 meses. Uma câmera registrou os maus-tratos no bebê, que tem a síndrome de Down. Érica de Oliveira Morais, de 19 anos, foi presa em casa. No depoimento à polícia, a babá não escondeu o crime. Confessou que foram muitas as agressões, mas falou que a criança é uma menina muito boa e que não dava nenhum trabalho. [...] “Um vizinho falou que ela estava chorando quase todos os dias e, logo depois, apareceram lesões na pele, que a babá não soube explicar. Então, resolvemos colocar as câmeras”, conta a mãe da menina. Nas imagens, Érica puxa o bebê com força, levanta a menina pela bochecha, bate nas mãos e a joga do sofá.</p>	<p>Registro</p> <p>Flagrante</p> <p>Testemunha</p>

5.6 Categoria-manchete: origem, enquadramento e intenção

As ocorrências acima sintetizam preliminarmente um conjunto de possibilidades de fontes. A amostragem permite a categorização por grandes eixos a partir de *imagem-objetivo*. A categorização em forma de manchete anuncia conteúdos que trazem particularidades na ordem das instituições: das que fornecem as imagens e da que enquadra e veicula. Abaixo, propomo-nos a desdobrar tais categorias. A partir dos enunciados, analisamos as marcas deixadas pelo enunciador.

O objetivo é verificarmos o grau de participação da fonte amadora na produção do telejornal *JN*. Repetimos, a seguir, as categorias antes mencionadas, mas agora “lendo” as estratégias imbricadas na ocorrência escolhida, que engloba, na sua origem, imagem e texto oral (narrativa). Não estamos aqui verificando a intensidade de intervenção do âncora na transmissão do discurso.

5.6.1 Flagrante policial

As imagens dessa ocorrência foram produzidas por “um **cinigrafista amador**” e servem como prova cabal. Afinal, é um “flagrante de violência” e o “Ministério Público quer punir os jovens que aterrorizaram motoristas”. O exemplo é recorrente nas amostras coletadas e dá a entender um certo grau de cumplicidade entre o telejornal e os órgãos públicos. Nesse caso, há uma nítida vontade de que sejam mostradas as imagens para que a veiculação surta efeito de busca e identificação dos agressores. É importante frisarmos que, dentre nossas observações, tais estratégias carregam um tom de complementaridade. Imagens são acolhidas pela equipe de telejornalismo, que as repassa ao órgão público competente que, por sua vez, se manifesta – em muitos casos – juntamente com a veiculação das imagens. Ou seja, no caso-

exemplo, o telejornal *faz ver* a cena-flagrante e denuncia a ação criminal ao Ministério Público.

5.6.2 Registro do fantástico

Mesmo que o jornalismo seja um lugar da racionalidade, da linguagem objetiva e referencial, não da imaginação (MOTTA, 2006), esse exemplo traz o “fantástico” em relatos noticiosos. É uma categoria com rara aparição. Nesse caso, é uma narrativa imagética que remete a um acontecimento de *evento incerto e fortuito, não esperado*. É um acontecimento radical e ilógico e está na ordem do inverossímil na sua “radical excepcionalidade”. Não se apresenta apenas como um fato incomum, mas insólito ou fantástico (MOTTA, 2006).

O enunciado diz: “Explicações diferentes para um objeto voador não identificado no céu da Bahia [...]”. Ou seja, “o fato insólito é menos compreendido, provoca uma comoção de tipo diferente, sua explicação pode escapar ao racional e muitas vezes remete a imaginários coletivos, remete a causas espirituais e até mesmo à intervenção divina. Não podem se imediatamente entendidos”. (MOTTA, 2006:64) Provoca comoção do tipo espanto, extraordinário, como ocorreu com a “santa na janela”, em 2002, na região leste da Grande São Paulo.⁷⁹ O jornalismo parece “flertar com o absurdo” ao dar guarida a essas informações, carregadas de um tom mítico dado a ver por um relato fantástico de tradição oral. “[...] Imagens de um rastro luminoso no céu foram registradas por um **cinegravista amador**”. No momento que o jornalista se sente atraído e liberado pela imaginação, pode-se observar com mais riqueza o fascinante jogo de contrários entre o *mythos* e o *logos* no jornalismo.

⁷⁹ O “fenômeno” foi descoberto no dia 14 de julho e dezenas de pessoas passaram a se aglomerar na frente de uma casa simples. No vidro da janela do quarto da dona da casa, puderam ser vistos da rua traços que sugeririam a imagem de uma mulher com um véu branco na cabeça. Representantes da Igreja Católica foram ao local, com a hipótese de que seria uma aparição da Virgem Maria. Caravanas do Rio de Janeiro e da Bahia foram organizadas para visitaço. Um professor da USP, porm, levantou as hipteses de iluso de tica, pois de dentro da casa no se via a imagem. A iluso seria causada pelo reflexo do sol ou de alguma outra fonte de luz sobre o vidro; ou ainda de problemas com o vidro da janela j que o vidro teria sofrido com a grande variao de temperatura ocorrida em So Paulo naqueles dias, o que teria causado uma tenso mecnica interna no material.

5.6.3 Olhar turístico

A fonte turística parece *tudo ver* e capacita-se, por óbvio, a *registrar tudo*. Em suas andanças por lugares compreendidos por ela como exóticos, seu olhar está armado, pronto para a captura do diferente, do inusitado, do espetacular. No exemplo, o **cinegrafista amador** é nominado como *turista*. É um sujeito que compreende o momento e “capta a emoção das últimas horas da operação que resgatou os brasileiros na Bolívia”. Torna-se aos olhos do telejornal, um documentarista que registra e procura seguir mais ou menos o que entende por “reportagem”.

Esse **cinegrafista amador** se representa a partir dos critérios classificatórios a seu dispor, os meios pelos quais aloca significado ao mundo das coisas e dos seres. Como diz Lima (1980), é por eles que o mundo se faz significativo. “E o choque de significações, de imediato, resulta do choque de representações”. Num processo de *mimeses*, o turista demonstra sua capacidade de classificar e atualizar a situação em que se encontra. Da forma como se processam as relações humanas, ele capta o momento emocionante na volta a São Paulo dos turistas que “visitavam a Bolívia na hora errada”.

5.6.4 Denúncia anônima

A imagem traz à luz informações de um ambiente inexpugnável e legalmente protegido dos olhares do mundo midiático. Só mesmo um “olhar anônimo” e interessado para fornecer tais dados. A fonte amadora é protegida pelo enunciado telejornalístico, que descreve que algo não vai bem no pátio da carceragem da delegacia do centro de Niterói. Imagens mostram esgoto a céu aberto, sujeira e uma rede elétrica sem conservação. As informações reforçam a condição do telejornal, como de resto o é a televisão. Ou seja, está aí para “disciplinar” ou “controlar”, palavras-chave na modernidade televisual. A situação encontrada pelo **cinegra-**

fista amador na cadeia tem de passar pela mídia. Se assim não o fizer, não há poder de reivindicação ou punição. (Gomes, 2003) Somado a esse registro, a notícia ganha contornos de reivindicação com o enunciado jornalístico informando que a cadeia tem capacidade para 150 homens, “mas hoje abriga 520”.

5.6.5 Imagens em suas condições de produção

Para além das imagens que poderiam enaltecer a ação da polícia no combate à violência, a seqüência obtida pela fonte amadora deixa evidente duas intenções: o procedimento duvidoso dos policiais quanto à prisão dos bandidos, e a estratégia discursiva adotada pelo telejornal para dar ainda mais veracidade ao acontecimento, lançando dúvidas quanto à ação da PM. “[...] enquanto o cinegrafista tenta ajustar a câmera, ouve-se um tiro. O **cinegrafista amador** se assusta. Pouco depois, quando a imagem volta a ficar nítida, os dois bandidos estão no camburão. Junto com eles embarca um policial [...]”. Imagem e texto oral juntam-se para mostrar as condições sob as quais a cena foi captada. Ou seja, o **cinegrafista amador** tem papel preponderante no contexto da narrativa.

Sob o ponto de vista do telejornal, é ele que dá vida à ação e torna a narrativa igualmente mais “verdadeira”. Passa a sensação ao telespectador de que “alguém” estava à espreita, mais do que olhando, registrando todos os passos. No momento do “susto”, o “sujeito oculto” protege-se e por um instante deixa de “olhar” a cena, mas logo retoma o foco. A descrição dá conta de uma quebra de ritmo nas imagens e que se faz necessário o uso de uma “legenda”. Para cada solavanco da imagem há uma explicação. E essa forma de narrar, que aponta os movimentos e suas razões, teatraliza sobremaneira a cena. Evita, contudo, que imagem e som ganhem *status* de uma dramaturgia, de um esquete preparado para representar uma situação, comumente nominado por simulação.

5.6.6 Circuitos de vigilância

São imagens cada vez mais em uso na medida em que as instituições munem-se de aparatos de vigilância. A presença desses “olhos eletrônicos” infiltra-se por corredores, elevadores, garagens ou qualquer outro espaço – público ou privado - que se destina espiar. Possibilitam às empresas o flagrante policial, o registro necessário para acusar a partir da identificação do *quem foi* e o *que fez*. Trabalham com uma espécie de rede de pescar: ficam ali, num ponto estratégico, 24 horas. Não há como escapar desse negócio seguro e lucrativo.⁸⁰

O resultado dessa “pescaria” eletrônica tem fornecido dados não apenas para as empresas de segurança, como para a polícia e, indiscutivelmente, para as emissoras de televisão, que se abastecem dessas cenas por suas imagens espetaculares e que mostram os diversos *modus operandi*. Cria, de outra forma, uma espécie de *Panoptico*, a figura arquitetônica do filósofo utilitarista inglês do século XVIII Jeremy Bentham (2000) que incorpora uma torre central que permite o controle pela visualização interna e externa dos ocupantes das células individuais que circundam a torre. São examinados coletiva ou individualmente por um observador na torre que não pode ser visto, como as modernas câmeras de vigilância: permitem ver sem ser vistas, a essência do poder de Foucault (1977).

5.6.7 Imagens de complementação

Essa característica demonstra uma forma de os telejornais darem seqüência a um grande evento, como 11 de setembro ou as ondas gigantes – tsunamis. O exemplo foi extraído

⁸⁰ Para se ter uma idéia do quão lucrativa é essa “indústria da vigilância”, moradores do bairro de Shoreditch, no leste de Londres, recebem na própria TV imagens da vizinhança filmadas por câmeras de circuito fechado. O projeto "Digital Bridge" tem o objetivo de combater crimes e atos de vandalismo na região. Pelo sistema, se os moradores perceberem algo estranho acontecendo nas ruas do bairro, podem ligar para a polícia, utilizando uma linha direta. O serviço transforma a TV num pequeno computador com banda larga e capacidade ainda de receber alertas da polícia no caso de incidentes. A idéia partiu dos próprios moradores, que não têm o controle das câmeras e, portanto, não podem aproximar a imagem e identificar quem está passando na rua ou entrando num bar. Quando os policiais recebem uma ligação, o acesso da imagem aos moradores é desligado e a polícia passa a ter controle sobre a câmera. O acesso é de graça nos primeiros três meses, depois o custo é de 3,5 libras esterlinas por mês. Ver mais em <http://www.bbc.co.uk/portuguese/>, acessado em 12/11/2006.

de uma série de matérias sobre o fenômeno geológico e suas conseqüências. A cada dia, mais imagens amadoras chegavam às redações dos telejornais e a agenda midiática recolocava o tema na ordem do dia. Durante um mês, o *Jornal Nacional* divulgou cinco novas imagens vindas de agências internacionais, com as seguintes chamadas: *Tragédia não pára de aumentar* (06.01.2005); *Novas cenas da tragédia* (08.01.2005); *Novas imagens da destruição* (11.01.2005); *Tsunamis: novas imagens da destruição* (31.01.2005); *Divulgado vídeo com imagens do terremoto que provocou as ondas gigantes na Indonésia* (01.02.2005).

Assim como nos Estados Unidos, quando dos atentados às Torres Gêmeas, as imagens *indiciais* do pós-tsunami deram lugar às cenas *icônicas* gravadas por turistas ou nativos que se postavam no momento da catástrofe em posição de registro. Aos poucos, o telespectador foi montando a cena original numa espécie de quebra-cabeça. A seqüência de imagens amadoras não apenas deu possibilidade de revelação da extensão do incidente, como mostrou a capacidade de complementação da cena original a partir da composição de registros vindos de diferentes postos de observação. Foi a partir dessas imagens do cataclisma que nós passamos a viver o drama daqueles lugares tão distantes.

5.6.8 Flagrante armado

Estratégias de armar ciladas desde sempre são usadas pelos órgãos governamentais para vigiar e punir seus servidores. Entretanto, mais recentemente, a televisão passou a ser o suporte na veiculação dessas armadilhas. As cenas gravadas mostram toda a negociação e o momento exato do flagrante do fiscal corrupto dado pela Polícia Federal, numa sensação que dá a perceber uma autorização do nosso acesso ao real. A atuação da Polícia Federal beneficiou duas instituições: o próprio órgão policial, que viu midiaticizada a sua ação e, conseqüentemente, exemplar para estancar ou inibir momentaneamente os atos de corrupção envolvendo servidores públicos; e o telejornal, que percebeu o alto grau de noticiabilidade contido nas imagens cedidas pela PF.

5.6.9 Câmera campana

Assemelha-se ao critério de *Flagrante policial*. Diferencia-se, contudo, pela disposição à campana (tática policial) do **cinematógrafo amador**. É uma adaptação do que há muito é feito pelas equipes de telejornalismo em suas empreitadas na consecução da prática do jornalismo investigativo. São informações relevantes quando editadas e apresentadas na grade do telejornal. Conforme o enunciado da ocorrência, o cinematógrafo registrou durante dez dias a ação criminosa, permitindo ao *Jornal Nacional* o uso sumarizado dos crimes praticados, desvelando procedimentos dos assaltantes e a intervenção policial.

Caso semelhante – e que foi o começo desse tipo de captura amadora a partir do uso da campana – foi registrado em 31 de março de 1997, quando um cinematógrafo desempregado, identificado inicialmente como “amador”, flagrou um grupo de dez policiais militares que torturava, espancava, constrangia e assassinava vítimas impotentes na favela Naval, em Diadema, na Grande São Paulo. Quando veiculadas, as cenas proporcionaram ao *Jornal Nacional* 45 pontos no Ibope.

A captura das imagens, portanto, não é fruto do inesperado do acontecimento. É obra também de paciência, de efetiva campana da fonte que, de antemão, sabe onde está o ponto conflagrado, como ocorreu no centro de Belo Horizonte. Mostra, também, uma forte tendência da recepção em “armar-se” com câmeras e disposição à observação, munida de informações para flagrar cenas como essas. É um recurso que cresce proporcionalmente ao desenvolvimento e barateamento das ferramentas tecnológicas.

5.6.10 Câmera “alcagüeta”

O expediente era muito utilizado pelos jornais. Em parceria com os impressos, a polícia fazia circular imagens de delinquentes foragidos. A leitura habitual dos periódicos, fazia com que os consumidores fatalmente reconhecessem-no e denunciasses-no à Delegacia de

Polícia mais próxima. Modernamente, com a televisão a relação dá a entender que é a mesma. Há uma cumplicidade entre meio e órgão público, numa manobra que beira ao escambo: veicula em primeira mão, garante audiência e ainda ajuda a polícia na captura.

Uma atitude que escapa às relações “saudáveis” entre imprensa e fonte. Nessa troca, o jornalista se assemelha a “Judas”, “dedo-duro”, “alcagüeta”, “dedo de seta”, “linguareto” ou “apontador”, algumas denominações utilizadas para o indivíduo que entrega seus comparsas de atos ilícitos. Não se trata de altruísmo ou “crise de consciência”, mas sim de um instituto jurídico: a delação premiada. Nessa relação, tanto mídia quanto polícia angariam frutos dessa relação. Tomada como prática recorrente, essa troca de favores dá às redações a possibilidade de, ali adiante, ter de recorrer a imagens produzidas por órgãos públicos. Como retribuição à ação generosa do telejornal, não raras vezes esse é beneficiado com “imagens exclusivas”, proporcionando o tão almejado furo jornalístico.

5.6.11 Câmera corporativa

Em um processo de agendamento, as instituições igualmente pautam os meios, como nessa ocorrência. A fala do âncora já enquadra as imagens produzidas, dando a elas um status de exclusividade por sua capacidade de trazer ao espectador aquilo que nem mesmo o *Jornal Nacional* poderia desvelar. “As imagens que o Brasil conhece do presídio de segurança máxima de Presidente Bernardes são as de uma caixa de concreto [...]. Mas agora você vai ver o presídio por dentro [...]”, anuncia o telejornal, num claro enaltecimento de um esforço da fonte amadora. Sem ela tudo isso não poderia ser mostrado o Brasil. Em seguida, processa-se a revista às celas do presídio.

O *JN* assume o papel de “mestre de cerimônias” e vai narrando passo a passo aquilo é apresentado pelo vídeo gravado por “um dos funcionários” da carceragem do presídio. Esse **cinigrafista amador** limita-se a dar a conhecer informações francamente favoráveis ao seu grupo, colocando os presidiários na condição legalmente proposta. Entretanto, não deixa de

pôr em cena a tensão que orbita o trabalho de revista. Com ou sem intenção, o que se depreende dessa produção é uma legítima defesa de um grupo de agentes que necessita mandar um recado aos outros “bandidos” não encarcerados, que promoveram – naquele período – ataques contra a polícia de São Paulo.

Os dados que vão sendo fornecidos ao longo do vídeo deixam transparecer esse objetivo: “cem agentes”, “são 152 celas e 152 presos”, “ali está Marcola” [...]. Detalhes que revelam uma certa ordem, um determinado procedimento padrão e um ambiente pronto a abrigar qualquer delinqüente que ouse enfrentar a ordem estabelecida. A frase “O rapaz com a filmadora acompanha tudo do lado de fora [...]” encerra uma intenção de dizer que o **cinigrafista amador** acompanhou detalhe por detalhe da operação, ou seja, não foi omitido, e o que vimos foi uma ação meritória das forças policiais.

5.6.12 Câmera com o “olho do dono”

Dar visibilidade às imagens do *Mal*, como esta que aparece a babá espancando um bebê ou mesmo aquelas nas quais os policiais são surpreendidos cometendo abusos flagrantes de autoridade, mobilizam a recepção. A ocorrência em destaque traz imagens de uma babá acusada de torturar um bebê de um ano e nove meses, registradas por câmera instalada pelo pai da criança. O flagrante de maus-tratos no bebê, que tem a síndrome de Down, teve o efeito desejado: produziu sentido, chocou o telespectador e mobilizou o poder judiciário, que decretou, na seqüência, a prisão da babá.

São cenas arranjadas por familiares, desconfiados com marcas de violência: “Um vizinho falou que ela estava chorando quase todos os dias e, logo depois, apareceram lesões na pele, que a babá não soube explicar [...]”. É uma “fórmula” já utilizada em outras situações semelhantes e, ao ser levada à audiências pelos telejornais, mostra-se extremamente útil na conquista do telespectador. Afinal, do ponto de vista do receptor, o horror, para além de seu fascínio, para além de colocá-lo a salvo – na posição de distanciamento em que se encontra do

fato, posição que o habilita a julgá-lo –, também fixa-o no ponto em que só pode considerar-se apto a julgar justamente por não partilhar das mesmas práticas. (GOMES, 2003:78)

É uma ocorrência que reforça esse uso corrente dos aparatos tecnológicos existentes como possibilidade de extensão dos nossos sentidos. Podemos ser detetives a serviço dos nossos próprios interesses. A “cultura mediática”⁸¹ põe-se a serviço dessa perspectiva. Mais, os registros podem, grosso modo, render-nos frutos se levados à construção das mídias.

As televisões, através de seus programas de entretenimento e informativos, possuem a capacidade de dar visibilidade a cenas “do *Mal*” e fazer disso produtos altamente valorizados e muitas vezes permanentes, duradouros, imutáveis.

Exemplos como o *Programa do Ratinho*, do SBT ou *Fantástico*, da Rede Globo são mostras dessa construção estratégica empreendida pela mídia televisiva, que trabalha com temáticas do tipo *Bem contra o Mal e experiência de vida*.

⁸¹ A cultura mediática é entendida aqui como aquela em que o negativo, seja ele qual for, já tem seu lugar de inserção definido. Ou seja, ou ele é expurgado, ficando assim fora do sistema, ou ele já nasce fadado à integração, situação em que seu potencial crítico se esgota num círculo de irradiação sempre setorializado. O que vigora com força e direito à expansão pelas redes refere-se apenas ao conjunto de valores que faz parte da economia política e psíquica do sistema dessa cultura e que ela promove permanentemente. (MARCONDES FILHO, 1996:366)

CONCLUSÃO

A partir da constatação de que vivemos numa sociedade *escópica* (QUINT, 2004), que conjuga o *show business* e o *olho que vigia e pune*, materializando o espetáculo com a disciplina e o controle, podemos responder à principal indagação desta tese, afirmando:

- O jornalismo – ou o telejornalismo – tem hoje, na fonte amadora, o seu principal ponto de apoio na construção de realidades oriundas de uma zona de sombra.

Como respostas às questões complementares, igualmente afirmamos que:

- a) As rotinas produtivas do telejornalismo mantém-se, por hora, intactas diante dessa produção amadora;
- b) A condição de *filtro* ocupada pelo jornalista igualmente mantém-se inalterada, cabendo a ele o papel de *gatekeeper* (Wolf, 1995) da informação;
- c) O número registrado de ocorrências permitem-nos afirmar que há um fenômeno em curso que aponta para uma espécie de “dependência” do telejornal por imagens icônicas dos grandes acontecimentos;
- d) Há uma audiência *empoderada* pelas pedagogias próprias das mídias e pelo acesso às novas tecnologias;
- e) No Brasil, o chamado *jornalismo participativo* passa longe de seu conceito original. O que temos é um processo narcísico e ególatra de autovalorização de quem é co-produtor de realidades.

Sendo assim, o jornalismo – entendido como profissão e submetido a regras próprias–, de maneira geral, não é o único a observar, a espiar os espaços público e privado em busca do diferente, do exótico, do inusitado, do “noticiável”. Tem hoje a forte presença de um espectador com um capital simbólico específico para “olhar” e “ver” outras realidades; está aí, no amplo espaço social, empoderado pela televisão a registrar não mais no cérebro via retina, mas na memória física a partir de lentes apropriadas.

Estamos diante de uma população com técnica e instrumentais eletrônicos para *vigiar* e *punir*. Mostra-se com um modo *panóptico*, uma “máquina de poder”, como metaforizou Jeremy Bentham. Afirma seu *poder político do olhar* ao ver tudo o que se passa: do corrupto ao corruptor, do assassino em pleno ato criminal, da seqüência de espancamentos pela polícia, dos assaltos em série em uma mesma esquina, do nascimento de uma criança em plena fila de espera de um hospital ou da descoberta e salvamento de um recém-nascido boiando, vivo, dentro de um saco plástico. Estamos diante de uma sociedade comandada pelo comércio do *gozo do ver e do ser visto*, que transforma em moeda o prazer da exibição à vigilância do poder. O olhar tornou-se o personagem principal do mundo de Narciso. A visibilidade é o imperativo do espetáculo. Temos a necessidade de sermos visto pelo outro; de ver pelo outro.

O problema de pesquisa que indaga se teria a fonte amadora invadido e tomado conta de uma nesga do campo sagrado do telejornalismo e ali feito acampamento, participando ativamente da construção de realidades, é respondido ao tratarmos, sob diferentes ângulos, a questão do cinegrafista amador. A peça-chave desse novo cenário põe-se a serviço das instituições midiáticas, talvez não necessariamente a serviço da cidadania, tão proclamada em países superdesenvolvidos. Nessa vontade de registrar o inédito, o noticiável, faz do cinegrafista amador a síntese de um tempo de desregulagem, de sobreposição de espaços de vigilância e

punição. É a partir dele que o Estado vigia as irregularidades; espia as negociatas; denuncia o ilegal; flagra o criminoso; ilumina a zona de sombra.

São insumos produzidos por um indivíduo que necessita dar visibilidade ao *visto*. Sem essa ação não há sentido em sua mobilização. Ou seja, registra-se a onda Tsunami para ser vista depois, não apenas por nossos parentes, mas por milhões de outros integrantes desta rede de comunicação planetária; registra-se e socorre-se um bebê das águas de uma lagoa mineira não apenas pelo ato generoso de um ser humano. Quando visto, o registro deixa perceber o “altruísmo” que está no primeiro plano, mas desvela igualmente uma vontade de mostrar-se “super-herói”, que *vê e salva, que está lá, no lugar certo, na hora certa*. E que possui, inquestionavelmente, um bom “produto à venda”.

Se o jornalismo mostra-se “dependente” dessa produção para dar vida às notícias espetaculares, quem as produziu igualmente tem de propor-se em conjugação com os meios. Sem eles, seu acontecimento genuíno não passará de uma representação sem suporte. Nesse momento, o telejornalismo e tudo aquilo que o compõe enquanto ambiente de construção de realidades torna-se vital para a visibilidade desse conteúdo. Como consequência, valoriza-se exponencialmente a figura do *gatekeeper* e sua especialidade em selecionar e enquadrar as cenas amadoras.

O telejornalismo projeta-se ao usar velhos e novos recursos audiovisuais. Beneficia-se de uma sociedade que absorve as gramáticas dos meios, que reconhece acontecimentos que representam uma infração, um desvio, uma ruptura do uso normal das coisas, de uma sociedade cada vez mais apta a *colaborar* na construção da notícia e integrar o *território* por ora inexpugnável do jornalismo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALSINA, Miquel R. **La construcción de la noticia**. Barcelona: Paidós, 1989.
- ARANHA, P. **A televigilância do acontecimento: análise da notícia em tempo real**". In Anais do XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação. Salvador/BA, 04 e 05/09/2002.
- BARRETO, Aldo de Albuquerque. **A Informação em seus momentos de passagem**. DataGramZero - Revista de Ciência da Informação - v.2 n.4 ago/2001.
- BENJAMIN, Walter. **O narrador. considerações sobre a obra de Nikolai Leskov**. In: *Obras Escolhidas – Magia e Técnica, Arte e Política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BECKER, Beatriz. **A Linguagem do Telejornal, um estudo da cobertura dos 500 anos do Descobrimento**. 2. ed. Rio de Janeiro: e-papers, 2005. v. 1. 180 p.
- BERGER, John. **Modos de ver** . São Paulo: Olinto, 1997.
- BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 1993.
- BENTHAM, Jeremy. **O Panóptico**. São Paulo: Autêntica, 2000.
- BISTANE, Luciana & BACELLAR, Luciane. **Jornalismo na TV**, São Paulo: Contexto, 2005.
- BÖECKELMANN, F. **Formación y funciones sociales de la opinión pública**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1983.
- BORGES, Adelmo. Suplemento A *Tarde Cultural*. 27 de janeiro de 2001.
- BOURDIEU, Pierre. **L’emprise du journalisme: actes de la Recherche en Sciences Sociales**, n.101-102: Paris, 1994.
- _____ **Sobre a televisão**, seguido de *a influência do jornalismo e os Jogos Olímpicos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

- BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Bomtempo Editorial, 2000.
- BUENO, Gustavo. **Televisión: apariencia y verdad**. Ed. Gedisa, Barcelona: 2000.
- BUONANNOA, Milly. **El drama televisivo: identidad y contenidos sociales**. Barcelona: Ed. Gedisa, 1999.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática, mimeo**, Unisinos (PPGCom), agosto, 2005.
- BRASIL, Antônio. **Terror, TV e telejornais em celulares**. Publicado no site: *Comunique-se.com.br*. Acessado em 15/07/2005.
- BRITTOS, Valério; BOLAÑO, Carlos. (orgs.) 2005. **Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005.
- CÁDIMA, Francisco Rui. **O fenómeno televisivo**. Lisboa: Círculo de Leitores, 1995
- CALABRESE, Omar & VOLLI, Ugo. **I telegiornali: istruzioni per l'uso**. Roma: Gius. Latta & Figli Spa. 2001.
- CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura – a sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTORIADIS, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- CASTRO, D. **Brasileiro consome quase 5 h diárias de TV**. Folha de São Paulo, São Paulo, 11 de janeiro de 2005, *Folha Ilustrada*, p. E4.
- CAZENEUVE, Jean. **Sociologia do Rito**. Lisboa: Rés, s.d.
- CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994.

CHAPARRO, Carlos. **Fronteiras perigosas entre jornalismo e política.** Ver <http://www.comunique-se>, acessado em 16/07/2005.

CHARADEAU, P. **Le discours d'information médiatique: la construction du miron social.** Paris: Nathan, 1997.

CHAUÍ, Marilena. **Uma ideologia perversa.** Folha de S. Paulo, Caderno Mais, 14 de março de 1999.

COELHO, Luiz Antonio. **Cidadania e imagem.** Trabalho apresentado ao Núcleo de Teorias da Comunicação, Intercom, Salvador-BA, 2002.

CORREIA, João Carlos. **Sociedade e Comunicação: Estudo sobre jornalismo e identidade.** Série Estudos em Comunicação. Universidade da Beira Interior: 2005.

CUNHA, Paulo José. **Telejornalismo em close: O strip-tease da notícia.** <http://www.telejornalismo.com/close183.htm>. (09/09/2003)

DARNTON, Robert. **O beijo de Lamourette: Mídia, Cultura e Revolução.** São Paulo: Cia das Letras, 1990.

DAVID, Larkin. **Arte fantástico.** Madrid, Jucar: 1973.

DAVID, Roas. **Lo fantástico: teoria e história,** apostilla. Barcelona: UAB, 2003.

DAYAN, Daniel. **Televisión interruptiva: entre espectáculo y comunicación.** In: FERRY, Jean-Marc, WOLTON, Dominique e outros. **El nuevo espacio público.** Espanha: Gedisa, 1989.

DAYAN, Daniel, KATZ, Elihu. **Le grandi cerimonie dei media: la storia in diretta.** Bologna: Baskerville, 1993.

_____ *La télévision et la rhétorique des grandes cérémonies.* In: **Film et histoire,** M.Ferro (éd), Paris, École des Hautes Études, 1984.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados.** São Paulo: Perspectiva, 1970.

_____ **Viagem na irrealidade cotidiana.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ENTMAN, Robert. **Framing: Toward clarification of a fractured paradigm**, in M. Levy and Gurevitch, eds, *Defining Media Studies*. New York: Oxford University Press, 1994.

DOELKER, Cristian. **Ein. Bild ist mehr als ein Bild**, *Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft* (Gebundene Ausgabe). Stuttgart: Klett-Cotta, 1997.

ESQUENAZY, J. P. **Journal télévisé et production du pseudovisible.** Langage et Société: 1993.

ESTEVES, João Pissarra. **Espaço público e democracia: comunicação, processo de sentido e identidade social.** São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

ÉVORA, Silvino Lopes. **As fontes jornalísticas na televisão cabo-verdiana: os "defini-dores primários" das discussões.** Texto extraído de <http://nosmedia.blogspot.com>, acessado em 12/05/2006.

FARRÉ, Marcela. **El noticiero como mundo posible: estrategias ficcionales en la información audiovisual.** Buenos Aires: La Crujía, 2004.

FAUSTO NETO, Antônio. **Em busca da "cena primária": notas sobre dispositivos e condições de enunciação dos discursos jornalísticos**, mimeo, s/d.

_____ **O outro telejornal: condições de recepção das informações televisivas no Brasil.** Brasília, CNPq, 1994/1996.

FISKE, John. *British cultural studies and television.* In: ALLEN, Robert. **Channels of discourse, reassembled: television and contemporary criticism.** Chapel Hill&London: University of North Carolina Press, 1992.

FERNANDES, Edson, SANTOS, Eduardo. *TV Espetáculo: a estética indefinida da tecno-cultura.* In **TV espetáculo.** São Paulo: 2002.

FERREIRA, Ivanir. **"Pessoas se autodefendem contra violência", afirma professora da USP.** Agência USP de Notícias. São Paulo: fevereiro de 2002/Nº.897/02.

FERREIRA JÚNIOR, Edísio. **Fotojornalismo Policial: O Corpo Morto**. João Pessoa: Revista Caos: Nº 01, abril de 2000.

FERRY, Jean-Marc. **Les transformations de la publicité politique**. Paris: Hermès, nº 4.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1977.

GALLACCI, Fábio, ANDRIOTTI, Marcelo. **Vídeo que mostra acidente com bungee jump se alastra pela internet**. Campinas: Agência Anhangüera, 2005. http://www.cosmo.com.br/libg/public/servicos/busca_noticias.

GAMBA JUNIOR, Nilton Gonçalves. **Narrativas e Aids: Noites Felinas e as dualidades da experiência narrativa pós-moderna**. Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Psicologia do Departamento de Psicologia da PUC-Rio. Rio de Janeiro Março de 2004.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GILLMOR, Dan. **We the media. Grassroots journalism by the people, for the people**. CA, USA: O'Reilly Media, Inc., 2004. Disponível em: <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/> . Acessado em 16.11.2006.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Poder no jornalismo**. São Paulo: Hacker Editores e Edusp, 2003.

GUIMARÃES, Eduardo. **Os limites do sentido: um estudo histórico e enunciativo da linguagem**. Campinas, São Paulo: Pontes, 1995.

HOHLFELDT, Antonio. **Teorias da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

IBGE. **Tendência demográfica: uma análise dos resultados do universo do censo demográfico 2000**. Rio de Janeiro, 2002.

IMPrensa. (1995). Entrevista: *Alberico de Souza Cruz*. São Paulo, Ano VIII, (92): 41-48, maio de 1995.

IMPrensa (1995). Encarte Especial, *II Seminário Internacional de Telejornalismo*, São Paulo, p. 1-22.

IMPrensa (1997). *O espetáculo do telejornalismo – IV Seminário Internacional de Telejornalismo*. São Paulo, ano XI, (122): 47 – 63, Novembro de 1997.

IMPrensa (1998). Entrevista: *Paulo Henrique Amorim*. São Paulo, ano XI (128): 31-36, Maio de 1998.

JABOR, Arnaldo (1997). *Diadema nunca mais é o melhor filme brasileiro*. Folha de S. Paulo, 8 abril, 1997, p. 4-8

KATZ, Elihu. *Os acontecimentos mediáticos: o sentido de ocasião*. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: 1993.

KUCINSKI, Bernardo. **A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 1999.

_____ **Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética**. São Paulo: Ed. Unesp, 2005.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo: norte e sul**. São Paulo: Edusp, 1997.

LANGER, John. **La televisión sensacionalista: el periodismo popular y las ötras noticias**. Ed. Paidós, Barcelona, 1998.

LEBLANC, Gérard. *A atualidade trágica*. In **Comunicação e Linguagem**. N. 9. Portugal. Lisboa, Ed. UNL, 1989.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIMA, Luiz Costa. **Dispersa demanda**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1980.

LIPMANN, Walter. **Public Opinion**. 1922.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Editora Calandra, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. São Paulo: Ática, 1989.

_____ **A devoração da telinha**, Folha de S. Paulo, 31 de março de 1997.

_____ **Pensar-pulsar: cultura comunicacional, tecnologias, velocidade** (trata-se de uma obra coletiva). São Paulo: Edições NTC, 1996.

MARQUES DE MELO, José. *Campanhas pelas diretas: conspiração do silêncio*. In: **Boletim Intercom** . 7 (46):5-7, jan./fev,1984.

MARTINI, S.; LUCHESSI, L. **Los que hacen la noticia: periodismo, información y poder**. Buenos Aires : Biblos, 2004.

MANDOSIO, Jen-Marc. **Aprés l'effondrement: notes sur l'utopie néotechnologique**. Encyclopédie des Nuisances, 2000.

MATTOS, Sérgio. **A Televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)**. Salvador: PAS-Edições Ianamá, 2000.

MCCOMBS, Maxwell E., SHAW, Donald L. **The elvolution of agenda-setting: twenty five yers in the marketplace ideas**. Journal of Communication, vol.43, n.2, 1993.

MCQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

MESQUITA, Mário. **O Quarto Equívoco**. Coimbra: Minerva-Coimbra, 2003.

_____. *Le temps cérémoniel a la télévision ou la nostalgie programmée*. In: **Recherches sociologiques**, vol. XXVI, 1995/1, Sommaire/Contents.

MEDINA, Cremilda. **Notícia: um produto à venda. Jornalismo na sociedade urbana e industrial**. São Paulo: Alfa-Omega, 1978.

MONTEIRO, Eliana. *A narrativa, a experiência e o videofone*. In **Verso e Reverso, Revista da Comunicação**, Unisinos, 2003, n° 37.

MUSSO, Pierre. **La télévision du futur: du sablier au réseau**, in *Médiaspouvoirs*, n° 33, 1994.

Nielsen. **Nielsen Media Research**. Disponível em <http://www.nielsenmedia.com/nc/> Acesso em 27 de julho de 2006.

ORTOLEVA, Peppino. **Il Nuovo Sistema dei Media: 1990-2001**. Apresentado no Mestrado Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação do ISCTE, abril de 2001.

PALÁCIOS, Marcos. *Prefácio à obra de Elias Machado, Ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Salvador: Editora Calandra, 2003.

PARK, Robert. *A notícia como forma de conhecimento*. In STEINBERG, Charles. **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Cultrix, 1972.

PARRET, Hernan. **Enunciação e pragmática**. Campinas: Unicamp, 1988.

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu. **Decidindo o que é notícia: bastidores do telejornalismo**, Porto Alegre: EdiPUC-RS, 2001.

PINTO, Julio. **1,2,3 da Semiótica**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1995.

RIBEIRO, Jorge Cláudio. **Sempre alerta: condições e contradições do trabalho jornalístico**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1994.

RICOEUR, Paul. **Teoria da Interpretação**, Lisboa: Edições 70, 1976.

ROCCO, Maria Thereza Fraga. **Linguagem Autoritária: televisão e persuasão**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

ROMANO, Jorge e ANTUNES, Marta. **Empoderamento e direitos no combate à pobreza**. Rio de Janeiro : ActionAid Brasil, 2002.

ROTHENBUHLER, Eric. **Ritual Communication: from everyday conversation to mediated ceremony**. London: Sage Publications. 1999.

SANTAELLA, Lucia: *Palavras, imagens & enigmas*. In **Revista USP (Dossiê Palavras/Imagem)**, N° 16. São Paulo: Edusp, 1992/93.

SARTORI, Giovanni. **Homo videns: televisão e pós-pensamento**. Baurú: EDUSC, 2001.

SEVCENKO, Nicolau. **Corrida para o Século XXI: no Loop da Montanha-Russa**. São Paulo: Cia. das Letras, 2001.

_____. (org.). **República, da Belle Epoque à Era do Rádio: História da Vida Privada no Brasil**. Vol. 3. São Paulo: Cia. Das Letras, 1998.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. **A ciência na televisão: mito, ritual e espetáculo**. São Paulo: Anna Blume, 1999.

SILVA JUNIOR, José Afonso. **A interface como estrutura de produção do jornalismo de fonte aberta**. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Porto Alegre, 2004.

SILVERSTONE, R. **Los efectos de la nueva televisión**. Barcelona. Ed. Bosh, 1996.

_____. **Televisión y vida cotidiana**. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1994.

SINCLAIR, John. **Televisión: comunicación global y regionalización**. Barcelona: Ed. Gediza, 2000.

STROMQUIST, Nelly. La búsqueda del empoderamiento: em qué puede contribuir el campo de la educación. In León, Magdalena. **Poder y empoderamiento de las mujeres**. Colômbia: TM Editores, Facultad de Ciencias Humanas, 2000.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **A máquina de narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil**. São Paulo: Cortez, 1990.

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O que é uma notícia**. Texto apresentado ao *GT Estudos de Jornalismo - XIV Compós* (2005).

SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2003.

SOUSA, Pedro Jorge. **Introdução à análise do discurso jornalístico impresso: uma guia para estudantes de graduação.** Florianópolis: 2004.

TARDE, Gabriel. **La opinión y la multitud.** Madrid: Taurus, 1986.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX.** São Leopoldo: Ed. Unisinos: 2001.

_____. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional.** Florianópolis: Ed Insular, 2005.

_____. *As notícias.* In: (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”.** Lisboa: Vega, 1993.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Entretenimento: uma crítica aberta.** São Paulo: Senac, 2003.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. In MONACHESI, Juliana. **Vida inteligente no mundo da diversão.** São Paulo: Senac, 2003.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **Quando a televisão vira outra coisa: as estratégias de apropriação dos mediadores ativistas nas redes de comunicação cotidianas do local.** Universidade Federal da Paraíba, 2004.

TRIVINHO, Eugênio. **Contra a câmera escondida: estruturas da violência soft.** E@/Tecnologia, comunicação, cultura/ensaio de crítica: São Paulo, 1998.

_____. **Estética da cultura, comunicação e pós-modernidade.** São Paulo: ECA/USP, 1992.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: *uma análise das noções de objectividade dos jornalistas.* In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”.** Lisboa: 1993.

_____. Contando 'estórias'. In TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e "estórias"**. Lisboa: 1993.

TURNER, Victor. **O processo ritual: estrutura e anti-estrutura**. Petrópolis, 1974.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad**. México: Gili, 1983.

VIEIRA, Eduardo. **Virou brinde: as operadoras têm uma nova forma de vender TV a cabo e Internet. Dar um telefone quase de graça**. Época, nº 426, de 17 de julho, 2006, p.60.

VEJA (2006). São Paulo, ano ..., (1973): 83-90, Julho de 2006.

VILCHES, Lorenzo. **La Televisión los efectos del bien y del mal**. Ed. Paidós. Barcelona, 1996.

WAINBERG, Jacques A. **Império das palavras: estudo comparado dos Diários e Emisoras Associadas, de Assis Chateaubriand, e Hearst Corporation, de William Randolph Hearst**. Porto Alegre, Edipucrs, 1997.

_____. **Mídia e terror: comunicação e violência política**. São Paulo: Paulus, 2005.

WINCK, João Baptista. **A promessa do audiovisual interativo**. Paper apresentado no I Encontro da Ulepica (União Latinoamericana de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura) Brasil/Economia Política da Comunicação: interfaces sociais e acadêmicas do Brasil. Out. de 2006, Niterói, Rio de Janeiro.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1995.

_____. **Los efectos sociales de los media**. Barcelona: Paidós, 1994.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ed. Ática, 1990.

MONTEIRO, Eliana. **A narrativa, a experiência e o videofone**. In Verso e Reverso, Revista da Comunicação, Unisinos, 2003, nº 37.

ANEXOS

ANEXO A: Quadro de ocorrências – Seleção inicial 2003-2006

05.03.2003	O Ministério Público (MP) quer punir os jovens que aterrorizaram motoristas na orla de Praia Grande, na baixada santista, neste carnaval. O flagrante de violência foi gravado por um cinematista amador na noite de segunda-feira.	Denúncia
19.04.2003	O passeio tinha recém começado, quando aconteceu a tragédia, na direção da saída do canal de Cabo Frio-Rio. A escuna foi atingida por uma onda forte, no lado esquerdo do casco. Os passageiros correram, então, para o outro lado. Com o peso, o barco virou 90° e ficou adernado. As imagens foram feitas por um cinematista amador , logo depois do naufrágio. Ele estava a bordo de um outro barco. A escuna Tona Galea já aparece adernada.	Flagrante Registro Testemunha
29.04.2003	Explicações diferentes para um objeto voador não identificado no céu da Bahia. Imagens de um rastro luminoso no céu foram registradas por um cinematista amador e analisadas no Observatório Antares em Feira de Santana.	Registro
15.04.2003	Imagens registradas por um cinematista amador mostram policiais militares furtando mercadorias apreendidas na divisa do Rio Grande do Sul com Santa Catarina. Fiscais do Tesouro comandavam um esquema de cobrança propina para liberar a passagem de caminhões sem o pagamento de impostos.	Denúncia
05.05.2003	Mais de 90 tornados varreram a região central dos Estados Unidos, no fim de semana, deixando 38 mortos e, pelo menos, dez desaparecidos. Os meteorologistas avisam: outros estão a caminho. As imagens, feitas por um cinematista amador , mostram a violência do fenômeno sobre a cidade de Franklin, no estado de Kansas.	Registro
30.06.2003	Assassinato de Cristiano Alves, de 16 anos, por donos de uma loja de motos no município de Capão da Canoa, litoral norte do RS, revoltou moradores da cidade. Imagens feitas por um cinematista amador mostram a fúria com que a população reagiu à morte de Cristiano. A loja foi totalmente destruída e seus proprietários fugiram .	Registro
18.07.2003	Na China, a polícia prendeu uma gangue que aterrorizava pessoas em pontos de ônibus e estações de trem. Policiais perseguiram os oito integrantes da gangue durante a noite, e recuperaram objetos roubados. Fazia um mês que o grupo de motoqueiros agia na mesma região. Eles roubaram centenas de pessoas, até que alguns assaltos foram gravados por um cinematista amador e mostrados pela tevê chinesa.	Registro

28.08.2003	As imagens foram registradas pelo circuito interno de tevê da Base de Lançamento de Alcântara. Cada estágio do terceiro protótipo do Veículo Lançador de Satélites era monitorado por uma câmera, quatro no total, identificadas pelos números nos quatro campos da tela. Elas registraram a violência das chamas, alimentadas por 40 toneladas de combustível sólido. Em menos de dez minutos, o fogo havia consumido tudo. Todas as cenas onde apareciam pessoas foram retiradas. As imagens gravadas em vídeo já foram analisadas pela comissão que investiga as causas do acidente, e são, até agora, o principal elemento para se tentar entender o que aconteceu naquele dia.	Registro testemunhas
17.10.2003	Cinegrafista amador capta a emoção das últimas horas da operação que resgatou os brasileiros na Bolívia, um documentário feito pelos próprios turistas, em La Paz, no olho da rebelião popular. O momento emocionante foi registrado por uma câmera amadora de turistas de São Paulo, que visitavam a Bolívia na hora errada.	Registro Turismo
06.10.2003	As primeiras imagens do local do acidente do deputado José Carlos Martinez foram feitas por um cinegrafista amador . Nelas aparecem as rodas, os destroços da fuselagem, as asas e os equipamentos de controle do monomotor.	Registro
07.09.2003	O (<i>Programa</i>) Fantástico conseguiu uma fita de vídeo que revela um escândalo: uma boca de fumo funciona livremente dentro do presídio Vicente Piragibe, uma das 14 cadeias do sistema penitenciário de Bangu, no Rio. As imagens foram feitas por um cinegrafista amador .	Denúncia
15.09.2003	No pátio da carceragem da delegacia do centro de Niterói, esgoto a céu aberto, sujeira, rede elétrica sem conservação. Nesta segunda-feira, dois presos fugiram por um buraco, que já ganhou novas barras de ferro. As imagens gravadas por um cinegrafista amador mostram celas superlotadas, presos pendurados em redes, sem espaço para dormir. A cadeia tem capacidade para 150 homens, mas hoje abriga 520.	Denúncia
29.09.2003	Imagens feitas por um cinegrafista amador foram gravadas logo após a explosão em um dos templos mais sagrados para os muçulmanos xiitas. Elas mostram o céu coberto de fumaça, a confusão e o desespero. A tentativa de socorrer as vítimas enquanto os bombeiros ainda apagavam o fogo. Também se podem ouvir homens gritando e chorando diante da tragédia. Os fiéis estavam deixando a mesquita, depois das orações da sexta-feira, quando foram surpreendidos pela explosão.	Registro
10.11.2003	A polícia de São Paulo encontrou mais dois corpos no túnel que desabou, na penitenciária do Estado, durante tentativa de fuga dos presos Um cinegrafista amador registrou o momento em que a polícia prendeu alguns foragidos.	Registro
11.11.2003	A série "Os Olhos da Ponte" divulgou flagrantes exclusivos registrados pelas 22 câmeras instaladas no trajeto da maior ponte do Brasil. Cenas inéditas chamaram a atenção pela imprudência dos motoristas. Algumas imagens revelaram situações inusitadas, como a captura de animais que invadem as pistas.	Flagrante Registro

17.11.2003	Barbárie reencenada. Policia reconstitui crime e mantém jornalistas fora da cena. As imagens da matéria foram feitas por um cinematógrafo amador . Ele registrou a chegada dos principais acusados: um menor de 16 anos e Paulo César Marques, o Pernambuco. Primeiro eles reconstituíram a assassinato de Felipe. Dois policiais faziam perguntas.	Registro
10.01.2004	Resgate dos 20 sobreviventes, na noite da última sexta-feira, teve momentos dramáticos. Um cinematógrafo amador registrou o momento em que os passageiros tentavam sair pelas janelas.	Registro
16.01.2004	A corregedoria da PM abriu inquérito para apurar a morte de dois bandidos durante uma perseguição na zona sul. Na ação, um empresário, vítima de seqüestro relâmpago, foi libertado. Imagens feitas por um cinematógrafo amador mostram o momento em que um dos ladrões está deitado no chão, rendido pelos policiais. Segundos depois, enquanto o cinematógrafo tenta ajustar a câmera, ouve-se um tiro. O cinematógrafo amador se assusta. Pouco depois, quando a imagem volta a ficar nítida, os dois bandidos estão no camburão. Junto com eles embarca um policial. O carro sai em alta velocidade.	Denúncia
23.01.2004	Imagens registradas por um cinematógrafo amador mostram o instante que um homem, assustado, se agarra sobre um reboque. O caminhoneiro havia sido assaltado na freeway que o litoral à Capital gaúcha.	Flagrante
30.01.2004	A chuva mudou a paisagem no Nordeste com cenas de sertanejos ilhados e barcos transformados no principal meio de transporte. No município de Curaçá, norte da Bahia, a força da água destruiu duas barragens e a cabeceira de uma ponte. Nenhum carro passa por ali. Martírio do sertanejo, a falta de chuva está até no nome de alguns povoados, Riacho Seco é um deles, mas como mostra esta imagem de um cinematógrafo amador , a água chegou como um pesadelo.	
12.02.2004	A falta de espaço obriga os presos a se revezarem para dormir na Polinter, no Rio de Janeiro. Redes são amarradas no alto das celas. A sujeira, o mau cheiro e o calor fazem do local um inferno. O ventilador que poderia reduzir a temperatura estava desligado. Imagens exclusivas foram gravadas por um cinematógrafo amador na segunda semana de fevereiro.	
18.02.2004	Na TV árabe Alhurra, financiada pelos Estados Unidos, a mulher esperava para ser entrevistada. De repente, um clarão na noite de Bagdá. Um cinematógrafo amador foi um dos primeiros a chegar. Ao passar pela ambulância onde estavam alguns feridos, alguém disse em inglês: meu Deus. No meio dos escombros, civis improvisavam o resgate. O estrago foi causado por um carro-bomba carregado de foguetes e 450 quilos de explosivos.	

29.02.2004	Um outro ciclone surpreendeu moradores da baixada santista, litoral de São Paulo. O fenômeno surgiu na praia do Itararé, em São Vicente, e foi registrado por um cinematista amador . Segundo os técnicos do Instituto Nacional de Meteorologia esse tipo de ciclone é comum na região e se forma à partir de uma frente fria. No litoral paulista os ventos não passaram de 50 quilômetros por hora e não provocaram nenhum estrago	Flagrante
10.03.2004	As chuvas provocaram transtorno em São Paulo. Ruas alagadas, trânsito interrompido. Em alguns lugares só o barco dos bombeiros conseguiu chegar. Na zona norte foi um raio que provocou susto. Um cinematista amador registrou imagens de um fio de alta tensão atingido e queimando o carrinho de doces de um vendedor ambulante que estava bem perto de onde partiu o fio.	Flagrante
11.04.2004	Um cinematista amador gravou cenas de um diálogo entre traficantes da Rocinha durante a guerra que toma conta da favela do Rio de Janeiro desde quinta-feira (08.04). As imagens ilustraram a reportagem, que começou com uma conversa entre dois bandidos, um deles chamado Jason.	Denúncia
12.04.2004	O principal acusado do caso Staheli mudou o depoimento pela quinta vez. Jossiel Conceição dos Santos foi ouvido hoje pela primeira vez por defensores públicos, sem a presença de policiais e promotores que investigam o caso. Ele prestou um depoimento de quase duas horas aos defensores públicos. Imagens exclusivas , autorizadas pelos defensores públicos e pela Justiça, mostram Jossiel na sala de audiência no fórum do Rio.	Exclusivas
27.04.2004	Violência policial em Belo Horizonte é flagrada por cinematista amador . Na cena dois policiais praticam sessão de tortura contra um rapaz que é espancado com a coronha de um revólver e com o cassetete durante cerca de cinco minutos.	Denúncia
23.04.2004	Um grupo de direitos humanos divulgou um vídeo feito por um cinematista amador . Imagens de um palestino de 13 anos amarrado ao capô de um jipe do Exército de Israel.	Registro
14.05.2004	Nove tornados atingiram a região do estado americano do Kansas. Um cinematista amador registrou o momento exato em que uma casa foi pelos ares, destruída por um tornado.	Registro
21.05.2004	No centro de Belo Horizonte, um cinematista amador , registrou durante dez dias a ação de criminosos na rua. O grupo de assaltantes age de surpresa. A vítima é imobilizada com uma gravata, que provoca desmaios e poucos conseguem reagir. Com o dinheiro roubado, os assaltantes compram cocaína, maconha e se drogam na rua. Depois de um assalto, a polícia atendeu ao chamado de uma vítima e prendeu um dos assaltantes, mas depois que os policiais foram embora, a violência continuou.	Denúncia
14.06.2004	A cidade de Mulvane, no Kansas, EUA, enfrentou a passagem de seis tornados. Um cinematista amador registrou um deles, que chegou acompanhado de chuva e pedras de gelo do tamanho de bolas de tênis.	Registro

22.06.2004	Flagrante de um assalto a um restaurante na zona sul de São Paulo. O circuito interno de TV registrou o momento em que os ladrões entraram no local e renderam os funcionários. Todos fugiram num carro importado.	Flagrante
04.07.2004	O lateral-direito Jorginho, autor das imagens de bastidores da Copa dos Estados Unidos, em 1994. "Eu quase não apareço na filmagem. Eu estava o tempo todo ligado para pegar alguma coisa interessante", conta Jorginho. Pegou muita coisa boa. Um olhar inédito, que só alguém dentro da seleção brasileira seria capaz de ter.	Memória/ registro
30.07.2004	Em Maceió, um cinigrafista amador flagra o momento em que um professor de jiu jitsu e quatro alunos espancam dois jovens em uma boate. O rapaz é arrastado. Em seguida, o professor de jiu jitsu, Charles França, de camiseta preta e boné vermelho, dá o primeiro chute, uma joelhada e depois vem uma sequência de socos e mais chutes. Um colega de Charles ajuda o amigo a espancar a vítima. Um outro rapaz, Leandro Ferro, sem camisa, aparece e pisa na cabeça do jovem que já estava desacordado. Eles se juntam às pessoas e vão embora.	Denúncia
03.08.2004	Três homens foram presos em flagrante quando tentavam assaltar a bilheteria da estação Vila Matilde do Metrô, em SP. As imagens do circuito interno mostram o momento em que os três ladrões chegam e anunciam o assalto. Um deles armado ameaça o funcionário do Metrô. No momento da fuga, eles são surpreendidos por um policial militar.	Flagrante
15.08.2004	O programa veiculou as imagens produzidas pelos atletas brasileiros com seus próprios equipamentos quando da entrada no Estádio Olímpico de Atenas, durante a Cerimônia de Abertura dos Jogos Olímpicos, na sexta-feira, 13.08.2004. As imagens são precárias , mas é possível observar que o interesse está em "olhar" para a diversidade de pessoas nas arquibancadas e registrar a alegria dos companheiros de equipe.	Turismo/ Registro
29.08.2004	Imagens de um cinigrafista amador registram momentos após o desabamento de uma laje de uma casa de shows em São Paulo. Foram seis mortos e mais de cem feridos.	Flagrante Registro
29.08.2004	Flagrantes da passagem da modelo gaúcha Gisele Bündchene e seu namorado, o ator Leonardo DiCaprio, pelo Parque Indígena do Xingu. O casal desceu na aldeia Yawalapiti, onde vivem 470 sobreviventes do ramo Macro-Jê da família Aruwak. Enquanto DiCaprio curtia com as crianças da tribo, as imagens mostram Gisele experimentando e comprando colares feitos pelas índias do Xingu. As imagens foram produzidas por um cinigrafista amador , membro da família da modelo.	Turismo/ Registro
13.04.2005	Um refém americano apelou ao governo dos Estados Unidos para que negocie com os seqüestradores no Iraque. No vídeo sem som divulgado pela TV al-Jazeera , o homem segura o passaporte, entre seqüestradores. A TV informou que o refém implorou para que as forças americanas se retirem rapidamente do Iraque.	Negociação

22.04.2005	A rede de TV al-Jazerra divulgou hoje imagens do momento em que um helicóptero é tingido por um foguete no Iraque. Segundo a emissora do Qatar, um grupo rebelde iraquiano assumiu a autoria do ataque, que teria ocorrido ontem. Um outro vídeo - divulgado hoje na internet - mostra um helicóptero em chamas e um dos sobreviventes sendo executado. O Exército americano não sabe informar se as imagens são do mesmo ataque.	Flagrante
10.05.2005	Juiz que matou vigia de supermercado no Ceará é interrogado - O juiz que matou um vigia de supermercado no interior do Ceará em fevereiro foi interrogado hoje pela Justiça. O relator do processo e representantes do Ministério Público foram ao quartel do corpo de bombeiros onde Pedro Pety Barbosa está preso. O depoimento durou oito horas. No dia 27 de fevereiro, o juiz discutiu com funcionários de um supermercado de Sobral e atirou no vigia. O crime foi gravado pelas câmeras de segurança . No depoimento, o juiz Pedro Pety Barbosa disse não lembrar de detalhes da noite do crime e reafirmou que o tiro foi acidental.	Testemunha Flagrante Registro
14.05.2005	Corrupção nos Correios - A revista Veja desta semana traz vários trechos de uma conversa entre dois empresários e o diretor dos Correios, Maurício Marinho. Com uma câmera escondida , os empresários gravaram todo o encontro, mês passado, na sede da empresa. As imagens foram cedidas pela revista ao <i>Jornal Nacional</i> . O diálogo começa com o pagamento de propina de três mil reais. Marinho detalha o esquema de corrupção nos correios. [...].	Flagrante Denúncia Registro
18.05.2005	Corrupção em Rondônia - [...] Nenhum dos deputados que aparecem nas gravações feitas pelo governador Ivo Cassol foi à assembleia hoje. O governador chegou a Porto Velho de madrugada, depois de passar a terça-feira em Brasília. Ele reafirmou que não entregou as fitas ao Ministério da Justiça, conforme havia prometido. [...] “Já está agendado, tão logo que o ministro e o procurador geral da República possam me receber, também levarei todas as fitas , as mesmas que eu coloquei à disposição do Fantástico , eu vou levar para as nossas autoridades em níveis federais”, falou o governador de Rondônia. Três dos deputados que aparecem na fita tentando extorquir dinheiro do governador também pediram hoje para deixar outra comissão. A que investiga as possíveis irregularidades contra Ivo Cassol. Ele é acusado de fazer alterações no orçamento do estado, no ano passado, sem autorização da Assembleia Legislativa. [...]	Flagrante

23.05.2005	<p>Novos trechos do caso de propina - Na praça de alimentação do aeroporto da capital, tudo parou ontem à noite quando a reportagem foi ao ar no <i>Fantástico</i>. Foi assim também nos bares da cidade. Todos estavam ligados na TV. Num dos novos trechos de gravação, o deputado Emílio Paulista, sem partido, diz como foi eleito o presidente da assembléia Carlão de Oliveira, do PFL. O governador, pergunta ao deputado quanto o Carlão gastou nessa presidência, na primeira, no total? O deputado Emílio Paulista responde que na primeira presidência, ele gastou R\$ 200 mil para cada um dos 14 deputados, num total de R\$ 2,8 milhões. Em outro trecho, o deputado Ronilton Capixaba cita os nomes dos deputados que pediram R\$ 50 mil por mês em troca de apoio político ao governador. [...] Além dos dez, aparecem ainda nas gravações do governador, cobrando propina, os deputados Amarildo Almeida, do PDT, e João da Muleta, do PMDB. Hoje, no fim da tarde, o governador Ivo Cassol entregou cópias das fitas para o Ministério Público do Estado. O material vai fazer parte do inquérito civil, aberto pelo MP, para apurar as denúncias. [...]</p>	Flagrante
03.06.2005	<p>Vídeo mostra paramilitares sérvios executando jovens muçulmanos na Bósnia. Os adolescentes, aterrorizados, aparecem com as mãos amarradas para trás e apresentam marcas de tortura. Quatro tinham menos de 18 anos. [...] Sete suspeitos já foram presos. [...]</p>	Testemunha
03.03.2006	<p>O fiscal corrupto escolheu como vítima o maior sindicato de trabalhadores da América Latina - que representa 300 mil metalúrgicos em São Paulo. Ao presidente do sindicato, o fiscal entregou um documento, com o valor da suposta dívida: quase R\$ 2 milhões. E mais: o sindicato perderia a possibilidade de continuar pagando parceladamente uma dívida anterior com o INSS. Mas o fiscal apresentou outra opção: o sindicato poderia recolher ao INSS menos da metade da suposta dívida. E, em 60 vezes, desde que pagasse propina. Na sexta-feira passada, o sindicato pagou parte da propina: R\$ 100 mil em dinheiro vivo. E o sindicato procurou a Polícia Federal. O encontro para o pagamento da segunda parte da propina foi marcado para às 15h, na sede do Sindicato dos Metalúrgicos, no centro de São Paulo. Câmeras foram montadas no 11º andar - na mesma sala onde o fiscal trabalhou durante a auditoria. As imagens mostraram toda a negociação. Quando o fiscal acaba de guardar o dinheiro, policiais federais descem para o flagrante de corrupção.</p>	Flagrante
07.02.2006	<p>Quem passa pela avenida não imagina, mas está sendo vigiado. Não por câmeras de segurança, mas por ladrões. A dupla está em busca de uma vítima, como mostram as imagens do cinematista amador. Os bandidos escolhem um homem de camisa branca e começam a perseguição. Um vai na frente. O outro fica para trás dando proteção. De repente, um dos rapazes arranca uma corrente do pescoço do homem e os dois desaparecem na escadaria de um viaduto. A poucos metros dali, num outro dia, um dos assaltantes se aproxima de uma jovem que fala distraidamente ao telefone. Ele arranca o celular da mão dela. A moça reage e leva um chute de um comparsa do criminoso. O cenário desses flagrantes é uma região no centro de Porto Alegre. Uma área de grande circulação de pessoas. Perto ficam uma igreja, um colégio e um hospital.</p>	Flagrante

<p>10.01.2006</p>	<p>O assaltante agiu numa rua movimentada, num dos bairros mais valorizados de São Paulo, a Vila Nova Conceição. Ele entrou num carro parado na rua. Na direção, estava o dono do carro. Ao lado, um investigador. Os dois entregaram os relógios e as carteiras com documentos. O assaltante soube, então, que estava diante de um policial. Por ordem do assaltante, o motorista rodou pelas ruas do bairro e parou em um ponto. O ladrão e o policial desceram e trocaram tiros na calçada. Os dois acabaram mortos. O investigador Juarez dos Santos, de 40 anos, completados ontem, morreu no hospital. O assaltante Celso Ricardo da Silva, tinha 30 anos e respondia a processos por roubo e receptação. A câmera de segurança de um hospital registrou o momento em que ele foi deixado, já morto, pelo motorista de um carro vermelho. [...]</p>	<p>Flagrante Registro</p>
<p>11.01.2006</p>	<p>Câmeras de segurança de um prédio registraram o assassinato de um Policial Civil. Segundo as investigações, foi uma tentativa de assalto. O crime foi numa rua da Zona Sul de São Paulo. O policial foi tinha acabado de retirar dinheiro de um caixa eletrônico. O carro dele foi seguido por dois homens em uma moto. Ele guardava o carro na garagem quando os agressores o atacaram. A câmera de segurança do prédio mostra que um dos motoqueiros agride o policial. Logo depois chega o que dirige a moto. O policial se defende, mas é derrubado. Uma testemunha viu tudo. [...]</p>	<p>Flagrante Registro</p>
<p>24.01.2006</p>	<p>Crime diante das câmeras: eles agem como freqüentadores comuns. Retiram os tíquetes do estacionamento e se dividem: um vestido de policial e outro de segurança - dão cobertura ao grupo. Dentro do banco, dois homens se passam por clientes. Eles esperam que os seguranças com os malotes cheguem perto da saída para prendê-los. De repente, começam a atirar. Na fuga, derrubam a cancela do estacionamento. A ação deixou dois vigias mortos e um ferido. Dois clientes do banco também foram baleados. E os ladrões não levaram um tostão. Nos malotes, só havia documentos. Logo depois do crime, a polícia conseguiu prender três homens. Todos estavam armados. A suspeita é que pelo menos um deles tenha participado da tentativa de assalto. A polícia investiga se as armas apreendidas com o grupo foram usadas no crime. E espera identificar a quadrilha com a divulgação das imagens.</p>	<p>Flagrante</p>
<p>28.01.2006</p>	<p>Seria apenas mais um dia de caminhada de um casal à beira da Lagoa da Pampulha, em Belo Horizonte. Mas eles ouviram um som estranho, ao longe: pareciam gemidos. “Era um barulho de gato. Mas o barulho de uma criança e de um gato são idênticos. O barulho foi aumentando, e foi me chamando a atenção”, conta o auxiliar de manutenção José da Cruz. Pediram ajuda ao vigia do Museu de Arte para descobrir de onde vinha o barulho. A busca foi gravada por um cinigrafista amador que fazia um vídeo no local. José usou uma folha de coqueiro para puxar um embrulho, que boiava preso a um pedaço de madeira. Apesar do choro que eles ouviam, não podiam acreditar no que estava dentro do saco de lixo. “É uma criança que está aqui. É uma criança”, surpreenderam-se José e o vigilante. Era uma menina bem vestida e muito assustada. [...]</p>	<p>Flagrante</p>

05.10.2006	A polícia prendeu em Uberlândia, Minas Gerais, uma babá acusada de torturar um bebê de 1 ano e 9 meses. Uma câmera registrou os maus-tratos no bebê, que tem a síndrome de Down. Érica de Oliveira Morais, de 19 anos, foi presa em casa. No depoimento à polícia, a babá não escondeu o crime. Confessou que foram muitas as agressões, mas falou que a criança é uma menina muito boa e que não dava nenhum trabalho. A babá disse ainda que o motivo da tortura foi porque estava com problemas em casa e que acabou descontando na menina. [...] “Um vizinho falou que ela estava chorando quase todos os dias e, logo depois, apareceram lesões na pele, que a babá não soube explicar. Então, resolvemos colocar as câmeras ”, conta a mãe da menina. Nas imagens, Érica puxa o bebê com força, levanta a menina pela bochecha, bate nas mãos e a joga do sofá. [...]	
14.10.2006	Susto em um posto de gasolina, em Taquara, no Rio Grande do Sul. As câmeras de vigilância registraram o momento em que um carro bateu de ré em uma bomba de gasolina. Quando o frentista tenta apagar o incêndio ocorre mais uma explosão. As chamas foram controladas e ninguém ficou ferido. No carro havia bebidas alcoólicas. A mulher que estava de carona e que, segundo a polícia, provocou o acidente, fugiu.	Registro
16.10.2006	Um funcionário público foi preso em flagrante, em Belém, extorquindo dinheiro de um comerciante. A ação foi gravada pelo Ministério Público do Pará. O auxiliar de fiscalização Benedito Carvalho de Oliveira recebeu R\$ 250 de propina para liberar a emissão de notas fiscais. Na saída, foi detido. A pena vai de dois a oito anos de cadeia.	Flagrante
11.11.2006	No dia seguinte ao drama do seqüestro do ônibus 499 na Baixada Fluminense, no Rio, a mulher vítima do ciúme do ex-marido falou sobre os momentos de pânico que passou sob a mira de uma arma. Um dos reféns registrou imagens da ação violenta pelo telefone celular . Na manhã seguinte ao pesadelo, Rosemere e Carlos Eduardo não conseguiram ver o irmão. André Luiz Ribeiro da Silva, que ontem seqüestrou um ônibus na Baixada Fluminense, está numa cela isolada. Cristina Ribeiro, ex-mulher de André Luiz, durante dez horas ficou sob a mira do revólver do ex-marido, dentro do ônibus da linha 499. André Luiz se dizia traído, ameaçava matar a ex-mulher e se suicidar. Imagens exclusivas , feitas com um telefone celular , mostram que André segurava Cristina pelos cabelos e apontava a arma para a cabeça dela. Um passageiro tenta acalmar o seqüestrador. Avisada, a polícia começou a negociação. Aos poucos, os reféns foram sendo liberados.	Registro

ANEXO B – Questionário aplicado à Rede Globo

Data: Novembro de 2005

Meio: correio eletrônico

Fonte: Renato Ribeiro, diretor regional de Jornalismo – Rio de Janeiro/RJ

- 1) A Rede Globo possui uma política estabelecida com manual de critérios de recebimento e aproveitamento do material que levará a assinatura de “cinegravista amador”?

O jornalismo da Globo segue normas jurídicas (termo de cessão de direitos) para a aquisição de imagens de amador e usa critérios editoriais para o aproveitamento do material.

- 2) No “balcão”, no acolhimento deste material, é preenchido um formulário-padrão?

Sim, com identificação completa do cedente, com autorização de uso daquelas imagens e ainda com especificação de valor se as imagens forem compradas por nós.

- 3) No mesmo “balcão” chegam imagens para o quadro Videocassetadas, do Domingão do Faustão?

Não. Geralmente esse material vai diretamente para a produção do Faustão, que é quem exhibe videocassetadas...os amadores já sabem que o material que nos interessaria tem a ver com notícias, fatos do dia-a-dia como incêndios, acidentes, flagrantes em geral... situações em que nossas câmeras não poderiam estar presentes naquela hora e local.

- 4) Nesta etapa, quem avalia (função jornalística) para qual programa serão direcionadas as imagens (jornalismo ou entretenimento)?

O primeiro a ter contato com essas imagens é o chefe de reportagem. Ele pede ajuda ao supervisor dos cinegrafistas para uma avaliação inicial de qualidade técnica, tempo de gravação e observa o conteúdo jornalístico apresentado. Se houver interesse, o chefe de reportagem encaminha ao diretor regional de jornalismo para uma segunda avaliação. Só aí se decide pela aquisição do material. Se o amador estiver interessado em vender as imagens, mais uma negociação é feita, a respeito de preço...alguns chegam com preços fechados, outros não sabem quanto valem aquelas imagens ou não desejam dinheiro e sim a assinatura do nome dele nas imagens... Aí é caso a caso. O material vale tanto quanto pela importância jornalística.

- 5) Ao ser aceito o material (conteúdo jornalístico), qual o fluxo que segue (do balcão à transmissão)?

Depois de aceito, vira pura avaliação editorial... Aí depende do perfil de cada jornal. Uma imagem pode ser interessante para um jornal local ou para um jornal chamado de rede, com exibição nacional, como JN, BOM DIA BRASIL, JORNAL DA GLOBO, JORNAL HOJE, ou até mesmo FANTÁSTICO... Depois de negociado com o jornal de destino, o editor chefe desse jornal e sua equipe tomam conta da imagem... que tratamento vão dar, que texto será feito para vender o assunto registrado pela câmera do amador... quanto tempo merece aquela imagem no ar... se o material será ampliado para uma reportagem com a participação de repórter ou se valerá apenas uma imagem narrada pelo apresentador do jornal... o que determina tudo isso é o peso da notícia, o interesse público.

6) O autor participa em algum momento deste fluxo? Ele chega a ingressar na redação ou ilha de edição?

Na redação, sim. Para negociar as imagens, assinar o termo de cessão... passar informações referentes às imagens que ele está vendendo/cedendo... Mas não participa do processo de edição, não faz avaliações ou encaminha tendência para edição daquele material, quem cuida desse processo é o editor do jornal, de posse das imagens e das informações passadas pelo amador.

7) Ele é entrevistado (em off) em algum caso, para contextualizar as imagens? Como isso é feito?

Como disse, o amador deve informar dia, hora, local, como filmou, qual era o fato ocorrido, quem são os personagens... Informações objetivas sobre o seu flagrante. Mesmo assim, não utilizamos apenas as informações do amador, checamos, apuramos com outras fontes informações complementares. Exemplo: o amador traz um bom flagrante de um grande incêndio. Ele tem as informações do momento, do registro que ele fez. Precisamos aí complementar com fontes oficiais, que nos dêem os detalhes do acontecimento. Não há como pôr no ar informações vindas apenas do amador...ele não é jornalista, não apura o fato com todos os detalhes necessários.

8) Quanto o material possui um conteúdo que põe em risco a vida de seu autor, que procedimentos são tomados para preservá-lo?

Aí o cuidado é redobrado... Checamos muito bem todas as circunstâncias antes de adquirir essas imagens. Preservamos a identidade do autor, sempre. Explicamos que aquelas imagens podem expô-lo a riscos, nos certificamos se ele, realmente, sabendo disso, deseja nos passar o material. São casos especiais negociados com muita atenção e cuidado.

9) O telejornalismo solicita pareceres ao setor jurídico sobre as imagens?

Sim, algumas vezes, quando as imagens podem ferir direitos legais, individuais ou coletivos, públicos ou privados... para saber quais são nossos limites.

10) Como a Globo se acautela quanto à veracidade das informações contidas nas imagens e as pessoas/instituições que ali são mostradas?

Como disse antes, checando tudo, detalhadamente, se são imagens que podem comprometer alguém ou alguma instituição merecem apuração absolutamente confiável antes de ir ao ar, esgotamos todas as fontes de consulta, afinal, não é material gerado por nossa equipe de reportagem, né?

11) As afiliadas ou retransmissoras utilizam-se da mesma política de triagem deste material?

Sim.

12) Há registro sistematizado por gênero (como policial, catástrofes, acidentes, flagrantes) do que é recebido?

Não, o que é recebido é avaliado de forma geral, aprovado e encaminhado ao telejornal de destino.

13) Há registro sistematizado do que é aproveitado nas edições dos telejornais?

Sim, cadastrado em nossos arquivos de imagens.

14) Que assuntos são sistematicamente rejeitados (suicídio, esfaqueamento, tiro a queima roupa, acidentes, atropelamento com vítima focada nitidamente...)?

Assuntos que extrapolam o interesse jornalístico, imagens sensacionalistas ou que agridem o telespectador.

15) Além das câmeras convencionais (com fita ou digitais), estão sendo recebidas imagens produzidas por celulares, como aquelas feitas no interior de um trem durante os últimos atentados, em Londres?

Não sistematicamente. Aquelas imagens do trem são um registro inédito, elas foram captadas numa circunstância em que seria praticamente impossível de se obter com uma câmera profissional ou até amadora. Mas é raro e, como tem valor histórico, são imediatamente aceitas.

16) Já existem grupos “frilas” não-jornalísticos ou para-jornalísticos atuando para a Globo na captura de conteúdo jornalístico? Se há, a emissora os prepara? Como?

Não. A Globo tem uma grandiosa equipe de repórteres cinematográficos em ação, 24 horas por dia...não há grupos estabelecidos. Há colaboradores informais, gente que está no local e na hora do fato e registra esses momentos. Esses amadores nos procuram e oferecem seus produtos que, repito, são muito bem checados antes de ir ao ar.

17) A Rede Globo divulga publicamente seu interesse por este tipo de produção? Como é feito isso? (Ex.: o Estadão recentemente passou a veicular pedindo aos seus leitores fotos sobre qualquer assunto que julguem noticiável).

Não. A Globo é caminho freqüente dessas ofertas, por causa de sua capacidade de cobertura e audiência.

18) O uso das imagens pela emissora é considerado, hoje, em se tratando de participação popular na construção da notícia, um fenômeno?

Consideramos uma colaboração valiosa, de grande importância para a construção de uma boa história. Muitas vezes, um amator está onde só ele poderia estar quando ocorre a notícia. Daí a riqueza desse trabalho. Mas não é todo dia que nos chegam imagens de amadores... Nossas equipes estão nas ruas dia e noite em busca de imagens diferenciadas.

19) Posso afirmar que há uma certa “dependência” do telejornalismo (Globo) por essas imagens quando há temas relevantes como, por exemplo, a queda das torres em NY; atentando em Londres; tráfico de drogas no Rio; violência nas praias cariocas, nos túneis, nos morros; pânico de motoristas e pedestres em confronto de estudantes e policiais em São Paulo; vandalismos e agressões em saídas de estádios; flagrantes em vestiários, camarins, presídios?

Não diria dependência. Não só a Globo, mas todas as tevês do mundo se servem de imagens inusitadas, impactantes como a das torres incendiadas, ou as do celular no atentado em Londres. São eventos inesperados, surpreendentes, fora do alcance normal do trabalho das câmeras... Mas, nos outros exemplos, há de se registrar a presença em primeira mão de nossas câmeras... tráfico de drogas, conflitos em manifestações, violência nas praias cariocas são fatos constantes em nossa cobertura do dia a dia... Mesmo que nos sirvamos de um flagrante específico dos amadores, ampliaremos esse contexto, acrescentaremos fatos novos e abordagens diversas no sentido de enriquecer a história.

20) A morte de Tim Lopes repercutiu de que maneira nessa produção – aumentou?

Não tenho como medir precisamente esse fenômeno.

21) Quando são veiculadas imagens “chocantes” (como o encontro de um bebê, em Minas Gerais – janeiro de 2006), como se comportam os índices de audiência, em especial, do Jornal Nacional?

Não tem como medir o desempenho da audiência pela exibição de uma imagem específica. Mas quando a história ganha contornos sociais importantes, quando o assunto merece um debate mais profundo, certamente mexe com o interesse do telespectador, ainda mais numa história tão comovente como foi a do bebê abandonado.

22) Depois da veiculação desse tipo de matéria, cresce o número de imagens captadas por tais “cinegrafias”?

Certamente... eles vão em busca de grandes flagrantes como aquele da lagoa da Pampulha. Mas não é todo dia que um fato tão impactante acontece.