



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

# **A fragmentação na produção do telejornalismo**

Luiza Alves Bandeira

Rio de Janeiro/ RJ  
2008



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
JORNALISMO

## **A fragmentação na produção do telejornalismo**

Monografia submetida à Banca de  
Graduação como requisito para a obtenção  
do diploma de Comunicação Social-  
Jornalismo.

**LUIZA ALVES BANDEIRA**

**Orientadora: Profa. Dra. Cristina Rego Monteiro da Luz**

Rio de Janeiro/RJ  
2008

## FICHA CATALOGRÁFICA

BANDEIRA, Luiza Alves.

A fragmentação na produção do telejornalismo. Rio de Janeiro, 2008.

Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) - Universidade Federal do Rio de Janeiro- UFRJ, Escola de Comunicação-ECO.

Orientadora: Cristina Rego Monteiro da Luz

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Avaliadora, abaixo assinada avalia a monografia **A fragmentação na produção do telejornalismo**, elaborada por Luiza Alves Bandeira.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia ...../...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Cristina Rego Monteiro da Luz  
Departamento de Comunicação- UFRJ

Profa. Dra. Inês Maria Silva Maciel  
Departamento de Comunicação- UFRJ

Prof. Augusto Gazir Martins Soares  
Departamento de Comunicação- UFRJ

Rio de Janeiro/RJ

2008

BANDEIRA, Luiza Alves. **A fragmentação na produção do telejornalismo**. Orientadora: Cristina Rego Monteiro da Luz. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

## **RESUMO**

O estudo propõe investigar se o modelo de divisão de tarefas adotado no processo de produção do telejornalismo afeta o produto final do telejornal, refletindo uma fragmentação do real no seu conteúdo final. A criação de rotinas produtivas foi necessária para viabilizar a existência do jornalismo na forma como hoje o entendemos, adequando-o à categoria de produto. Analisar o aparato de sustentação em torno do repórter de televisão permite repensar a função deste profissional na dinâmica de confecção da notícia. A imobilidade em relação à pauta e as modificações realizadas pela edição no momento da finalização da matéria têm o poder de engessar o repórter em uma lógica de obra fechada, distanciando-o da função de mediador do real e transformando-o em simples agente da narrativa. A existência de estruturas de produção fixas e com pouca comunicação entre si sugere uma perda de qualidade do que está sendo veiculado. O estudo adquire importância diante do desenvolvimento de novas formas de produção e organização, resultantes da consolidação da Internet como instrumento imprescindível na produção de conteúdo jornalístico.

## DEDICATÓRIA

*Este trabalho é dedicado à memória do meu pai, Aldemar Bandeira Neto, que sempre me incentivou e foi o grande responsável por eu ter me tornado a pessoa que sou hoje. São dele também todas as minhas conquistas.*

## AGRADECIMENTOS

*A minha mãe, pelas conversas, sugestões, apoio e paciência que teve comigo durante a confecção deste trabalho; e pelo amor que sempre me dedicou;*

*A minha irmã, que compartilhou comigo este momento. Amo vocês;*

*Aos amigos que me ouviram nos momentos difíceis e me ajudaram a continuar, obrigada pelo carinho;*

*À professora Cristina Rego Monteiro, pela orientação e dedicação dispensada a esta pesquisa;*

*À equipe da TV Bandeirantes, pelos ensinamentos dados e pela colaboração com as entrevistas; sem vocês este trabalho não seria possível;*

*Aos professores que realmente se comprometem com a Escola de Comunicação e que de alguma maneira contribuíram para minha formação, a minha admiração;*

*A todos aqueles que passaram pela minha vida e fizeram alguma diferença, obrigada.*

“Desvelar as coerções ocultas que pesam sobre os jornalistas e que eles fazem pesar, por sua vez, sobre todos os produtores culturais não é – precisa dizer? – denunciar os responsáveis, apontar o dedo aos culpados. É tentar oferecer a uns e outros uma possibilidade de se libertar, pela tomada de consciência, do império destes mecanismos”. (PIERRE BORDIEU:1997; 13))



# **SUMÁRIO**

## **1. INTRODUÇÃO**

## **2. A DIVISÃO DE TAREFAS**

2.1 Origens e conseqüências históricas da divisão de trabalho

2.2 A influência das rotinas produtivas na televisão

## **3. A PERSPECTIVA DO CONSUMO**

## **4. A PERSPECTIVA DA PRODUÇÃO**

4.1 A apuração

4.2 A pauta

4.3 A edição

4.4 O repórter

## **5. ESTUDO DE CASO: O JORNAL DO RIO**

5.1 A estrutura

5.2 A rotina

5.3 Um dia de telejornal

5.4 As tensões entre os agentes da linha de produção

## **6. CONCLUSÃO**

## **7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## 1. Introdução

Não é novidade dizer que a sociedade contemporânea foi fundada e continua baseada em um sistema de divisão de trabalho. Esta temática é tratada desta maneira em livros didáticos e é ensinada assim para grande parte dos brasileiros. Este modelo de sistematização que nasceu na organização fabril estendeu-se também a outras áreas da produção, como a do jornalismo. Assim, a lógica fragmentada da produção industrial chegou ao processo de produção da notícia nas redações de telejornal. Seria porém o telejornal um produto como qualquer um, que sai de fábrica pronto para o consumo? Haveria reflexos da adoção deste modelo no resultado final daquilo que conceituamos chamar de notícia?

A consolidação da internet como local essencialmente jornalístico revela a urgência de se pensar em novas formas de produção em todos os campos da Comunicação. Existe um universo de perspectivas que tende a redesenhar não só os conteúdos como também a forma de produzir e de distribuir as informações, abrindo espaço para que se discuta a formatação atual desta lógica e se ela atende ao cumprimento da função social da atividade jornalística.

O estudo das formas atuais de organização de uma empresa jornalística televisiva torna-se assim indispensável para entender como o *real* apresentado nestas mídias reflete uma estrutura segmentada e fracionada de (in)compreensão do todo.

Sem negar os benefícios que a divisão do trabalho trouxe para a industrialização e o avanço da economia mundial, historicamente este mesmo sistema foi apontado como gerador de alienação do trabalhador e do desinteresse deste pelo produto final. O presente estudo trabalha com a hipótese de que a replicação deste modelo nas redações de telejornais – que tem essa “linha de montagem” excessivamente compartimentada como característica que a diferencia dos outros veículos jornalísticos – pode ser também causadora de prejuízos à qualidade final do trabalho. A pesquisa pretende investigar quais são essas rotinas produtivas e os resultados da subsequente fragmentação de sentido das informações no processo de produção diária de um telejornal.

Para iniciar o estudo, analisarei, no primeiro capítulo, as origens do sistema de divisão do trabalho e como este modelo interferiu no resultado da produção, baseado principalmente nas críticas que Karl Marx fez ao longo de seus estudos. Veremos também quais foram os processos

modificadores pelo qual este modelo de trabalho passou nas últimas décadas e qual a situação atual do trabalhador. Pretendo mostrar como o sistema foi adaptado para outras áreas da produção, como comércio e serviços, para passar assim à análise desta “linha de montagem” no telejornal. Isso será feito pela abordagem das rotinas produtivas das redações, estabelecidas para fazer caber a notícia dentro do rótulo de produto. Veremos como o jornalismo se diferencia dos produtos comuns, por ter como característica definidora a *marca do autor*. Mesmo assim, para tornar o jornal um produto viável, a transformação do acontecimento em notícias teve que ser adaptado a um sistema mecanicista de produção. A noticiabilidade, assim, introduziu práticas estáveis em uma matéria prima instável por excelência. Criaram-se portanto estratégias de *previsibilidade e planejamento* que se efetivam por meio da rotinização do trabalho dos profissionais.

No segundo capítulo, será feita uma análise dos mecanismos de manutenção de atenção utilizados pelo telejornal. Essas estratégias têm o intuito de fazer com que este seja entendido, durante a exibição, como uma narrativa fechada, lida como um bloco único, impossibilitando a “fuga” do telespectador. Veremos que, contraditoriamente, uma dessas estratégias é exatamente a de apresentar o conteúdo do programa de forma rápida e fragmentada, numa pretensão de acompanhar o ritmo veloz da sociedade contemporânea.

Esta fragmentação de conteúdo pode aparecer como reflexo também da forma como o telejornal é produzido. No terceiro capítulo, buscarei analisar o papel dos agentes desta “linha de montagem”: produtores – apuradores, pauteiros –, editores e repórteres no resultado final da notícia. Estes últimos executam uma tarefa distinta, sob vários aspectos, da que cabe aos profissionais de rádios e veículos impressos, que contam com mais mobilidade em relação à pauta. Trabalharei com a hipótese, levantada por Salomão, de que a supremacia do esquema de trabalho sobre a laboração editorial gera a possibilidade de fazer com que o jornalista vire um mero cumpridor de tarefas dentro de uma lógica pré-espelhada desde o dia anterior. Buscarei apontar sinais do que o autor descreveu como o “engessamento da produção de uma matéria dentro de uma lógica fechada, onde o repórter muitas vezes se transforma em mero agente da narrativa, e não da narração”.

No quarto capítulo, buscarei fazer uma radiografia no processo produtivo de um telejornal, usando como suporte principal o *Jornal do Rio*, noticiário local exibido diariamente na TV Bandeirantes. O telejornal foi escolhido como objeto de análise por contar com uma equipe de profissionais reduzida e, por isso, com uma produção mais concentrada. Além disso, a

experiência pessoal da autora, que participou durante 11 meses do programa de estágio da emissora, foi fator decisivo na escolha do telejornal. A percepção a respeito do sistema de produção da emissora é até mesmo anterior ao início da elaboração deste estudo, e entendo que a união da prática com o olhar com bases acadêmicas é proveitosa.

Analisarei como várias mãos trabalham para compor uma matéria São utilizadas para esta finalidade entrevistas com os profissionais. Discutirei a hipótese de existir um engessamento dentro de uma lógica de obra fechada, distanciando o repórter de sua função e se resulta disso uma inversão de papéis que transforma o repórter em agente da narrativa. Abordarei questões que envolvem o pensamento de cada profissional em relação ao papel que ele cumpre e que os outros cumprem. Por último, pretendo analisar a possibilidade da rotina produtiva, relacionada, no caso da televisão, a uma pré-produção da matéria, estar influenciando a forma como o telejornal apresenta a realidade para os telespectadores.

A fragmentação da produção de um telejornal, feita por apuradores, pauteiros, repórteres e editores, é um assunto pouco explorado pelos meios acadêmicos. Um levantamento feito por Marques de Melo sobre as fontes de estudo da comunicação mostra que, até hoje, foram realizados poucos trabalhos sobre as rotinas de produção e a influência disso sobre o que vai ao ar e como isso é apresentado (MELO apud PEREIRA JR.: 2000,10). No livro “Um Perfil da TV Brasileira”, Sérgio Mattos (1990) mostra que a maioria do material bibliográfico produzido no Brasil tendo como tema a televisão apresenta análises sobre o desenvolvimento do veículo e sua influência, assim como o uso da TV pelas classes dominantes. Evidenciando o mesmo problema, Sebastião Squirra ressalta que a produção acadêmica sobre o telejornalismo detém-se sobre a ideologia e análise do veículo, bem como no seu efeito e na eficácia no processo da comunicação (SQUIRRA: 1993,101-104), em vez de mostrar como as rotinas produtivas afetam o produto final.

O interesse do meio acadêmico sobre rotinas produtivas vem aumentando, mas o conhecimento do processo de produção continua sendo mais facilmente acessado em livros publicados por jornalistas contando experiências profissionais. Neste estudo, pretendo acompanhar uma nova tendência no meio acadêmico e mostrar alguns aspectos do complexo processo de influência das rotinas de produção na definição de forma como a notícia é representada.

A perspectiva teórica adotada neste trabalho será a do *newsmaking*, considerada a mais adequada para analisar o jornalista como autor/produtor submetido a rotinas de trabalho que contribuem para definir seu processo de produção. De acordo com Pereira Jr.(*ibidem*), se entendermos a mensagem como produto socialmente produzido, precisamos nos concentrar no processo de produção destas mensagens. Em outras palavras, se a notícia é um produto gerado por um processo historicamente condicionado – o contexto social da produção e suas relações organizacionais, econômicas e culturais –, somente a análise desse processo vai permitir uma maior compreensão da realidade social do processo (MOTTA, 1995).

Dentro desta linha de pensamento, o *newsmaking* se ocupa com questões como o porquê das notícias serem como são, a imagem que elas fornecem do mundo e como essa imagem é associada às práticas do dia-a-dia na produção de notícias dentro das empresas de comunicação. A abordagem do *newsmaking* se dá dentro do contexto da cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e os processos produtivos, cujas conexões e relações tornam-se a preocupação central da pesquisa da produção de notícia.

A perspectiva difere daquela que responsabiliza a deficiência da cobertura a pressões externas, quando abre a possibilidade de perceber o funcionamento da distorção inconsciente “vinculada ao exercício profissional, às rotinas de produção, bem como aos valores partilhados e interiorizados sobre o modo de desempenhar a função de informar.”

## **2. A divisão de tarefas**

O sistema de divisão de tarefas e especialização do trabalho é entendido por muitos, hoje, como natural. Apesar de grande parte das pessoas ter aprendido na escola que nem sempre foi assim, o método é tido como o lógico e o mais eficaz. A atual configuração do trabalho, influenciada pelo sistema toyotista de produção\_ baseado na produção em menor escala, mais diversificada, e com profissionais menos especializados (MACIEL, 2003)\_ , no entanto, mostra que, em diversos ramos, a exigência por um profissional com capacidade de exercer múltiplas funções, é uma realidade.

Neste capítulo, veremos como este sistema de divisão do trabalho surgiu e veio a assumir este posto de naturalidade e como isto foi levado para a redação dos jornais, através da criação de rotinas produtivas.

### **2.1. Origens e conseqüências históricas da divisão de trabalho**

O sistema de divisão do trabalho deu os primeiros sinais de aparecimento ainda no século XVI, data do início da expansão dos mercados, que ultrapassam os limites das cidades. O sistema que prevalecia até aquele momento, com a produção sendo realizada por mestres-artesãos independentes, donos da matéria prima e com poucos empregados produzindo para um mercado pequeno e estável, foi substituído por um sistema em que esses mestres detinham ainda a propriedade dos instrumentos de trabalho, mas dependiam, para a matéria prima, de um empreendedor entre ele e o consumidor. (HUBERMAN, 1978)

Este intermediário aparece exatamente para dar conta desta expansão dos mercados. Apesar de não alterar a técnica de produção vigente, o intermediário reorganiza o sistema produtivo, com a introdução da separação de tarefas. Já no século XVII, o economista William Petty, explicava a lógica: “a fabricação a roupa deve ficar mais barata quando um carda, outro fia, outro tece, outro puxa, outro alinha, outro passa e empacota, do que quando todas as operações mencionadas são canestramente executadas por uma mão só” (PETTY apud HUBERMAN: 1978;120).

O processo de cercamento de terras, que ocorreu com mais intensidade na Inglaterra, expulsou do campo os trabalhadores rurais e liberou mão de obra para o trabalho nas fábricas, sendo, juntamente com a acumulação de capital, fator imprescindível para a eclosão da

Revolução Industrial. O uso da máquina a vapor e a emergência do sistema fabril acentuaram a divisão do trabalho. (HUBERMAN, 1978)

Nesta nova dinâmica, os trabalhadores podiam ser instruídos em poucas semanas para o uso da máquina. Assim, alguns trabalhadores e operários especializados, sem verdadeira formação profissional, são capazes de satisfazer as exigências de uma etapa do processo de produção; não existe mais a necessidade de um operário experimentado capaz de demonstrar perícia adquirida através de uma longa prática de serviço, possuindo às vezes “segredos técnicos”, transmitidos de geração em geração. (AQUINO, 1983).

O operário é colocado diante de um mecanismo que substitui sua criação pessoal e sua iniciativa pelo do engenheiro; este, ao programar a produção, impõe-lhe os gestos e o ritmo determinados de cada tarefa, cujo sentido total o operário já não percebe.

O aperfeiçoamento das técnicas e dos métodos de produção acentuou a divisão do trabalho: diversas fases de produção despersonalizaram o trabalho, não permitindo ao operário visualizar sua participação no produto acabado. Seu trabalho ficou restrito a algumas operações simples, repetidas e sem qualquer interesse intelectual ou técnico de sua parte; o trabalho tornou-se monótono e impessoal.

Assim, o operário passa a ser uma engrenagem a mais na máquina, e não uma pessoa integral. O trabalho é, conseqüentemente, realizado sem motivação. De tudo isso, resulta um sentimento de frustração em relação ao trabalho que o faz procurar alguma forma de evasão, pois sua vida já não está mais no trabalho, mas em outras distrações.

Uma visão marxista da História permite dizer que o uso das máquinas reduz a maioria das pessoas a simples apertadores de botões, diminuindo, assim, o grau de consciência de cada um em relação a tudo que o cerca. O trabalho torna-se não aliado, mas alienado da razão, pois, apesar de exigir menor esforço muscular, foi submetido a uma verdadeira escravidão mental. Cresce dessa maneira a tensão nervosa: o cansaço físico foi substituído pelo esgotamento mental e emocional, gerando depressão, hipertensão, e outros males. (AQUINO, 1983).

Marx via na classe trabalhadora o grande agente da mudança social que se daria no momento da falência do capitalista, que não se sustentaria. Para ele, o processo de inserção do indivíduo em uma classe assemelha-se à subordinação destes à divisão do trabalho.

“Trata-se do mesmo fenômeno da subordinação dos indivíduos a divisão do trabalho, e tal fenômeno não pode

ser suprimido se não se supera a propriedade privada e o próprio trabalho”. (MARX, apud MATTOS: 1998; 55)

As contradições entre classes estiveram evidenciadas em diversas lutas ao longo da história, e o próprio capitalista conheceu novas formas de organização que tinham também como objetivo aproximar o trabalhador da indústria, para que o trabalho rendesse mais.

Nas últimas décadas, observou-se um processo de mudança que afetou a forma como a produção em massas organizou-se ao longo do século. Foi chamado de Terceira Revolução Industrial, Pós-Fordismo ou Reestruturação Produtiva. Mattos (1998) identifica cinco características centrais neste conjunto de transformações: 1) a nova fase de internacionalização do capital, gerando busca pela liberdade para investimentos especulativos em escala mundial; 2) a desindustrialização, proporcionando o crescimento do setor de serviços; 3) transformações tecnológicas e nas relações de trabalho; 4) mudança na composição das classes trabalhadoras; 5) alteração no papel do Estado.

As transformações tecnológicas e nas relações de trabalho se deram com uma redução na oferta de trabalho e mudança no perfil da qualificação da força de trabalho, pela demanda por trabalhadores mais especializados, como operadores/programadores de máquinas de sistemas informatizados, ou por gerarem desqualificação, como quando da substituição de bancários que contabilizavam por digitadores, com a ampliação da rede informatizada nos bancos. Porém, mais radicais que inovações tecnológicas tem sido as mudanças no gerenciamento da produção – por meio de estímulos a polivalência (operário executa várias tarefas, controla a qualidade dos produtos e faz a manutenção preventiva da máquina) e ao trabalho em equipes (dividindo responsabilidades, mas também aumentando o controle do conjunto da equipe sobre cada um de seus membros para garantir o nível de produtividade), visando a uma estratégia em que os trabalhadores compartilhem os objetivos da empresa.(MATTOS: 1998)

Nos anos 90, as inovações tecnológicas se fizeram acompanhar de intensificação do ritmo de produção e da jornada de trabalho dos que permaneceram na produção. As rotinas fordistas de produção se reatualizaram em novos domínios, adaptando-se a certas áreas de comércio e de serviço. Para ilustrar essa permanência de certas características fordistas em áreas não



industriais, Huw Beynon cita o exemplo dos tempos rígidos e da rotina de divisão de tarefas da rede de lanchonetes Mc Donalds no texto “As práticas do trabalho em mutação”<sup>1</sup>.

Em sua tese de doutorado, a professora Inês Maciel(2003), da UFRJ, aborda a introdução das práticas toyotistas nas redações de um jornal impresso<sup>2</sup>. O modelo toyotista de trabalho teve origem nas fábricas da Toyota, no Japão pós-guerra. O país não tinha, à época, capacidade de produzir em série, em grande quantidade. Por isso, pela necessidade de produzir pequenas quantidades, acabou inovando e criando um modelo de diversificação da produção, priorizando o atendimento por demanda.

Este modelo abre espaço para um desespecialização do trabalho, no sentido em que era preciso utilizar menos mão-de-obra. Adaptar um profissional para que exercesse múltiplas tarefas também um tipo de racionalização, que diferia daquela adotada pelo fordismo/taylorismo mas gerava também bons resultados em termos de produtividade.

Neste sistema, o trabalhador é incentivado a pensar de forma cooperativa e pró-ativa, isto é, ele é engajado na busca contínua de soluções mesmo antes que os problemas aconteçam. Distancia-se, desta maneira, daquele trabalhador alienado e desinteressado que vimos antes. Na transposição do modelo para o ocidente, porém, foram incorporadas as técnicas que proporcionavam a intensificação e a precarização do trabalho. Exemplo disso é dado pelas empresas que mantêm um pequeno quadro de funcionários, que trabalham cada vez mais, de forma multifuncional, e exploram mão-de-obra terceirizada.

Em análise sobre o jornal carioca “O Dia”, Maciel identifica a transposição deste sistema de produção toyotista para a redação, em outro exemplo de como o campo da comunicação foi afetado por lógicas industriais de produção. (MACIEL, 2003)

Este trabalho não propõe um aprofundamento na identificação do sistema de produção – fordista, taylorista ou toyotista – de maior influência nas redações. Entendemos que, para a finalidade deste estudo, basta identificar que a prática da divisão do trabalho – seja a tendência dela mais especializadora ou não - adequou-se também às rotinas produtivas nos meios de comunicação, como veremos no próximo capítulo.

---

<sup>1</sup> Beynon, Huw. “As Práticas do Trabalho em Mutação”. In: Ricardo Antunes (org.) *Neoliberalismo, Trabalho e Sindicatos. Reestruturação Produtiva no Brasil e na Inglaterra*. São Paulo, Boitempo, 1999.

<sup>2</sup> MACIEL, Inês Maria Silva. *Inovação tecnológica ou Toyotismo na Redação: As mudanças tecno-organizacionais em uma redação de jornal e suas implicações no processo de trabalho*. COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro, 2003.

## 2.2. A influência das rotinas produtivas na televisão

Associada ao advento da Revolução Industrial, a divisão do trabalho trouxe avanços significativos no processo de criação e consolidação do capitalismo. Com a execução de cada etapa de um processo por um profissional diferente, especializado, ganhou-se tempo e, conseqüentemente, dinheiro. Historicamente, dessa maneira, a designação de tarefas e papéis específicos para cada indivíduo agilizou e melhorou a capacidade e também os resultados da produção de produtos idênticos ou semelhantes em escala industrial.

A televisão, um dos grandes expoentes da chamada Indústria Cultural, de acordo com os pensadores da Escola de Frankfurt, não foge à regra. A própria metáfora com o conceito de “indústria” já faz supor que a ela se aplicariam princípios organizacionais semelhantes aos das grandes fábricas capitalistas. Algumas empresas já caminham hoje para uma mudança na estrutura funcional, mas o setor ainda se referencia no sistema tradicional.

Pensadores como Miège e Zallo, que sucederam Adorno, Horkheimer, Benjamin e outros integrantes da Escola de Frankfurt, cunharam o termo *indústrias culturais* em substituição a uma única indústria cultural. Essas indústrias, em especial a televisão, funcionam como qualquer outra, mas apresentam algumas particularidades, entre elas a *marca do autor*. Ou seja, a participação do trabalhador, no caso o produtor de bens culturais. Para exemplificar, Pereira Jr. (1999;13), usa o exemplo de um disco do Roberto Carlos, que vende exatamente porque é de um cantor popular reconhecido em todo o país. Em uma linha de produção de uma fábrica, no entanto, o mesmo não ocorre, pois não importa quem montou uma peça de carro, ou seja, a intervenção do *autor* não tem relevância.

No telejornalismo, porém, os créditos que rodam ao final de cada telejornal, mostrando quem são os seus *autores*, são um indício de que os produtores ocupam um papel importante na elaboração do produto, o que não acontece em outras áreas. Um carro quando sai da linha de montagem não sai com os créditos dos seus autores. (PEREIRA JR.:1999;13)

Mesmo dentro deste conceito, a produção do acontecimento acaba sofrendo as conseqüências da adequação a um sistema mecanicista de “linha de produção” que, conforme Castells (2002), parece ser a imposição necessária às exigências de inserção de qualquer empresa ou organização em um cenário de capitalismo tardio ou pós-fordista, onde os recursos humanos e técnicos precisam ser continuamente otimizados e os lucros garantidos. Dessa maneira, o caráter

subjetivo do meio acaba sendo desconsiderado, e a produção de notícias se insere no mesmo sistema de produção da qual faz parte qualquer mercadoria. (PICCININ: 2005; 121)

Faz-se necessário, aqui, fazer um adendo para falar sobre a mudança que a internet trouxe no contexto das rotinas produtivas em comunicação. O surgimento dos *online*, que atuam pautados pela instantaneidade e pela interatividade, pressionou outros veículos a modificarem sua estrutura, com uma integração de plataformas. Tivemos assim o exemplo do jornal americano *Washington Post*, que unificou as redações de sua produção online e impresso<sup>3</sup>. Recentemente, o jornal *O Globo* também lançou um projeto de integração, com o slogan “Muito além do papel de um jornal”<sup>4</sup>. O objetivo é fornecer informações para todos os suportes, como papel, online e celular. A unificação das redações de jornalistas de O GLOBO online e impresso, no entanto, ainda não aconteceu.

Na televisão, o resultado da pressão dos *online* apareceu, até agora, principalmente na interatividade. Com a web, o indivíduo que estava habituado a apenas receber notícias pela televisão viu a possibilidade de fazer parte da rotina produtiva daquilo que assiste. A produção de conteúdo para TV está deixando de ser exclusividade das emissoras. Estas corporações, que atuavam como filtros sociais, estabelecendo o que deveria ou não entrar para a agenda social, começam a alterar sua rotina de funcionamento devido ao espaço aberto para os usuários por avanços tecnológicos. A evolução da tecnologia multimídia modificou o tempo de resposta da audiência – que comenta o conteúdo do telejornal *online*- e revolucionou o papel dos receptores da informação, que agora querem ser ouvidos e para isso desejam participar da criação do conteúdo, reclamando e/ou sugerindo pautas.

A adoção da TV interativa digital é outro facilitador desse processo de democratização da informação. Ela vai permitir diversos níveis de interação. No início, é provável que se restrinja a possibilidade do telespectador acessar menus interativos durante uma notícia ou escolher entre câmeras em uma partida de futebol. Em uma segunda fase, deve permitir que se participe de enquetes, compre produtos e que haja uma voz mais ativa na programação.<sup>5</sup> Nesse cenário, os

---

<sup>3</sup> Fonte: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=415MON008>

<sup>4</sup>Fonte: [http://oglobo.globo.com/rio/mat/2008/09/20/o\\_globo\\_vai\\_muito\\_alem\\_do\\_papel\\_de\\_um\\_jornal\\_-548310327.asp](http://oglobo.globo.com/rio/mat/2008/09/20/o_globo_vai_muito_alem_do_papel_de_um_jornal_-548310327.asp)

<sup>5</sup> Fonte: José Marcelo Amaral, vice-coordenador do módulo de mercado do Fórum Brasileiro de TV Digital, em entrevista ao site G1. Disponível em <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL178235-6174,00.html>, acesso em 19/10/08

custos de operação e de instalação de infraestrutura tendem a ser reduzidos, e neste sistema, a interatividade será o aspecto definidor das novas tecnologias de comunicação.

Um bom exemplo de interatividade é dado hoje pelo RJTV, jornal local da Rede Globo. O noticiário, que se auto-identifica como um jornal comunitário, há tempos busca o contato com o telespectador, seja por meio do jornalismo local, com ferramentas como o “RJ Móvel”, da participação do telespectador na coluna “Caixa-Postal” ou nas votações feitas na “Urna do RJ”. Mas o uso da tecnologia tornou possível o surgimento do quadro “Você no RJ”, em que telespectadores enviam imagens feitas com câmeras digitais ou celulares para o jornal. Essas imagens são exibidas, apesar da baixa qualidade, e em seguida a equipe de reportagem vai ao local para apurar o problema denunciado.

Um dos grandes desafios das TVs está exatamente na necessidade de preparar as redações e jornalistas para lidar com essas transformações. Com o jornalismo digital, muitos profissionais já escrevem notícias para vários formatos: internet, web TV, etc. O processo, no entanto, é incipiente, e a maioria das redações de TV ainda não sofreu uma transformação profunda e completa em sua rotina produtiva.

Voltamos assim a nossa linha de pensamento anterior, em que as estruturas de produção levam a necessidade de fazer a atividade jornalística caber dentro de um sistema burocrático. Isso exige a criação de *estratégias de previsibilidade e planejamento* que acabam efetivando-se por meio da rotinização do trabalho dos profissionais. Para Pereira Jr. (2000), tudo numa redação de TV “é organizado no sentido de que fatos imprevistos não afetem a produção diária do telejornal”. Já Geraldinho Vieira (1991) diz, a respeito dos procedimentos técnicos do jornalismo, ter “a concepção de que um jornal é uma questão de criar uma cultura orgânica jornalística uniformizada por critérios básicos.” (VIEIRA: 1991; 22) Fazendo uso das idéias do teórico Mauro Wolf, Luiz Gonzaga Motta explica:

(...) a noticiabilidade introduz práticas estáveis numa matéria-prima (os fatos que ocorrem no mundo), que é por natureza variável. E estabiliza a rotina da produção industrial nas empresas jornalísticas. Assim, faz notícia aquilo que é suscetível de ser trabalhado pela empresa jornalística sem demasiada alteração do ciclo produtivo normal. A noticiabilidade de um fato é avaliada quanto ao seu grau de interação aos processos rotineiros de produção industrial da notícia. Segundo este raciocínio, os ‘valores-notícia’ operacionalizam as práticas profissionais nas redações, sugerindo o que deve ser escolhido, omitido, realçado. São regras práticas que guiam os procedimentos profissionais nas redações, fácil

e rapidamente aplicáveis, orientados para a eficiência produtiva. (MOTTA, apud MORAIS & BEZERRA: 2004, 130)

Isso significa que o jornalismo requer medidas que sistematizem a “linha de produção” de notícias, para dar ordem e forma ao material e fazer com que todo o processo adapte-se às normas que o suporte determina. Os profissionais da área do jornalismo acabaram por criar mecanismos de previsibilidade para dar conta da cobertura dos fatos que precisam ser noticiados no implacável espaço de tempo do telejornal. Esses mecanismos levam em consideração o fato em si, as exigências do trabalho jornalístico e o material humano que o desenvolve. Exemplos dessas estratégias são a definição de pautas do dia; produção de matérias “frias”; divisão das notícias em blocos; entrevistas realizadas antecipadamente; definição de escalas de pessoal para coberturas jornalísticas especiais; recomendações para eventos previstos, datas comemorativas e/ou desdobramentos de fatos que já tiveram repercussão na TV ou em outras mídias.

Dessa forma, esses dois fatores – os critérios de noticiabilidade e as estratégias de planejamento típicas do jornalismo – influenciam diretamente a maior ou menor presença das rotinas de produção. E, graças a estas, notícias factuais prescrevem formas de organização e estruturação bem específicas, sobretudo no caso da TV. (MORAIS & BEZERRA: 2004)

Para pensar a produção da notícia, sua origem e seu significado, é preciso então considerar tanto os mecanismos utilizados durante sua exibição como produto final quanto os mecanismos ideológicos e operacionais que vão resultar nestas *rotinas produtivas* praticadas dentro das redações.

### 3. A perspectiva do consumo

Diferentemente do que acontece com o jornal impresso, o telejornal precisa ser apreendido como um todo para ser bem sucedido. A organização baseada no tempo, e não no espaço, faz com que o consumidor não possa ir diretamente ao que o interessa. O leitor que gosta de economia, por exemplo, vai direto a esta editoria quando pega o jornal pela manhã; quando assiste a um telejornal, no entanto, ele não pode escolher ver uma única notícia; pelo contrário, precisa ficar atento a todo o jornal para que ela chegue até ele. A possibilidade de perder a atenção de um telespectador, por isso, é muito grande, e para evitá-la o telejornal criou determinadas características que devem ser analisadas.

A notícia de televisão é radicalmente diferente. Ao contrário da notícia de jornal, que não é concebida para ser lida na totalidade, embora adquirindo inteligibilidade, a notícia de televisão é concebida para ser completamente inteligível quando visionada na sua totalidade. (WEAVER *in* TRAQUINA, 1999, p. 299)

Dessa maneira, as estratégias de gerenciamento de atenção no telejornalismo precisam ser mais sofisticadas, de efeito imediato, segundo Hernandez (2006). A organização do telejornal é, assim, toda baseada na tentativa de prender o telespectador. Analisando o Jornal Nacional, da TV Globo, o autor percebe que se evita o comercial entre o final da novela das 19h e o início do JN. Na TV Bandeirantes, também não há intervalos entre o final do jornal local e o Jornal da Band, em rede nacional. Já na escalada<sup>6</sup> são usados diversos recursos para prender a atenção de quem está em casa. Ela faz um resumo das principais notícias do telejornal e funciona como um índice do que virá a seguir. Os apresentadores aparecem em plano próximo para anunciar as principais manchetes do dia. Sons, cortes rápidos e entonação vibrante integram a estratégia de arrebatamento, para instigar a curiosidade do telespectador. As notícias são impostas de forma a não deixar tempo para que o espectador faça um julgamento mais profundo.

Normalmente, a apresentação das matérias segue um padrão que vai daquela que oferece conteúdo mais negativo- tensa, violenta e impactante- para a mais positiva e leve. Essa estratégia parece demonstrar uma vontade de atrair a atenção do telespectador com o drama e, ao mesmo

---

<sup>6</sup> A escalada são as manchetes do jornal, os fatos mais importantes apresentados no início de cada edição.

tempo, evitar que ele mude de canal para assistir a uma programação mais leve – o que justifica o aparecimento de notícias mais positivas no final. Essa estratégia foi usada inicialmente pela TV Globo e hoje parece ser regra em todas as emissoras.

Os jornais são divididos em blocos, que dão o ritmo do telejornal. O Jornal Nacional, objeto de análise de Hernandez, trabalha com um tipo de organização em que os assuntos se misturam, criando uma lógica que parece guiar-se pelo impacto das gravações e curiosidades da notícia. Assim, cria-se um ritmo onde uma notícia factual/local, sobre algo que aconteceu em um estado do Brasil naquele dia, pode ser seguida por uma sobre economia, tempo, internacional e assim por diante, em um universo ordenado segundo necessidades de manutenção de atenção. De acordo com o autor, “a estrutura privilegia mais a dimensão afetiva, sensível, do que a inteligível”.

Beatriz Becker (2005), professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro, em análise da cobertura dos três telejornais com mais audiência – Jornal Nacional, Jornal da Record e Jornal da Band - propõe que a distribuição das matérias nos blocos determina a forma como os telejornais refletem e reproduzem a realidade. A estrutura narrativa organiza modos de ver e olhar o mundo, como atos de peças teatrais. Aparece aí o princípio de enunciação<sup>7</sup> da dramatização, que consiste no envolvimento do telespectador por uma natureza ficcional, descrita por etapas e atingindo um clímax. A autora percebe que, apesar de terem tempo de duração semelhante (média de 30 minutos), os três telejornais têm formas diferentes de prender a atenção do espectador. Enquanto o Jornal da Band opta pelos factuais relacionados à violência ou outras matérias importantes no primeiro bloco, deixando notícias do país para o Giro Brasil<sup>8</sup>, no segundo bloco, e misturando um pouco os outros, o Jornal da Record divide seus assuntos pela temática, seguindo a lógica de editoriais própria de um jornal impresso. O Jornal Nacional, como citamos, constrói cada bloco como se fosse um único telejornal, ganhando em agilidade.

---

<sup>7</sup> Becker (2005) propõe uma metodologia para que seja feita uma leitura crítica dos noticiários. As categorias assumidas para analisar a lógica da produção são: 1. A Estrutura; 2. Os blocos: construção e distribuição; 3. O ritmo; 4. Os apresentadores; 5. Os repórteres; 6. As matérias; 7. As entrevistas e os depoimentos; 8. Campos temáticos: as editorias; 9. A credibilidade; 10. Recursos gráficos e cenários. A segunda etapa da análise consistiria em aplicar a estas categorias onze princípios de enunciação. São eles: 1. Relaxação; 2. Ubiquidade; 3. Imediatismo; 4. Neutralidade; 5. Objetividade; 6. Fragmentação, 7. *Timing*; 8. Comercialização; 9. Definição de identidade e de valores; 10. Dramatização; 11. Espetacularização.

<sup>8</sup> Giro Brasil é um quadro do jornal que reúne, em uma grande nota coberta, resumos de notícias factuais de estados do Brasil

De uma maneira geral, no final dos blocos os telejornais usam chamadas que dão uma prévia da notícia mais importante (ou curiosa) do próximo bloco. Essas chamadas têm o objetivo de avivar a lembrança do telespectador e tentar manter a fidelidade ao programa, para que sua atenção não se disperse durante o intervalo. Para Becker (2005), evitam que a atenção conquistada na escalada se dilua durante o intervalo, almejando um dos efeitos descritos por ela, o da relaxação. Contraditoriamente, significa manter-se ligado, atento. O telespectador precisa ser conquistado e seduzido a todo o tempo. Diz Becker: “O discurso do telejornal é intencionalmente tenso, provocando o interesse constante do telespectador, que não tem chance de relaxar.”

Entre os blocos, o *break*<sup>9</sup> tem outra função, além de viabilizar o financiamento de uma televisão. Ele aparece com o objetivo de “garantir, de um lado, um momento de respiração para absorver a dispersão(...), e, do outro, explorar ganchos de tensão que possam despertar o interesse da audiência, conforme o modelo de corte com suspense, explorado na técnica do folhetim (MACHADO, apud BECKER; 2005; 171). No JN, o *break* entre o primeiro e o segundo blocos oferece menos comerciais, o que corrobora a teoria de que o início do jornal é mais suscetível à perda de audiência.

A maioria dos telejornais não tem um número de matérias definido, dependendo do tamanho dos vídeos, normalmente chamados de VTs<sup>10</sup>. O tempo médio das matérias varia entre as de um minuto e trinta segundos e as de dois minutos. Notícias consideradas muito importantes ultrapassam esse limite, indicando até mesmo para o espectador como aquele assunto é valorizado e, por isso, deve ser alvo de atenção. Daí a imensa repercussão dos mais de dez minutos dados à edição da reportagem a respeito do nascimento de Sasha, filha da apresentadora de programas infantis Xuxa, no dia anterior ao leilão que privatizaria a Telebrás e a Telesp, assunto ao qual o telejornal dedicou menos de 4 minutos, na edição de 2 de julho de 1998.<sup>11</sup> Na perspectiva de Hernandez, “podemos verificar como a edição (no sentido de ato) no telejornalismo maneja a relação semi-simbólica de texto inteiro apresentada na análise do radiojornalismo: cessão de tempo-valor-nível de atenção.

---

<sup>9</sup> Break equivale a intervalo comercial

<sup>10</sup> VT é abreviação de video-tape, usado para designar matérias de telejornal em que o repórter aparece na passagem.

<sup>11</sup> Jornal Nacional, edição de 2 de julho de 1998. Fonte: Becker, Beatriz. *Hommer Simpson: O Protagonista (In)visível dos 35 anos do Jornal Nacional*



Becker percebe que os três telejornais com mais audiência no horário nobre assemelham-se no tempo de duração e na forma de iniciar, com o “boa noite” e a escalada. Esta estrutura provoca no telespectador o efeito de ubiqüidade, que está associado à capacidade de percepção do receptor. Ele sente como se não fosse ficar *por fora* de nada, como se fosse ficar informado a respeito de tudo o que acontece. O que garante essa sensação de onipresença é a multiplicidade de olhares e a variedade de fontes de imagens. A sensação é promovida também pelo fato da programação atualmente ser, na maior parte das emissoras, transmitida ao vivo, causando um efeito de suspense, um “real imprevisível”, o que faz com que o fato ganhe mais importância e conteúdo. Quando a programação não vai ao ar no momento da transmissão, costuma ser gravada minutos antes, causando um efeito quase idêntico.

O ritmo do jornal é normalmente pulsante, alternando notícias longas e curtas, notas e assuntos mais trabalhados. Alice Maria, quando diretora executiva da Central Globo de Jornalismo, deu uma definição do que seria o ritmo telejornalístico em memorando sem data.

Os telejornais têm que ser vibrantes, precisam ter sempre um bom ritmo. Eles retratam o dia-a-dia das notícias mais importantes do Brasil e do mundo. Um bom ritmo se consegue com matérias editadas no tempo certo, texto enxuto e leitura vibrante. Recomendo a vocês – editores e apresentadores – o maior empenho para que nossos telejornais estejam sempre no ritmo correto. Uma das estratégias para um “bom ritmo” se relaciona ao manejo do tempo para dar a sensação de que uma reportagem passa rapidamente. (MEMÓRIA GLOBO: 2004; 152)

Ao abordar a questão do ritmo, Becker ressalta o *timing* dos telejornais, que determina como será o passeio pelo Brasil e o mundo através de notícias. O telespectador não pode construir seu próprio caminho ou seguir seu próprio itinerário; ele percorre uma seqüência de escolhas já determinadas. Não há possibilidade de retorno. Ao contrário do que acontece com jornais impressos, o telejornal estabelece uma classificação mais autoritária na composição dos blocos/seções.

A manutenção do ritmo está ligada também ao tempo verbal presente usado pelos apresentadores e do tempo verbal passado nas matérias – o tempo verbal dá a impressão de atualidade, de que tudo está acontecendo no próprio momento em que é enunciado. Apresentadores e repórteres se inserem neste contexto, tendo os primeiros a função de representar simbolicamente na percepção do telespectador “organizar o caos da atualidade” e os

segundos de acentuar a idéia de imediatismo através do uso de palavras e expressões como isto, aquilo, neste momento, etc.

O ritmo se dá pelo efeito que Becker denomina articulação, feita entre o discurso rápido e fragmentado da TV. Notícias curtas e rapidamente seguidas por outras impossibilitam a formação de um pensamento crítico e contextualizado. O fenômeno noticiado não pode então ser compreendido em sua forma complexa, devido a curta duração das unidades informativas. É importante realçar que a maneira de apresentar as notícias, em forma de mosaico, dificulta a realização das interligações necessárias à correta apreensão do que está sendo dito.

É contraditório notar, assim, que um dos fatores que garante a unidade do telejornal é justamente a fragmentação do noticiário. Com o objetivo de manter um ritmo que não canse o espectador, adota-se um modelo descontínuo, que privilegia associações em detrimento de encadeamento, de criação de relações de causa e efeito. Essa necessidade de agilidade relaciona-se com a atual dinâmica da sociedade, que, de acordo com Dênis de Moraes, professor e pesquisador da Universidade Federal Fluminense, é movida pelo desejo de consumo e de aceleração dos processos de troca de informações e mercadorias. Esta imposição de uma apropriação do tempo cria uma sociedade que aparenta não mais sobreviver privada das tecnologias que atualizam a existência a cada momento. Baseada nas idéias de Moraes, Gabriela Pacheco (2007) cita Berger para explicar essa aceleração da sociedade.

É um espaço sem horizonte. Tampouco há continuidade entre as ações, nem pausas, nem atalhos, nem linhas, nem passado nem futuro. Vemos apenas o clamor de um presente desigual e fragmentário. Está cheio de surpresas e sensações, mas não aparecem em lado algumas de suas conseqüências ou seus resultados. Nada fruí livremente; há apenas interrupções. (BERGER apud MORAES: 2006; 36)

É este culto à velocidade que faz surgir a sensação de que nada pode escapar e tudo deve ser apreendido o mais depressa possível, como vimos claramente durante a análise das estruturas do telejornal. Advém daí a necessidade de fragmentar a realidade, de dividi-la quantas vezes for necessário para facilitar o fluxo contínuo e veloz de dados e mensagens.

Vemos assim que mesmo um produto final que precisa ser entendido como um todo é permeado pela lógica da fragmentação. Essa tendência do produto jornal de aparecer de forma fragmentária tem como fator determinante o fato dele nascer de uma estrutura de produção

industrial, baseada na divisão do trabalho e alienação do trabalhador no que diz respeito à totalidade do processo produtivo.

#### 4. A perspectiva da produção

A produção televisiva é, contrariamente ao produto final hermético que o telejornal objetiva ser, essencialmente fragmentada e esparsa. Por suas características inerentes, em especial a necessidade de boa aparência no vídeo, a televisão destinou a produção de notícias a um variado grupo de profissionais. Alice Maria Grego Lins (2000) classifica o telejornal como atividade essencialmente coletiva e a divisão de tarefas como instrumento utilizado para dar tempo e agilidade a uma atividade que se constitui essencialmente na relação com o tempo.

A simultaneidade das diferentes atividades de uma comunidade complexa somente é possível por meio da divisão de trabalho: cuidar da cria, defender territórios, buscar alimento e construir um ninho são tarefas que um só indivíduo pode fazer, mas cada uma a seu tempo. E isso custa tempo (BAITELLO, apud GREGO LINS: 2000; 29)

Squirra(1990) classifica o telejornal como produto de uma equipe de dezenas de profissionais, que atuam sob a regência do editor-chefe. Ele divide em três os grupos relacionados à produção do noticiário televisivo: o sistema de informação, o de edição e o de exibição. No primeiro, estariam a pauta, chefia de reportagem, assistentes e produtores, central informativa, correspondentes, repórteres e cinegrafistas, equipes técnicas e de apoio. O segundo englobaria as funções de editor, editores de imagem, editores de arte e equipes técnicas de apoio. Do último grupo, fariam parte o pessoal de estúdio, iluminação, câmeras, cenários, vinhetas etc. Pereira Jr. (2000; 81) usa a mesma classificação ao falar de captação, seleção e apresentação.

Outros autores dividem em quatro as etapas da produção. Becker, por exemplo, ressalta que a pauta e a apuração e gravação tem características singulares e por isso divide a produção da notícia em quatro etapas: pauta, apuração e gravação, edição e transmissão. A pauta é o setor responsável por incluir e excluir assuntos e demarcar *a priori* o tratamento das notícias. O processo de construção da matéria, que consiste na apuração e na gravação, fica por conta do repórter. Ele reordena a realidade pela própria chegada no local da gravação e coleta do material. Já a edição promove o encadeamento de seqüências num raciocínio lógico para construir uma realidade harmônica. O momento da transmissão é também aquela em que ocorre a interação com o público. O âncora é o principal mediador com o mundo do telejornal.

Neste trabalho, vamos lançar um olhar mais aprofundado no que seriam as etapas de captação e seleção da informação jornalística televisiva . Especificamente na função de apuradores, produtores, editores e repórteres, sem diminuir a importância dos outros grupos profissionais na dinâmica de produção do telejornal. A divisão segue aquela estabelecida pela sucursal do Rio da TV Bandeirantes e é adotada aqui para facilitar o entendimento e a análise.

#### **4.1. A apuração**

A apuração, conhecida também como rádio-escuta ou, mais atualmente, Central Informativa, é o setor responsável pela captação de notícias. A relevância destes profissionais se dá na medida em que a concorrência entre as emissoras faz com que todas queiram ser as primeiras a mostrar as imagens dos fatos importantes no momento em que acontecem. (BARBEIRO & LIMA: 2002).

Além disso, diferentemente do rádio e do jornal impresso, a televisão não pode contar uma história sem imagens. Por isso, chegar atrasada e perder as imagens de um incêndio, um acidente, um congestionamento ou a uma manifestação podem significar, na melhor das hipóteses, a redução da cobertura do assunto a uma nota pelada ou até a exclusão da informação do telejornal. Outro motivo que torna a apuração essencial na televisão é que o veículo conta, normalmente, com um número mais reduzido de equipes – já que cada uma é composta por mais profissionais, na maioria das vezes, por repórter, cinegrafista e auxiliar. Dessa forma, o deslocamento de uma equipe para um lugar que não renda matéria é mais grave, pois perde-se uma notícia que poderia ser importante para o espelhamento do jornal. (BITTENCOURT: 1993; 17).

Os apuradores trabalham essencialmente fazendo o uso do telefone, com o qual se comunicam com os prestadores de serviço à comunidade como policiais, bombeiros, defesa civil, postos rodoviários, associações de moradores, aeroportos, hospitais, etc. Eles também acompanham o noticiário de outras emissoras de TV, além das rádios e agências de notícias na internet. Toda a informação que chega é apurada e passada à chefia de reportagem, que decide pelo envio ou não de uma equipe para o local.

Mas o papel dos apuradores não se restringe ao momento do nascimento de uma reportagem. Mesmo quando o repórter está na matéria, o apurador precisa ficar atento ao que se

passa no local, porque o repórter pode não ter acesso à determinada informação. Durante uma operação policial, por exemplo, quem está no local muitas vezes não fica sabendo que uma pessoa foi vítima de bala perdida do outro lado da favela.

Em muitas emissoras, é também o apurador o responsável por obter as informações que ficaram faltando para que a matéria possa ir ao ar. Essas informações podem ser números ou dados importantes que não estavam na pauta e que o repórter também não obteve, informações que foram dadas depois que o repórter saiu do local do acontecimento ou ainda respostas do “outro lado” envolvido. É comum o repórter ou o editor fecharem o texto e pedirem esse tipo de informação para a apuração, que pode entrar no próprio off<sup>12</sup> gravado ou em nota pé<sup>13</sup>, lida pelo apresentador.

#### **4.2 . A pauta**

“No começo de tudo está a pauta”. (MORAES, apud LUZ: 2005; 4). A afirmação, que foi em parte subvertida pelos noticiários online, em que a urgência dos fatos rege a comunicação, continua sendo válida quando o assunto é televisão. Devido a seus aspectos estruturais, a televisão exige grande garantia na marcação de entrevista, o que leva a crer que, entre os meios jornalísticos – impresso, TV, rádio e online – a pauta da televisão seja mais dificilmente derrubada. Um dos motivos que justificam a necessidade de maior garantia na marcação das pautas televisivas é o fato de a equipe de TV ser maior: para fazer uma matéria, são necessárias em média três pessoas (repórter, cinegrafista e auxiliar). A estrutura para realização da matéria para a televisão é mais complexa e, por isso, os riscos a correr precisam ser menores, já que o telejornal tem um tempo fixo de veiculação que precisa ser preenchido, para evitar buracos.

Por estar estruturado sobre o tempo, o telejornal não permite deslizos. Uma equipe não pode ir para a rua com a possibilidade de que algo não renda, ou que não possa ser finalizado pela falta de uma entrevista ou de um personagem. Diferentemente do jornal impresso ou da rádio, não se pode fazer uma entrevista por telefone: a equipe precisa ir a todos os lugares, deslocar-se por diversos pontos para gravar depoimentos e ter imagens de tudo que precisa para

---

<sup>12</sup> Texto gravado pelo repórter que vai ser coberto pelas imagens na matéria final

<sup>13</sup> Nota sem imagens lida pelo apresentador do telejornal para acrescentar alguma informação que não constava no VT

compor uma matéria. Por isso, quase tudo em telejornalismo precisa ser marcado e confirmado com antecedência.

Nos manuais de jornais impressos, a pauta é definida como “conjunto de assuntos que uma editoria está cobrindo para determinada edição do jornal com a série de indicações transmitidas ao repórter não apenas para situá-lo sobre algum tema, mas, principalmente, para orientá-lo sobre os ângulos a explorar na notícia” (*Manual de Redação e Estilo de O Estado de São Paulo*) e “Primeiro roteiro para a produção de textos jornalísticos e material iconográfico” (*Manual da Redação da Folha de São Paulo*).

Existe, porém, uma diferença entre o pauteiro de impressos e o pauteiro de televisão. No jornal impresso a função está mais ligada ao ato de pesquisar, sugerir, identificar assuntos e enfoques que possam render boas matérias, selecionando os dados precisos fundamentais para o repórter ter uma base a partir de onde construirá sua reportagem. Ele precisa dar, na pauta, informações como horário, endereços, nome dos entrevistado e dicas importantes, mas normalmente não é ele quem faz as marcações de entrevistas. Na televisão a pauta confunde-se com a produção. O pauteiro é produtor: tem como tarefa não apenas sugerir, mas também marcar todas as entrevistas e apurar as informações necessárias para a matéria. Por isso, enquanto nos jornais o cargo de pauteiro, jornalista responsável exclusivamente pela função de construir a pauta diária, está “em extinção” (LUZ: 2005; 5), sendo incorporado como mais uma das tarefas dos editores, na TV a pauta é instância indispensável e cada vez mais importante no processo de produção.

Uma pauta pode surgir da rua, trazida por repórteres - o que é cada vez mais raro - ou ser sugerida pelos produtores, mas normalmente está baseada em notícias de jornais ou em releases<sup>14</sup> de assessorias de imprensa. Esse trabalho não tem como objetivo se aprofundar na análise crítica desta diferença, mas esta informação é importante na definição do modo fragmentado da produção telejornalística.

Com o processo de reformulação da estrutura das redações, bons e experientes profissionais (que recebiam os melhores salários) foram substituídos por outros que representavam um custo menor para as empresas. Esses bons jornalistas acabaram indo para assessorias de imprensa, já com o conhecimento a prática dos critérios de noticiabilidade dos jornais em mente e com o

---

<sup>14</sup> Releases são textos enviados pelas assessorias de imprensa com uma sugestão de pauta que atende ao interesse comercial de seus clientes.

conhecimento do que era necessário para se “vender<sup>15</sup>” uma boa pauta. Assim, as assessorias de imprensa passaram a inundar as redações com propostas de boas matérias – pautadas, porém, pelo interesse de determinadas empresas de comunicação, a serviço de seus clientes. Diariamente, as redações recebem cerca de 300 sugestões de pautas(LUZ: 2005; 17), trazendo à tona contradições que invertem a razão de ser do processo.

Pela primeira vez na nossa história, as notícias estão sendo produzidas cada vez mais por companhias de fora do jornalismo, e essa nova organização econômica é importante. Nós estamos enfrentando a possibilidade de o noticiário independente ser substituído por interesses comerciais apresentados como notícia.(...) (BOURDIEU:1997; 30).

Os releases de assessorias tornaram-se cada vez mais completos e hoje trazem, muitas vezes, não apenas sugestões de fontes para entrevistas como até os personagens, pessoas que trazem a realidade para perto do telespectador e que passaram a ser instâncias praticamente obrigatórias em qualquer matéria de televisão.

Um *personagem* é uma pessoa descrita na reportagem, que viveu ou vive determinada situação e é citada com a função de humanizar e dar legitimidade à matéria. As assessorias de imprensa usam a estratégia de já oferecer casos de pessoas porque perceberam o quanto é complicado encontrar personagens adequados para os mais variados assuntos. Essa prática foi confirmada por Angelina Nunes, uma das chefes de reportagem da Editoria Rio do jornal “O Globo”, em palestra dada aos alunos de jornalismo da Escola de Comunicação da UFRJ no evento “Meio a Meios”.<sup>16</sup> Muitas matérias não valem sem exemplos de casos reais. O problema dessa exigência é que a busca pode acabar tomando mais tempo do que aquele destinado a apuração das informações da matéria e afetar assim a delineação dos contornos da própria notícia, como destaca Salomão.

Creio que não é exagero dizer que, muitas vezes, a produção dos telejornais gasta mais tempo tentando encontrar uma boa alma que tope gravar que vive esta ou aquela situação do que estruturar a pauta a partir das informações essenciais. Ou seja,

---

<sup>15</sup> “Vender” uma pauta significa fazer com que ela seja publicada ou veiculada. Jornalisticamente, o termo é usado tanto nas sucursais, que “vendem” suas matérias para a rede, quanto em sugestões de matéria\_ quando feitas por assessorias de imprensa, tem como objetivo atender aos interesses comerciais do cliente da empresa ou, quando não se trata de uma assessoria, aos interesses da própria fonte.

<sup>16</sup> Informação prestada por ocasião do evento “Meio a Meios”, na UFRJ, em 30/09/2008.



o periférico da notícia está demandando mais trabalho do que aquelas apurações que dizem respeito ao lead. (SALOMÃO<sup>17</sup>)

Não só a procura de personagens, mas muitas vezes a busca de especialistas nas temáticas abordadas dispostos a falar naquele dia, em horário específico pode demandar mais tempo do que a apuração das informações.

O processo de construção de uma pauta é demorado. Ele tem início na definição da matéria e dos contornos que ela deve tomar. Interesse humano e carga conflitual, possibilidade de receber boa ilustração visual e priorização de fatos dramáticos ou pitorescos do cotidiano e assuntos relacionados ao bolso do consumidor são apontados como critérios utilizados para a seleção da notícia. (BECKER: 2005; 61).

A partir daí, o pauteiro começa a apurar os dados necessários para dar consistência àquela matéria. Ele levanta todas as informações disponíveis para que o repórter tenha o máximo de subsídios na hora de realizar as gravações. Ele determina também quais as fontes a serem ouvidas. Bons produtores contam com boas agendas (digitais ou impressas), que tem contatos de diversos especialistas. A repetição das fontes pode ser prejudicial ao jornalismo.

As pautas podem contar com sugestões de perguntas ou não, mas tendem a determinar o encaminhamento da matéria. Os recortes estão explícitos e os encaminhamentos acabam sendo rígidos, até pelas próprias marcações da pauta. As pessoas que devem ganhar voz na matéria são determinadas pela produção: quem fala, durante quanto tempo fala (pois uma marcação é, na maioria das vezes, seguida por outra) e até mesmo o que fala já está pré-determinado antes mesmo que o repórter saia da redação.

Um exemplo de pauta pode deixar essas características mais evidentes:

#### Pauta TV Bandeirantes: Pesquisa Clínica

Lead: Vamos desmistificar a pesquisa clínica no Brasil. Não existem "cobaias" nesta terminologia e ao contrário do que muitos pensam, a maioria dos "sujeitos voluntários de pesquisa clínica" apresenta renda mensal de 2 a 5 salários mínimos.

#### Marcação1:

Entrevistado: Dr. Fernando Meton, oncologista  
 Hora/Local: 9h, Centro de Pesquisa Clínica do Inca - Rua André Cavalcante 37 (entra na rua ao lado do Inca, vira na 2ª à

<sup>17</sup> Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=284TVQ001>. Acesso em 13/07/2008

esquerda e depois na 1ª à direita)  
Contato: 3385 2067/ 9321 4191

Marcação 2:

Entrevistado: Sônia, voluntária

Hora/local: 9h30, no mesmo

Encaminhamento:

Nosso objetivo é esclarecer a pesquisa clínica. O estudo clínico visa a descobrir se um medicamento funciona nos seres humanos para combater uma determinada doença e se ele é seguro (ou seja, não deixa seqüelas nem tem efeitos colaterais intoleráveis)? O Dr. Fernando pode nos explicar as fases da pesquisa clínica (pré-clínica e fase clínica) e quem são as pessoas envolvidas (investigador, paciente, patrocinador e os órgãos regulatórios). Pode nos explicar também o processo de aprovação do voluntário. A pessoa tem que estar em algum grau específico da doença para fazer parte do experimento? E como as descobertas ou testes irão, posteriormente, ajudar outras pessoas? O importante é que as pessoas que se sujeitam aos testes não são pessoas que necessitam de dinheiro. Geralmente são voluntários da classe média. Depois vamos conversar com a Sônia, que tem câncer, e saber como tem sido seu processo. Porque ela decidiu ser voluntária e como foi a primeira fase do seu experimento. Ela esta contente com a pesquisa? Pretende ajudar outras pessoas posteriormente? Como chegou ao Centro de Pesquisa? Quais são suas expectativas em relação à pesquisa?

Informações:

**PESQUISA CLÍNICA NO RIO DE JANEIRO**  
Devido à crescente procura de pacientes que querem fazer parte de pesquisas de novos medicamentos no Brasil, o Centro de Pesquisa Independente - CCBR, membro da Associação de Pesquisa Clínica do Brasil, desenvolveu um trabalho pioneiro com a população do Rio de Janeiro, para traçar o perfil sócioeconômico e cultural do indivíduo que se interessa em ser voluntário em projetos de pesquisa clínica. A pesquisa será apresentada durante o 3º Simpósio da APCB- Associação de Pesquisa Clínica no Brasil, que vai focar o "Panorama Atual do Desenvolvimento da Pesquisa Clínica no Brasil", nos dias 10 e 11 de outubro, na Academia Nacional de Medicina. Os novos medicamentos só chegarão às farmácias em alguns anos, mas a atenção médica dispensada aos sujeitos da pesquisa, costumam ser um forte atrativo. Nesta pesquisa,avaliou-se questionários respondidos por 100 pacientes que estão sendo pesquisados, sem influência do pesquisador. São pacientes que sofrem de osteoporose. A pesquisa foi submetida a comitê de

ética para aprovação e só então foram entrevistados os 100 pacientes. Entre os pontos mais importantes detectados pela pesquisa, pode-se observar: Quase a totalidade achou que foi bem informada antes de participar dos benefícios e riscos que iriam correr durante todo o projeto (assinam um documento auto-expliativo chamado TCLE) - 91% . O principal motivo da participação no Projeto: conhecer mais a própria saúde - 59% e beneficiar outras pessoas no futuro - 47% . A principal faixa de renda salarial foi entre 2 e 5 salários mínimos - 48% . - Com ganhos de classe média (acima de R\$ 1.750,00 e a maioria concluiu o ensino fundamental)-30% . A população possuía, portanto, o mesmo perfil sócioeconômico cultural do Rio de Janeiro e tem nível de escolaridade suficiente para participar de projetos com novos medicamentos, desmistificando o fato que muitos imaginam, que os participantes costumam ser de uma população extremamente vulnerável e com baixa escolaridade , o que o estudo provou ser mais um mito que realidade, no local onde foi realizada. Diante deste resultado, será proposta uma pesquisa nacional multicêntrica em outros estados e localidades do país, para ficarem conhecidas as diferentes situações de motivação para os estudos clínicos.

A participação de voluntários em pesquisas clínicas é semelhante em todo o mundo, sendo considerada uma das atividades mais complexas e sérias, cujo objetivo é beneficiar não apenas os participantes, mas toda a população.

A proteção para o sujeito de pesquisa clínica

Muitas pessoas ficam relutantes e inseguras em participar de estudos clínicos porque acham que serão cobaias. Esta percepção é resultado do que aconteceu no passado, na época da Segunda Guerra Mundial, quando os médicos nazistas se utilizavam dos prisioneiros para realizar experimentos, sem que estes desejassem. As atrocidades realizadas naquela época resultaram em um importante documento de proteção a quem participa de pesquisa clínica: o Código de Nuremberg (1947). Este documento deixa claro que a participação em estudos clínicos DEVE ser voluntária e que o paciente pode deixar o estudo clínico a qualquer momento.

Neste caso, vemos que o *lead* já determina o objetivo da matéria: desmistificar a pesquisa clínica. Desmistificar significa desconstruir um mito, designificar uma idéia. A identificação de quem fará essa “desmistificação” vem logo abaixo: foram escolhidos um médico do Centro de Pesquisa Independente, que faz as pesquisas e foi também quem sugeriu a pauta, como podemos observar no release que compõe a parte de informações – ou seja, o interessado na execução da pauta- e uma voluntária de pesquisa da própria clínica, “personagem” que o próprio médico

indicou – ou seja, já sabemos que a pessoa que vai legitimar a matéria para o telespectador vai corroborar o pensamento do médico, não vai trazer uma opinião diferente. O release deixa claro que, pela lei, a pessoa que participa da conversa precisa ser voluntária e também mostra que não há cobaias “vendidos”, porque todos ganham salários relativamente bons (mas é uma pesquisa do próprio Centro interessado em atrair voluntários que diz isso). Sinal da fragmentação e conseqüente descontextualização no conteúdo do jornalismo contemporâneo é que, em nenhum momento, é citada a investigação sobre uso de cobaias humanos no Acre. Neste mesmo ano, a Associação Brasileira de Apoio e Proteção aos Sujeitos da Pesquisa Clínica (Abraspec) entrou com uma ação civil pública contra a União e o governo do Acre para apurar denúncias de que cobaias humanas estariam sendo obrigadas a receber picadas do mosquito que transmite a malária em troca de um salário de R\$ 850.

Percebe-se também que esta pauta é toda retirada das informações do release. Ela foi passada por uma assessoria de imprensa com objetivos claros\_ desmitificar a pesquisa clínica para atrair novos voluntários. Não foi feita nenhuma outra pesquisa sobre os dados que a assessoria informou, nenhuma confirmação, nenhum checagem com outra fonte sobre a veracidade das informações passadas. É importante ressaltar isso para mostrar que, como já abordamos neste estudo, objetivos comerciais aparecem muitas vezes por trás das notícias.

Com esta análise, vemos que a pauta configura papel essencial no resultado final da notícia, sendo um fragmento importante do processo total de produção. A identificação autoral do produto final é dividida com os produtores, às vezes explicitamente, com a inserção do crédito da produção, outras vezes não. Mas é importante atentar para o papel essencial desta instância da produção da reportagem telejornalística.

### **4.3. A edição**

A edição de uma matéria tem início com a decupagem do material, quando o editor assiste a todo o material que veio da rua para selecionar as melhores imagens e as melhores sonoras. Escolhidos os trechos mais significativos do vídeo gravado pela equipe, o editor estrutura a matéria. Organiza, com base no relato da história gravada pelo repórter, quais entrevistas, em que ordem e que trechos delas serão usadas. Assim ele monta o esqueleto da matéria, seguindo sempre a orientação do texto gravado em *off*. A última etapa é inserir imagens sob o texto em áudio do repórter. Imagens ilustram e informam a história. Em alguns lugares, há

também a necessidade de sonorizar e mixar<sup>18</sup> o VT, para balancear o áudio<sup>19</sup> gravado nas ruas com o *off* do repórter e as sonoras.

Este processo de montagem da matéria e sua subsequente inserção no espelho do telejornal entre duas matérias com temas não necessariamente similares, pode ser considerado como um momento em que o mundo é recontextualizado. A notícia que vai ao ar, afirma Pereira Jr, tem bem pouco a ver com o contexto em que se deu.

Conforme explica Yorke (1998), a construção da notícia se dá com base na organização dos trabalhos e dos processos produtivos. A notícia é elaborada, portanto, de acordo com uma lógica estabelecida pelo formato, tempo, e outras características do telejornal. Assim, a padronização dos critérios para edição das matérias se dá como uma maneira de adequação à rotina produtiva.

Os critérios estabelecidos pelos editores de texto na hora de editar as matérias, como o número de pessoas e coisas inusitadas, são classificações que indicam um enquadramento que busca padronizar o que foi elaborado dentro de uma rotina de trabalho. Geralmente, a razão é a pressão do tempo e a falta de pessoal. Editores de programas já tem muito o que fazer nas poucas horas que antecedem a transmissão diária. (YORKE: 1998, 111).

Para Wolf a preparação e apresentação dos acontecimentos em um telejornal têm exatamente o objetivo de anular os efeitos que essas rotinas produtivas provocam:

A fase de preparação e apresentação dos acontecimentos dentro do formato de duração dos noticiários consiste, precisamente, em anular os efeitos das limitações provocadas pela organização produtiva, para 'restituir' à informação o seu aspecto de espelho do que acontece na realidade exterior, independentemente do órgão informativo. (WOLF apud PEREIRA JR: 2000; 81)

Segundo Becker (2005), a notícia sai da ilha de edição lapidada sobre determinado ponto de vista. Isso não impede, porém, que o receptor da mensagem, o telespectador, interprete o que está assistindo de forma distinta daquela pensada pelo editor. Porém, ao ser editado, o VT não fica aberto à mesma gama de interpretações que tinha a matéria bruta recebida pelo editor, pois ele já trabalhou a matéria, limitando e orientando sentidos. O editor não pode,

---

<sup>18</sup> Combinar e ajustar elementos sonoros

<sup>19</sup> Fazer com que fiquem no mesmo nível, no mesmo volume, com sonoridade semelhante

contraditoriamente, experimentar tantas interpretações quanto as situações presenciadas por cinegrafistas e repórteres permitia.

A edição promove o encadeamento de seqüências num raciocínio lógico, construindo assim uma realidade harmônica. A validade do que está sendo dito em *off* é proporcionada por imagens e entrevistas, e a cabeça do locutor reforça as informações. Tudo é montado para que o telespectador não tenha dúvidas de que o que ele está assistindo é o real, e não uma elaboração deste. Outra característica ressaltada pela autora é que, na edição, não há passado nem futuro, mas uma seqüência de presentes sem causa ou feito (na memória social). Dessa maneira, é o editor quem dá direcionamento ao programa, como explica Curado:

O editor faz a “cara” do programa, a identidade do programa, conhece a sua audiência. Ele é a ponte entre a reportagem e o telespectador. A reportagem é uma maneira de contar uma história que pede vários recursos técnicos. As informações codificadas em imagens e em áudio. Toda história possui começo meio e fim, mas sua apresentação não é feita necessariamente nessa ordem (CURADO, 2002:95).

Paternostro (1999) ensina que a edição é a “costura” de três ingredientes básicos no telejornalismo: a imagem, a informação e a emoção. Na televisão, de acordo com as idéias de Machado (2003), a imagem torna-se mais importante que o próprio texto. “A descrição é banal, já que banal é também o quadro elementar de todo e qualquer telejornal” (Machado, 2003, 104). A autora considera que a emoção predomina na narrativa televisiva, diferente do que ocorre no jornal impresso, onde, diz, relatos secos, impessoais e sem marcas de enunciação são cabíveis. A reportagem de televisão, para ele, traz a emoção em cada um de seus diferentes personagens, que apresentam várias entonações e múltiplos níveis de dramaticidade. Assim, imagem, informação e emoção tornam possível que o editor dê à matéria o formato final para ir ao ar.

Embora seja trabalhosa e de fundamental importância, a função de editor dá pouca visibilidade ao jornalista que responde pela tarefa. É ele, no entanto, o responsável pela leitura subjetiva que guia a montagem final da reportagem que vai ao ar.

O editor deve utilizar os recursos audiovisuais possíveis para conseguir uma boa edição, mas nunca se valer de leis para deturpar uma reportagem. Há também a questão da subjetividade, que na edição de uma matéria aparece por duas vezes: a primeira com interpretação dos fatos pelo repórter e a segunda do editor, que não foi para a rua, não colheu as

sonoras e não gravou *off*. É um novo trabalho e uma nova interpretação, portanto, mais uma carga de subjetividade (PATERNOSTRO:1999;20).

#### 4.4. O repórter

Arlindo Machado (2003; 102) define assim os repórteres: “Literalmente: aqueles que reportam, aqueles que contam o que viram”. O repórter, para o autor, atua como mediador entre o fato acontecido e o telespectador. As informações repassadas ao público são selecionadas e editadas primeiramente, então, pelo repórter.

Becker também considera as principais funções do repórter as de intérprete e testemunha dos fatos, especialmente nas transmissões ao vivo. Sem o objetivo de analisar as principais características das reportagens ou os modos de produção, ele descreve dois tipos diferentes de repórter. Um seria aquele que consegue criar um estilo próprio criado após adquirir domínio relativo da linguagem e da técnica do telejornal. A presença deles no vídeo seria uma forma de personalizar a matéria e o modo de tratar a informação. Outro seria aquele que, orientado pelo bom senso, procura usar ousadia e humildade para trabalhar a informação de maneira criativa e competente.

Seja qual for o modelo de atuação do repórter, o trabalho básico deles consiste em fazer a captação do material externo – entrevistas, imagens e apuração de informações – e compor o texto que vai dar forma aquela situação. O repórter pode também gravar a *passagem*<sup>20</sup>, que é o trecho do VT em que ele aparece, explicando a situação ou revelando dados com informações consideradas importantes, mas que não podem ser cobertas por imagens. O recurso da *passagem* também proporciona ao repórter a possibilidade de *assinar* a matéria: mostrar a sua imagem equivale a atestar explicitamente sua autoria.

Um bom repórter de televisão se diferencia daquele dos impressos na medida em que utiliza a “primazia” da imagem. Ele precisa ter consciência de que imagem também é informação, porque, na ausência delas, a televisão se transforma em um rádio disfarçado, como aponta Bittencourt.

---

<sup>20</sup> Gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações, para ser usada no meio da matéria. A passagem reforça a presença do repórter no assunto que ele está cobrindo e, portanto, deve ser gravada no desenrolar do acontecimento” (PATERNOSTRO, 1987, p.147)

Se, no jornal impresso, repórteres aprendem a se orientar diante de um acontecimento para organizar melhor as informações, na tevê esse entendimento tem que validar-se nas cenas mostradas. A necessidade de síntese é muito maior e o processo é mais seletivo. (BITTENCOURT: 1993; 45)

A primazia da imagem vale também para aquela do próprio repórter. Uma das características essenciais que ele precisa ter é boa aparência no vídeo. Para Alice Maria, trata-se de uma questão de talento.

A câmera, eu creio, revela a alma das pessoas. Então, há pessoas lindas que não acontecem no vídeo, e há outras que surpreendem: a olho nu, a gente não dá nada por elas, mas, vistas pela câmera, têm um tremendo carisma. São os mistérios do veículo. ABREU & ROCHA(org): 2006; 220).

O repórter de TV também convive com uma característica incomum aos outros veículos: o estrelato. A TV faz com que ele passe a ser conhecido fora do meio, o que pode trazer modificações – nem sempre positivas - ao seu trabalho, como ressalva o jornalista Evandro Carlos de Andrade, em depoimento ao CPDOC – Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil, da Fundação Getúlio Vargas.

Há ainda o fenômeno do estrelato na televisão, que é uma coisa muito danosa para o jornalismo, mas é inevitável. A partir de um certo momento aquele jornalista vira uma estrela, dá até autógrafa na rua. Isso é inevitável mas não é uma coisa boa, não é uma coisa saudável. O jornalista passar a ser notícia é muito ruim. (ABREU; LATTMAN-WELTMAN & ROCHA (org):2003;45)

A postura que o repórter de televisão assume frente ao público também difere daquela do repórter de impresso ou rádio. Na televisão, a fala do repórter é muito mais explicativa, muito mais didática do que aquele que é vista em outros meios jornalísticos. Esta relação “professora” se explica por razões mercadológicas, no sentido em que repórteres e apresentadores de TV se dirigem a um público que sabe muito pouco. (HERNANDES: 2006;168). Uma noção deste tratamento ao telespectador é dada pelo fato de o personagem eleito pelo editor-chefe do Jornal Nacional, William Bonner, para medir o que deve ser veiculado, o que o público é capaz de entender, ter sido Homer Simpson, visto nos Estados Unidos como “ingênuo, simples e desinformado”. (BECKER: 2005).



Matéria publicada pela revista *Veja*<sup>8</sup> sobre o *Jornal Nacional* mostrou que três em cada quatro espectadores do *Jornal Nacional* são de classes C, D ou E. [...] Uma pesquisa feita com telespectadores sinalizou que o programa quase sempre é visto em família e que este público costuma ter um “explicador” – em geral o pai - que traduz para os demais o teor das notícias mais complexas. O constrangimento causado para o chefe de família pelo não entendimento de uma notícia pode fazer com que ele decida trocar de canal no dia seguinte. A observação é feita sobre o *Jornal Nacional*, mas pode ser aplicada a outros telejornais. (HERNANDES: 2006;168).

Outro aspecto que diferencia o repórter de TV daquele de outros veículos é o fato dele estar mais amarrado à pauta. A peculiaridade do processo de produção da notícia em televisão, mais fragmentado, diferencia o meio de veículos como rádio ou da mídia impressa, onde o fazer da notícia se concentra primordialmente nas mãos do repórter. Esta fragmentação representa uma cadeia de dependências que, muitas vezes, limita o trabalho do repórter, restringindo suas possibilidades dentro de uma obra que já tem uma lógica fechada, por estar espelhada desde o início do dia, ou até do dia anterior.

É esta a questão levantada por Mozahir Salomão no artigo “O repórter e as armadilhas da narrativa”. Ele aborda a dependência do repórter do trabalho de outros profissionais, como os cinegrafistas, que produzem imagens essenciais para seu trabalho; a edição – que, ao contrário de outros veículos, não recebe o trabalho do repórter já finalizado, mas como um conjunto de fragmentos a ser estruturado- e a produção, que dá a lógica a ser seguida como desafios a serem superados pelo repórter.

O dia-a-dia da reportagem costuma ir do tédio ao estressante [...] A imprevisibilidade e a sempre urgência do factual, as pautas forçadas na produção – em que o repórter tem que calibrar o real para, depois, transformá-lo em notícia – e aquelas outras forçadas pela direção da TV (as recomendadas, que geralmente nenhuma importância jornalística têm) dão o tom diariamente do repórter que vai para a rua para tentar voltar para a redação com um bom material. (SALOMÃO)

Salomão destaca que a “linha de produção excessivamente compartimentada” do telejornal faz com que o repórter se distancie cada vez mais da função de mediador do real e passe a se preocupar com a forma de estruturar a matéria, criando uma seqüência lógica entre as marcações determinadas pela pauta – descrita como “ordem de serviço controlada e acompanhada muito de perto”. Ele seria estimulado a desempenhar o papel de agente da narrativa, e não da apuração. Muitas vezes, os produtores e apuradores são os únicos

responsáveis por buscar informações e fontes para a matéria. A marcação da pauta – entrevistas, locações, apuração e checagem de dados - parece dispensar o trabalho de busca pela informação por parte do repórter. Este não se colocaria na posição de quem intervém, problematizando e dando ao telespectador melhores possibilidades de compreensão “Mesmo porque, o enfoque e o direcionamento geral da matéria já estão dados, ou seja, o real – independentemente do que o repórter observa na externa - já está dado” (Salomão).

Salomão destaca ainda a prioridade à imagem sobre a qualidade da capacidade de apurar informações que as empresas dão ao selecionar um repórter. Barbeiro e Lima compartilham da mesma opinião, acreditando até que o jornalista que tem uma postura crítica e de questionamento é preterido em relação aos outros.

“O jornalismo informacional empurra os jornalistas em direção a perda de curiosidade, justificada pela falta de tempo em função da grande quantidade de dados disponíveis colaborando decisivamente para a unanimidade da interpretação. Os que divergem são considerados um estorvo ao processo produtivo de notícias e quase sempre descartados” (BARBEIRO & LIMA)

Entendemos, neste trabalho, que esta imagem não corresponde à totalidade do quadro de repórteres, mas o simples questionamento sobre a existência de tal postura impõe dúvidas sobre o trabalho dos profissionais e merece, por isso, atenção. Essas características, de acordo com os autores, aparecem mais fortemente nos noticiários locais. No próximo capítulo, iremos verificar como isso se dá no Jornal do Rio, noticiário local da TV Bandeirantes.

## 5. Estudo de caso: O Jornal do Rio

O telejornalismo local vem (re)adquirindo importância no contexto da globalização. Pereira Jr.(2000) aponta diversos autores que abordam, em sua fala, essa revitalização do regional, como Canclini e Mattelart. Mas é a fala do empresário da comunicação Rupert Murdoch a que melhor expressa essa linha de pensamentos. Em visita ao Brasil, em uma entrevista, disse, quando indagado sobre a recomendação que daria para um jornal ter sucesso: “O que segura o jornal são as notícias locais. É isso que toca a vida das pessoas.” (RODRIGUES apud PEREIRA JR.: 2000; 7).

Por esse motivo, foi escolhido para análise neste estudo um telejornal local – este, que ganha importância num mundo globalizado, pode ser um bom parâmetro para medir como está sendo feita a produção de notícias neste contexto e como ela sofre consequências de uma nova revolução, a Revolução Digital.

A análise feita nesta parte do trabalho é embasada na teoria do *newsmaking*, que procura descrever como as exigências organizativas e a organização do trabalho e dos processos produtivos influenciam na construção da notícia, como a notícia é construída no dia-a-dia pelos jornalistas. O método baseia-se na observação participante e em entrevistas.

Esta observação foi feita no decorrer de 11 meses de estágio e em 04 de novembro de 2008 captou-se o registro do dia representando o universo prático para observação crítica. O funcionamento foi observado mesmo antes do início da execução deste estudo, o que torna maior o espectro da análise. Consideramos então que a análise de um dia de produção, aliada a esta pré-observação, é aceitável para responder a pergunta por este estudo proposta. De acordo com Pereira Jr. (2000), nos trabalhos de *newsmaking* o *frame temporal* depende muito da dimensão do trabalho, do conhecimento do objeto e do que se pretende dele.

### 5.1. A estrutura

O Jornal do Rio é o único telejornal produzido pela TV Bandeirantes Rio. É transmitido para 20 municípios do estado e conta com a colaboração da TV Bandeirantes de Barra Mansa, que exibe um telejornal local para os outros municípios do estado. O telejornal existe há mais de duas décadas e já se chamou *Band Cidade* e *Jornal Bandeirantes Rio*.

A estrutura da redação é composta por um diretor de jornalismo, que também é responsável pela Bandnews FM; uma chefe de redação, dois chefes de reportagem, um coordenador de rede (que também coordena o jornal local), uma editora-chefe, cinco editores – na Band, o mesmo profissional faz a edição de texto e imagem – sete pauteiros, seis apuradores, oito repórteres – entre eles a apresentadora do jornal, que também grava matérias – e nove cinegrafistas.

Além da produção do Jornal do Rio, funcionam também, na mesma redação, a editoria Rio do canal Bandsports e da Bandnews TV. Essa duas editorias trabalham com 15 pessoas.

Todos na redação tem acesso a tudo que está sendo produzido, por meio de um programa da Associated Press utilizado também em outras redações – o ENPS. Desta maneira, ficam disponíveis para acesso imediato as pautas que estão sendo produzidas, o texto das matérias que vão ao ar, o script do apresentador e as informações que estão sendo apuradas, tanto do jornal local quanto do nacional.

A redação fica em Botafogo, no primeiro andar do prédio do grupo Bandeirantes. No térreo do mesmo prédio funciona a rádio Bandnews FM, possibilitando uma grande interação entre as redações. Outras fontes de informação importantes são as agências de notícias e a editoria de esportes. Atualmente, a audiência do jornal gira em torno de 4%, de acordo com dados do Ibope<sup>21</sup>.

O telejornal é exibido de segunda à sexta às 18h50 e aos sábados às 18h55. Tem em média 22 minutos de duração de produção líquida. Este tempo pode aumentar ou diminuir, pela inclusão de um número maior ou menor de comerciais nos breaks. A maioria dos assuntos abordados refere-se ao município do Rio de Janeiro, onde concentra-se a maior parte da população do estado. Municípios do norte fluminense como Volta Redonda e Barra Mansa também costumam figurar no jornal, devido a presença de uma afiliada da emissora.

O Jornal do Rio é dividido em quatro blocos e tem, em média, 11 matérias por dia. As notícias factuais mais importantes costumam abrir o jornal. O terceiro bloco costuma ser destinado apenas a notícias de esporte – em geral, futebol – e uma matéria leve é usada para o encerramento \_ seguindo a lógica que, como vimos neste estudo, é usada por outros telejornais brasileiros. A escalada e as passagens são gravadas previamente pela apresentadora. O único

---

<sup>21</sup> Informação fornecida pela TV Bandeirantes, com base em relatório do IBOPE.

quadro fixo do jornal é a Agenda Cultural, que vai ao ar com as últimas matérias das sextas-feiras.

## 5.2 . A rotina

A redação do *Jornal do Rio* funciona 24 horas por dia. Durante a madrugada uma equipe com repórter, cinegrafista e auxiliar fica na redação em busca de notícias ou vai à caça delas nas ruas da movimentada vida noturna da cidade. Também para eles existem pautas ou pedido de auxílio em pautas que serão produzidas durante o dia, como imagens que só podem ser feitas à noite.

Às seis da manhã, essa equipe finaliza seu trabalho. Começam a chegar os primeiros apuradores, que vão levantar todos os acontecimentos do início da manhã e recuperar aqueles da madrugada que a equipe, por estar nas ruas, muitas vezes não “pega”.

O chefe de reportagem da manhã chega às sete horas e faz uma primeira avaliação das pautas do dia, derrubando o que for necessário em função de notícias factuais cujas coberturas sejam consideradas relevantes. Ele também derruba pautas baseado na leitura dos principais jornais impressos do país – referendando o que Bordieu chamou de *circulação circular da informação*.(BORDIEU, 1998)

Como a TV Bandeirantes Rio conta com poucas equipes, todos os repórteres têm pautas a cumprir. Nenhuma equipe fica em *stand by*, para não haver o risco de, em um dia fraco<sup>22</sup>, faltar material para o jornal. As notícias factuais da cidade são prioridade e assim muitas matérias pautadas acabam *caindo*<sup>23</sup>.

No horário em que chega o chefe de reportagem, começam também a chegar as primeiras equipes, que vão sendo despachadas para as respectivas pautas. Às oito horas, entra a equipe da produção. O trabalho deste grupo tem início, muitas vezes, com ligações para desmarcar as pautas que caíram. Todas as pessoas que seriam entrevistadas precisam ser avisadas o quanto antes do cancelamento da gravação, para que essas matérias possam ser remarcadas – se não tiverem ficado velhas com o adiamento. Depois disso, os produtores também checam os jornais impressos, em busca de matérias que possam ser levadas para a televisão no dia seguinte. Outros produtores cuidam das “pendências” deixadas no dia anterior: todas as marcações ou dados que

<sup>22</sup> Um dia é considerado “fraco” quando há poucas notícias factuais consideradas importantes

<sup>23</sup> Usa-se o termo “cair” para falar de matérias que deixam de ser produzidas ou de ir ao ar.

faltam para que uma matéria possa ir ao ar. Por exemplo, pode faltar um personagem para uma matéria, ou um especialista para falar sobre determinado assunto. Também acontece dos entrevistados ligarem desmarcando a entrevista, e com isso os produtores precisarem conseguir substitutos em cima da hora, sob risco da matéria *cair*, o que provocaria um buraco no *espelho* do telejornal. Resolvidos esses problemas, os produtores começam a fazer a apuração e as marcações para as matérias do dia seguinte.

O primeiro editor chega somente às onze horas. Antes disso não há matérias a serem editadas na casa, a não ser as da madrugada. São essas as primeiras que ele edita: dá uma olhada nas imagens, no *off* deixado pelo repórter e na passagem. Ele precisa checar se a matéria vai perder sua atualidade até o horário de exibição do jornal. Se for o caso, ela pode ser derrubada ou transformada em nota coberta – neste caso, o editor escreve outro *off*, que vai ser gravado por outro repórter, atualizado com as informações repassadas pelos apuradores. Às vezes, a matéria entra e é atualizada apenas com a inclusão de uma *nota pé*.

A editora-chefe chega por volta das 12h30. Este é o mesmo horário em que chegam o diretor de jornalismo e a chefe da redação. A editora-chefe conversa com o chefe de reportagem para saber o que está sendo feito, pede algumas alterações, por vezes, e senta-se em seu computador, onde monta o pré-espelho do telejornal. Ela começa a organização dos blocos, priorizando matérias factuais e matérias exclusivas, que só o jornal está *cobrindo*. Meia hora depois, chegam os editores e a chefe de reportagem do horário da tarde. Com isso, tem início a primeira reunião do dia, em que o chefe de reportagem da manhã passa para todos o que está sendo feito e o que está previsto para a tarde. Participam também desta reunião a apresentadora e a coordenadora de pauta. Neste momento, são feitas sugestões e recomendações sobre o encaminhamento das matérias. No final, a editora-chefe destina a cada editor as matérias do dia.

Este é o momento em que a redação começa a pulsar mais forte e a mudar de cara. O ambiente fica agitado, devido à proximidade do horário do jornal entrar no ar. A equipe da apuração muda, com a chegada dos apuradores da tarde. Além de ficarem responsáveis por acompanhar as matérias factuais do dia, eles tem também a tarefa de ajudar os editores com as informações que eventualmente faltem para complementar uma matéria já gravada em VT. Precisam conseguir dados e também respostas dos outros envolvidos na história, quando estes não foram ouvidos.

A equipe da pauta também é substituída por outra, que vai fechar as pautas para o dia seguinte. Na reunião de pauta, todas as matérias em produção são explicadas, para que sua continuidade possa ser assumida por outro produtor. Sugestões de pauta e comentários sobre matérias também são feitos nesse momento. A reunião de pauta tem a participação da chefe de reportagem da tarde e da editora-chefe, já ocupada com o jornal do dia seguinte

Depois dessa reunião, a redação entra em ritmo frenético. Os repórteres que saíram pela manhã começam a voltar com as matérias, que serão discutidas com os editores. Normalmente eles trazem mais de uma matéria. Quando a equipe conclui uma reportagem, mas ainda precisa ser deslocada para outro local, um motoqueiro resgata as imagens e o *off* do repórter, levando o material bruto gravado à redação, para ser editado sem a presença do repórter.

A apresentadora do jornal sai para gravar matérias na rua três dias por semana e fica na redação dois. Isso acontece por uma necessidade gerencial, já que os cinegrafistas fazem um esquema de folgas durante a semana. Quando está na redação, a apresentadora é responsável para gravar as chamadas para o jornal que entram na programação da emissora durante a tarde, além de fazer a escalada do jornal e as passagens de blocos. Ela também faz *notas cobertas e notas peladas*. Nos dias em que a apresentadora está fazendo matérias nas ruas, essas funções são delegadas a uma editora. Apuradores também ficam responsáveis por escrever grande parte das *notas peladas* – normalmente, factuais para os quais a emissora não *correu*<sup>24</sup> - e algumas notas cobertas.

O momento mais tenso do dia começa uma hora antes da entrada do telejornal no ar. Os editores precisam ter finalizado as matérias, que demoram a chegar. A editora-chefe muda constantemente o *espelho* do jornal – algumas matérias *caem*, outras são substituídas por notícias factuais. Durante a tarde, no entanto, o reduzido número de equipes, já citado, torna arriscada a *derrubada*<sup>25</sup> de uma pauta em função de uma notícia factual. Isso acontece porque, dependendo da hora, há o risco de as imagens não chegarem a tempo de irem ao ar, e a editora-chefe fica, assim, sem a matéria que estava sendo feita antes e sem aquela para a qual a equipe foi deslocada.

Minutos antes do telejornal, a tensão na redação é imensa. É comum o coordenador do jornal e a editora-chefe irem para o switcher ainda sem o espelho definitivo do jornal. Algumas

---

<sup>24</sup> No jargão jornalístico, “correr” para uma matéria significa mandar uma equipe para fazer a reportagem.

<sup>25</sup> No mesmo jargão, “derrubar” significa deixar de produzir a matéria ou de levá-la ao ar.

matérias chegam durante a exibição do telejornal e são editadas no decorrer do telejornal. As que não ficam prontas são substituídas por notas ou matérias de gaveta, que estavam em stand by. Neste caso, percebemos que, apesar do telejornal ter uma tendência a apresentar notícias mais fortes no início, esportes no terceiro bloco e matérias leves no final, isso não é imutável, pois as notícias importantes e entram na hora que ficam prontas.

Depois do jornal, o alívio é geral. Apesar dos percalços, a sensação de dever cumprido aparece nos semblantes. Neste momento, acontece a segunda reunião do dia, onde são avaliadas as matérias do dia – problemas e matérias bem executadas são comentados - e apresentadas ao dia seguinte. A coordenadora de pauta apresenta as matérias detalhadamente: o enfoque, recortes no tema, quem são os entrevistados, o repórter que irá fazê-la. Chefia de reportagem, editora-chefe, chefe da redação e outros editores opinam e sugerem modificações na matéria. Algumas pautas são derrubadas, por serem consideradas fracas ou porque aparecem sugestões mais interessantes. Também são comuns os casos de suíte de uma matéria que foi apresentada no dia ou até de alguma que não houve tempo para fazer (e foi apresentada apenas como nota) mas que os editores consideram importantes para o dia seguinte. Outras matérias são apenas modificadas, às vezes no enfoque, às vezes nos entrevistados.

Esta reunião encerra o trabalho dos editores. Para os produtores, porém, a noite pode estar só começando. Por volta das oito da noite, marcar entrevistas, conseguir personagens e até as próprias informações são tarefas difíceis. Isso explica as pendências, tarefas que não foram executadas a tempo e precisam ser feitas pela equipe da manhã.

### **5.3. Um dia de telejornal**

No dia 04/11/2008, havia a previsão de que sete matérias seriam gravadas. Apesar de ser uma terça-feira, a apresentadora estava na pauta, porque um dos repórteres estava de folga. Também um dos chefes de reportagem folgava, o que causou uma mudança no sistema de produção: a chefe de reportagem da tarde foi deslocada para a manhã e a coordenadora de pauta ocupou o cargo de chefia de reportagem durante a tarde. A coordenação de pauta ficou a cargo de uma das produtoras. Essa mudança, no entanto, não ocasionou grandes modificações, porque tanto a coordenadora de pauta quanto a produtora estão acostumadas a desempenhar essas funções durante finais de semana e quando há escala de plantão.



O número de matérias previstas era menor do que o usual. A média de produção é de duas matérias por repórter. Uma das pautas caiu: não haveria tempo para a gravação, já que era a segunda pauta prevista para um repórter que ainda estava produzindo a primeira matéria, bastante trabalhosa. Outra foi derrubada porque um dos personagens agendados não poderia comparecer. No lugar desta última, entrou a matéria “Fuzis pelo correio”, denúncia feita pelo jornal O Globo, considerada a matéria do dia e foi a única comprada pela rede.

Essa matéria começou a ser produzida por volta das 10h. Trata-se de uma denúncia de que um carregamento de armas encomendado pelo Bope (Batalhão de Operações Especiais da Polícia Militar) havia sido mandado pelos Correios via Sedex, como uma encomenda normal. Os produtores tentaram uma entrevista com a Secretaria de Segurança durante todo o dia, mas só conseguiram uma nota, já próximo ao *dead line*<sup>26</sup> da matéria. A empresa que enviou as armas de maneira indevida também se recusava a falar e só divulgou nota durante a tarde. A única entrevista marcada foi com um representante do Sindicato dos Funcionários dos Correios e Telégrafos. A repórter foi encarregada de ir ao centro de distribuição dos Correios fazer imagens e também ao Bope para que a fachada fosse filmada. A matéria que foi ao ar na TV não trouxe, assim, informações novas sobre o caso: repetiu o que o jornal havia noticiado pela manhã. Havia duas diferenças em relação à matéria do jornal impresso, mas nenhuma das duas trazia fatos realmente novos: a entrevista com o representante do sindicato, que repetiu uma informação que constava no jornal (a falta de segurança no trabalho dos carteiros) e uma arte com informações dos Correios sobre o que pode ou não pode ser enviado, trabalho da produção. Nesta matéria, até o início do texto remetia ao do jornal. No Globo, a reportagem era iniciava com

“De um ano e meio para cá, carteiros do Centro de Distribuição Domiciliar (CDD) de Botafogo, braço operacional dos Correios, foram assaltados pelo menos uma vez a cada dois meses. Na manhã de sexta-feira passada, eles se assustaram e viveram momentos de tensão ao descobrirem por acaso o conteúdo de minicontêineres vindos da Indústria de Material Bélico do Brasil (Imbel), que fica em Itajubá, no Sul de Minas, com destino certo: 80 fuzis 7,62, com cinco carregadores cada, encomendados pela Secretaria de Segurança para o Batalhão de Operações Especiais (Bope) da PM.”.

Já o primeiro *off* da repórter da Band era:

---

<sup>26</sup> Dead line é o horário de fechamento.

((off)) A cada dois meses, pelo menos um carteiro desse Centro de Distribuição Domiciliar dos Correios, em Botafogo, é assaltado.// Na última sexta-feira, os funcionários viveram mais um momento de tensão./ Durante o manuseio das encomendas, eles encontraram oitenta e sete pontos e meio, com cinco carregadores cada./

Outra matéria importante do dia foi o VT Rendimento Escolar<sup>27</sup>. A pauta sugeria que os estudantes de escolas públicas de zonas de conflitos, próximo às favelas, não apresentariam o mesmo rendimento de ensino que os de escolas também públicas, mas em zonas tranquilas. A produção sugeriu que os estudantes fizessem redações com o tema violência, que foram feitas e usadas. Neste caso, o repórter interferiu na marcação da matéria, porque ele, cedo, ligou para a redação perguntando se a especialista que seria entrevistada no final da gravação da matéria poderia levar números e dados estatísticos sobre essa diferença de rendimento. A produção entrou em contato com a especialista e ela disse que não tinha, mas que outra professora poderia ter e ficou combinado que o repórter falaria com as duas, no mesmo local. Segundo o repórter, se fosse feita a entrevista apenas com a primeira especialista agendada o resultado final da matéria seria pior, porque ela dizia exatamente o contrário do que *a matéria queria*: que o estudante das escolas localizadas em zonas de risco tinha um rendimento melhor que os outros, porque mesmo com o desafio da violência ele conseguia aprender algo. A outra especialista, no entanto, corroborava a tese da matéria, de que o rendimento era pior. Na hora da edição, a especialista que ia contra esse pensamento ficou de fora e só a fala da segunda entrevistada foi utilizada.

Esta “exclusão” de uma das entrevistadas, “exclusão” da fala divergente, dá uma boa amostra de como a linha editorial, de como o “pensamento do veículo” interfere na realidade apresentada ao telespectador. Este pensamento( que, sem a pretensão de dar respostas, podemos indagar de quem seria – do pauteiro, do repórter, da chefia...) afirma teses, na produção de uma matéria, que, como neste caso, podem independer das opiniões ouvidas. Em alguns casos, não existem fontes eticamente justificáveis para sustentar uma matéria, ainda que a intenção seja aparentemente social e politicamente correta. Deixa-se de lado a função do jornalista de informar e assume-se aquele de elaborador de conceitos científicos, embora ele não tenha especialização para tanto. Em vez de criar verdade, a função do jornalista é relatar, apresentar, desmitificar

---

<sup>27</sup> As matérias de telejornal recebem um nome, chamado de *retranca*, que identifica de maneira prática a fita a ser manuseada na redação. Este sistema é mais eficaz do que identificar as fitas por números.

assuntos com dados e informações. O trabalho não pretende afirmar que este foi o caso no exemplo citado, mas abrir espaço para pensar nesta atuação dos emissores responsáveis pela estrutura jornalística.

No VT Oportunidades, houve também um “problema” com a fonte, que não poderia dar a fala que era esperada. O objetivo da matéria era mostrar a primeira feira de estágios da UFF e também oportunidades de empregos que surgem nesta época do ano para pessoas sem formação de nível superior. Quando o repórter chegou à agência de recursos humanos pautada, no entanto, descobriu que se tratava de uma empresa que oferecia consultoria para empregos de cargo mais alto, que exigia formação universitária. A produção alegou que não teve acesso direto ao entrevistado e que havia sido informada que esse era o tipo de serviço que a empresa oferecia. O repórter explicou que tentou fazer com que a entrevistada falasse algo mais parecido com o que ele queria, mas ela não pode dar nenhum dado específico. A produção, a partir daí, ficou encarregada de conseguir dados sobre empregos para cargos mais baixos.

Na matéria, entrou a informação a respeito das oportunidades de estágios na feira da UFF, uma fala em *off* dizendo que “o mercado de trabalho também oferece emprego em outras áreas. Fim de ano é sinônimo de contratação no comércio” e a sonora da consultora de recursos humanos falando algo mais que sabido pelo senso comum –na época de Natal, surgem vagas de caixa, estoquista, vendedor, e outros cargos de comércio. O outro *off* do repórter, coberto com imagens de arquivo, dizia que havia 4 mil vagas disponíveis pelo Sine – os dados foram conseguidos pela internet. Dessa forma, a matéria foi ao ar mesmo com o erro e a sonora da especialista foi aproveitada, apesar dela ter falado algo esperado. Viu-se aí um esforço para que uma fala não fosse desperdiçada, mas uma análise mais profunda deixa claro que, apesar do crédito “consultora de recursos humanos” que dava legitimidade àquela pessoa como fonte, ela não tinha o conhecimento necessário para dar informações sobre o assunto.

Além dos problemas com a produção, a tensão entre repórteres e editores também aparece em alguns momentos. Por volta das 16h, a editora cobrava da repórter o texto do VT Suíte Crack, para que pudesse começar a fazer a edição. A repórter havia saído da redação às dez da manhã, apurara algo sobre crack que serviria para outra matéria, não para aquele dia, e partiu para as marcações do dia, que eram todas em Niterói. Neste momento, ela alegava que ainda não havia tido tempo para escrever. Como no dia anterior a mesma repórter havia entregado o texto em cima da hora da edição, a editora deu um prazo de 10 minutos para que o texto fosse passado

por telefone. Caso contrário, a matéria não iria entrar no jornal, e foi o que aconteceu. A repórter chegou na redação por volta das 17h30 e o VT não foi ao ar. Quem estava na redação interpretou como erro da repórter, que não conseguiu realizar seu trabalho dentro do tempo. Para a repórter, o problema estava nas marcações – a clínica que visitou era em Itaipu, região oceânica de Niterói, a mais de 70 km da redação - e na edição, que não conseguiria fazer o trabalho antes do dead line após sua chegada na redação. Esta repórter também “perdeu tempo” pela manhã apurando uma outra informação que não entraria na matéria deste dia, mas rendeu uma pauta para o dia seguinte: a denúncia de que mulheres estariam vendendo seus corpos em troca de *crack*.

No jornal, tivemos assim seis VTs produzidos, sendo um deles “de gaveta<sup>28</sup>” e outro da emissora afiliada de Barra Mansa, duas notas cobertas de factuais com imagens feitas pela equipe muda<sup>29</sup> da madrugada e informações da apuração, duas notas peladas também passadas pela apuração, duas notas cobertas escritas pelos editores – sendo que, em uma delas, uma repórter esteve no local, mas ela só viu o texto no final para dizer se havia algo errado e não foi ela quem gravou o *off* – e dois VTs de esporte também escritos por uma editora.

Na reunião após o jornal, foram discutidos dois erros da edição – um deles fez com que o início de um VT fosse ao ar emendado ao outro e esse VT teve que ser mudado de bloco, mas a maior parte das discussões girou em torno dos problemas que a produção teve durante o dia. “A produção tem que pensar que aquilo que ela faz é a matéria final”, diz uma das editoras, para evitar que ocorram erros. Mas será mesmo? Veremos agora como pensam os agentes da “linha de montagem” da redação a respeito da responsabilidade sobre os dados das notícias.

#### **5.4. As tensões entre os agentes da linha de produção**

Uma colméia de gênios. É assim que Barreto(1995) caracteriza uma redação de jornal impresso. Segundo o autor, é lendária a propagada irmandade que se diz existir em uma redação.

Não há repartição, casa de negócio em que a hierarquia seja mais ferozmente tirânica. O redator despreza o repórter, o repórter, o revisor (...) A separação é a mais nítida possível e o

<sup>28</sup> Matérias “de gaveta” são matérias frias, que não tem relação com o dia e podem, por isso, ser usadas mesmo depois de terem sido gravadas

<sup>29</sup> Uma equipe muda é formada pelo cinegrafista e pelo auxiliar. Não conta com o repórter para entrevistar e intervir nos registros filmados.

sentimento de superioridade, de uns para os outros, é palpável, perfeitamente palpável (BARRETO apud PEREIRA JR.: 2000; 56)

Dispensando a ironia e a mordacidade do autor, podemos dizer que essa relação de tensão também ocorre numa redação de telejornal. Substituem-se as funções, mas não a separação de tarefas e uma subsequente hierarquização entre elas de fato acontece. Nesta parte do trabalho, iremos, por meio de entrevistas realizadas na redação, mostrar a visão dos profissionais de cada setor sobre o trabalho deles na TV Bandeirantes.

Nosso fio condutor aqui é o repórter, que se encontra no meio da “linha de produção” e tem contato direto e necessário com todos os setores analisados. É ele também quem assina a matéria, sendo visto como responsável final por aquele trabalho.

A tensão fica mais evidente quando se coloca a questão da relação do repórter com a produção. Enquanto os produtores alegam que não podem fazer a entrevista pelo repórter, os repórteres dizem que o trabalho não rende com uma produção mal feita. A coordenadora de pauta da Band, Joice Nascimento, reconhece a importância da precisão da produção e admite que falta tempo para, além de fazer marcações exatas, apurar de forma que os dados sustentem a tese da matéria. “Os produtores não tem tempo de fazer mini-entrevistas com cada um dos entrevistados. Para cada pessoa que conseguem agendar, eles precisam ligar pelo menos para mais outras três. Isso consome tempo e a conversa com a fonte acaba sendo mais rápida do que deveria”<sup>30</sup>.

Joice considera que os repórteres dependem muito da redação para resolver os problemas que enfrentam ao longo da feitura da reportagem. Ela afirma que enquanto os repórteres mais experientes usam os entrevistados e personagens conseguidos pela produção mas não seguem o encaminhamento sugerido, os mais jovens preferem seguir as recomendações da pauta sem mudanças porque assim se eximem da responsabilidade sobre o produto final. “Se eles pisarem fora da linha e der errado, não podem culpar a pauta. É mais fácil seguir o que está ali, mesmo percebendo que não esteja certo, e depois culpar a produção.”

A chefe de reportagem, Ludmila Fróes, também acredita que existe uma acomodação do repórter em relação à estrutura de sustentação proporcionada pela redação. Ela conta que uma das coisas que mais a chocou quando veio do rádio para a TV foi ver o repórter chegando de um

---

<sup>30</sup> Entrevista concedida à autora na sede da TV Bandeirantes, em Botafogo, em 04/11/2008.

local e perguntando para a equipe de apuração informações básicas sobre o que aconteceu no lugar em que ele estava. Hoje, ela diz entender que se trata de um problema relacionado à logística da televisão, já que muitas vezes o repórter é obrigado a ir de uma pauta para outra, ou chegar atrasado, porque faz várias retrancas e “o que interessa é a imagem”. Isso faz com que ele saia no meio da coletiva, ou antes da operação policial ter seu balanço divulgado, e acabe tendo que perguntar para os outros ao chegar à redação o que ele não teve tempo de apurar no local. “Não é um defeito do repórter, mas realmente criou-se esse vício, de pensar “a redação termina de fazer”. Essa dependência é muito ruim e é uma pena, porque não acontece em outros veículos. O repórter está acostumado com essa retaguarda.<sup>31</sup>”

Ainda de acordo com Fróes, o que diferencia um repórter medíocre de um brilhante é exatamente o quanto ele sabe apurar e produzir na rua.

O repórter que fica só esperando a produção costuma ser mais lento, o texto demora a sair, enfim, milhares de dificuldades acabam surgindo por conta disso. O importante é que o repórter não fique dependendo da produção. Acho que a televisão tinha que funcionar como funciona o rádio, como um tripé. Repórter, cinegrafista e produtor em total sintonia. O ideal para a televisão funcionar bem é que você tenha uma equipe de produção coerente, coesa, unida, que crie pautas interessantes que tenham consistência e fundamento. E que elas sirvam como gancho, na verdade como base para que o repórter faça seu vôo solo. (FRÓES, 2008)

Mayra Dantas, apuradora, concorda que os repórteres e até mesmo os editores às vezes utilizam em excesso a estrutura da apuração, que fica encarregada de conseguir os dados que não estavam na matéria ou cuja necessidade surgiu de última hora. Ela acha “estranha” a necessidade de conseguir uma informação que o repórter poderia ter apurado no local, mas credita à falta de tempo do repórter o uso excessivo da apuração.

O repórter Sérgio Costa, o mais antigo da casa, pensa que o repórter deve se basear no trabalho feito pela produção para montar sua própria matéria, mas afirma com convicção que o repórter de TV não conta com um forte aparato por trás dele. Para ele, uma matéria de jornal impresso é feita por mais mãos do que a de televisão, porque “enquanto um repórter está no local, outro está checando com fontes, um terceiro pega o “outro lado” e o editor que fecha a

---

<sup>31</sup> Entrevista concedida à autora na sede da TV Bandeirantes, em Botafogo, em 04/11/2008.

matéria tem uma possibilidade de modificar o material a ser publicado maior do que o editor de televisão”. O repórter de televisão, por sua vez, estaria sozinho na rua, sem escolha a não ser contar com a redação para dar algum respaldo.

Costa sustenta que houve um processo extremamente prejudicial no jornalismo de televisão, de desprofissionalização da produção. Segundo ele, a economia de dinheiro com a contratação de estagiários e *trainees* para essas funções fez com que a qualidade da produção decaísse, atrapalhando o trabalho do repórter. Se houver um erro na produção, como a marcação de um entrevistado que não seja a pessoa mais indicada, “é preciso adaptar, fazer aquilo caber dentro de um pacote”. A idéia da produção como “trabalho de secretariado”, que faz as marcações mas não apura as informações, teria desqualificado as matérias de televisão. E, para ele, por mais esforçado que seja, esse produtor recém formado não vai conseguir ter boas fontes na política ou na polícia, para gerar boas matérias com rapidez.

Sérgio Costa considera a produção a parte mais importante na construção da notícia, o que não exime o repórter do papel de apurador. Segundo ele, a produção precisa ser forte porque a televisão trabalha com o tempo. Nesse sentido, o repórter tem a necessidade saber a princípio o que vai encontrar, com quem vai falar e o que essa pessoa vai falar para organizar a matéria. Ele dá o exemplo de uma gravação de passagem, que às vezes precisa ser feita na primeira locação por onde o repórter vai passar, ou seja, ele já precisa ter em mente tudo que vai acontecer no resto do dia para iniciar a composição final do VT. A diferença para o jornal é que o repórter deste veículo, no fim do dia, tem todos os dados apurados e uma página em branco para escrever. Na televisão, seria necessário ter uma linha traçada, algo pré-determinado para que não haja perda de tempo e o repórter não fique tolhido por não saber o que vem pela frente para montar o esqueleto da matéria.

Sérgio Costa aponta o que ele considera uma distorção sobre o entendimento do papel do repórter de TV.

A produção tinha que apurar para o repórter apurar novamente. Só que, equivocadamente na televisão, as pessoas acham que quando se coloca a produção o repórter é um boneco que vai repetir as palavrinhas na frente da câmera, mas não é nada disso. O cara vai fazer o texto dele, só que ele precisa de uma

boa base para não perder tempo na rua, porque televisão é muito mais *tempo* do que o jornal. (COSTA,2008)<sup>32</sup>

A figura do boneco, no entanto, é exatamente a que o diretor de jornalismo da Bandeirantes, Xico Vargas, usa para descrever o repórter de televisão.

Há saudáveis exceções, mas hoje o repórter de televisão virou um boneco, mais preocupado com o penteado dele do que com a qualidade da informação. (VARGAS, 2008)<sup>33</sup>

Vargas diz que, enquanto no jornal o repórter cada vez mais faz tudo sozinho, apontando como exemplo disso o sumiço da função de redator, na televisão o exemplo seguido continua sendo o da TV Globo que, ao criar o padrão Globo de qualidade, restringiu a possibilidade de aparecer no vídeo aos repórteres que tivessem uma aparência “perfeita”. Com isso, coube aos outros jornalistas funções de retaguarda, que dessem suporte aos repórteres de vídeo. Esse modelo, no entanto, faz com que o repórter, quando a matéria não é factual, pegue a pauta, dirija-se ao local já pensando nas perguntas e já sabendo mais ou menos o que vai ouvir, ou seja, ele não cria nada de novo.

Na opinião de Vargas, a existência da combinação áudio e vídeo na TV convencionou a criação desse aparato para realizar um trabalho que teoricamente não poderia ser realizado por uma só pessoa. Ele aponta, porém, para outras possibilidades de produção, como o uso do vídeoreporter, que já aparece em alguns veículos no Brasil e no mundo, como da emissora RBS, cita, onde repórteres apuram, produzem, gravam, escrevem o texto e depois editam. Ele ressalta que este tipo de produção, onde uma só pessoa faz tudo, é feita em tempo superior, “obviamente”, àquela em que “que o repórter que está escorado por toda essa rede de proteção”.

A chefe de redação da Band, Alessandra Martins, tem uma opinião que difere da do repórter Sérgio Costa quando fala sobre a importância da produção. Para ela, a produção em TV se torna importante na medida em que o repórter de televisão abre mão de suas fontes, mas não é a parte “mais importante”.

Os repórteres são muito dependentes. O repórter de televisão dificilmente tem fontes, um ou outro tem. Por isso o repórter de TV acha que a produção é a cabeça do negócio, mas não

---

<sup>32</sup> Entrevista concedida à autora, na sede da TV Bandeirantes, em Botafogo, em 04/11/2008.

<sup>33</sup> Entrevista concedida à autora, na sede da TV Bandeirantes, em Botafogo, em 04/11/2008.



deveria ser assim. O repórter deveria se garantir, ter as próprias fontes na polícia, os especialistas, para ele correr atrás de informações diferentes das que todo mundo está dando.(MARTINS, 2008) <sup>34</sup>

No que tange à função da edição, também há discordâncias. Ludmila Fróes critica a mudança que por vezes estes provocam, já no final do processo de construção da matéria. Para ela, o encaminhamento da reportagem deveria ser seguido, se ele foi pensado e aprovado deste jeito.

Muitas vezes você tem um resultado pior da matéria no ar de tanta mão que passou por ela e a encaminhou de outra forma. Isso é ruim porque muitas vezes as coisas se perdem só por causa de uma discordância do editor que pegou aquela matéria no final. O que seria ideal era que aquilo que foi encaminhado e aprovado fosse mantido.(FROES, 2008)

Alessandra Martins discorda e acredita na importância da autonomia do editor.

O editor tem que ter esta autonomia de finalizar a matéria da melhor forma possível, porque ele está isento do processo de produção da reportagem. Ele está com a cabeça fresca daquele assunto, ele vê o bruto, ouve as sonoras e lê o texto do repórter. Conforme o texto vai se encaminhando ele vai escolher outros trechos. Ao escolher outros trechos dos entrevistados ele vai dar uma mudada no encaminhamento, mas ele não muda a essência da reportagem. (MARTINS, 2008)

De acordo com ela, o editor só chega ao ponto de mudar o encaminhamento da matéria se ela estiver errada ou desatualizada. Na maioria das vezes, no entanto, ele consegue seguir o roteiro do repórter e as indicações de sonora que ele deu.

O repórter Alexandre Tortoriello, no entanto, diz que já teve problemas sérios com a edição. Segundo ele, uma matéria sua foi ao ar com uma sonora em que o entrevistado parecia dizer, com a edição, exatamente o contrário do que ele dizia. No dia em que a análise para este estudo foi feita, este repórter indicou dois possíveis entrevistados para uma sonora e o que eles falariam. A sonora escolhida pelo editor não foi nenhuma das duas.

Sérgio Costa, por sua vez, não dá tanto crédito à função do editor. Ele diz que, atualmente, o editor é meramente a figura encarregada de “juntar letrinhas com imagens”. A

---

<sup>34</sup> Entrevista concedida à autora, na sede da TV Bandeirantes, em Botafogo, em 04/11/2008.

tarefa dele, que seria de reescrever as partes ruins de uma matéria, foi também prejudicada pela tentativa das emissoras enxugarem o custo do processo de produção. “A não ser na TV Globo, apenas os editores dos jornais nacionais foram mantidos como tais. Nos jornais locais, os editores quase não mexem no texto. Isso é ruim, porque quando muitas cabeças pensam num assunto é muito melhor.”

A editora-chefe do Jornal do Rio, Eleida Gois, diz que “o bom editor é aquele que vai além”<sup>35</sup>. Ela conta que, no início de sua carreira, o editor ficava na redação esperando a matéria sem interferir na sua produção. Contentava-se com a tentativa de fazer mudanças na ilha de edição, usando a criatividade para corrigir erros de ortografia ou reportagem.

Hoje os editores têm um papel importante, pensar com o repórter desde o início do dia na finalização da matéria. Já trabalhei em emissoras onde o editor define o rumo da matéria, deslocando o repórter de lugar para garantir a informação. Depende de cada um. Mas se optar por fazer um trabalho mais intenso e lado a lado com o repórter, sai ganhando o espectador. (GOIS, 2008)

A editora diz acreditar que os setores deveriam ser mais integrados, pois “a produção não pode apenas pensar na sua fatia, nem a edição na sua, apuração, etc”. Gois conta que trabalhou durante cinco anos em uma emissora japonesa em Nova York e que os japoneses “pensavam mais a frente”, atuando em um esquema de rodízio: cada profissional ficava dois meses na produção, dois na edição e assim por diante. É interessante notar que esta noção está relacionada ao sistema toyotista de produção, que, como já vimos, surgiu no Japão. Para ela, isso permite que todos tenham condições de atuar de uma forma mais abrangente, não ficando apenas na sua função.

A fala de Gois aponta para a possibilidade de adoção de outros sistemas de produção, que, talvez, pudessem evitar certos problemas que vimos nas entrevistas com outros profissionais. É marcante, nas respostas e atitudes dos entrevistados, a visão de que o outro não está fazendo o trabalho corretamente quando algo dá errado. Dessa maneira, é possível perceber que, quando há problemas, ninguém parece assumir a responsabilidade pelo produto final. Assim, a divisão da autoria, que a primeira vista, seguindo a lógica popular de que “muitas cabeças pensam melhor”, melhoraria a qualidade final do produto, pode, por uma lógica

---

<sup>35</sup> Entrevista concedida à autora por email, no dia 06/11/2008.

perversa, fazer também com que os agentes da produção não se vejam responsáveis pelo produto final, ou seja, acabam não se empenhando tanto e não dedicando tanto trabalho àquilo que vai se transformar em importante fonte de informação para grande parte dos brasileiros. O questionamento que se pretende, por meio desta análise, é portanto sobre o tipo de sistema adotada e também sobre o próprio modelo.

## 6. Conclusão

Dividir significa limitar, restringir, se a articulação não for harmoniosa entre as partes. Ao longo deste trabalho, procuramos mostrar como funciona o modelo de produção do telejornal baseado na divisão de tarefas e as consequências que isso traz para o pleno cumprimento da função social do jornalismo, que é a de informar em vez de apenas noticiar fatos isolados.

Levantamos aqui a possibilidade deste “defeito de fabricação” ter parcialmente origem no sistema de divisão de tarefas e no estabelecimento de setores fixos de produção – apuração, produção, reportagem e edição, locais que se comunicam pouco ou menos do que o necessário.

Vimos logo no primeiro capítulo que o modelo adequado à produção industrial adaptado e transportado para outras atividades, levou historicamente a uma alienação em relação ao que é elaborado e a uma queda na qualidade da produção, já que o operário, desinteressado e não se sentindo responsável pelo produto final, não se envolvia nem estabelecia vínculos de responsabilidade com aquela produção. Durante a análise de caso, vimos que é possível estabelecer uma comparação deste profissional com o do telejornal, respeitadas as diferenças. Isso porque, apesar de conhecerem o produto final do telejornal, nota-se que, na produção, ninguém parece ser o responsável final pelo produto. Surgem assim tensões, resultantes do “empurra-empurra” de responsabilidade. “De quem é o erro?”, pergunta-se, e um setor é sempre responsabilizado. Inexiste, raras exceções, um trabalho conjunto; cada um termina sua parte e passa para o outro, que vai ter que lidar com aquilo da forma que chegou e fazer o melhor possível – o que se percebe no momento em que o repórter diz que “é preciso fazer a notícia caber dentro de um pacote”.

Dessa forma, o trabalho telejornalístico que, numa observação menos aprofundada poderia parecer melhor, por ter sido feito a várias mãos (nota-se que a peculiaridade da produção telejornalística é tão profunda, através deste sistema de criação compartilhada, que poderia gerar até mesmo uma discussão sobre autoria da obra – perspectiva que não foi objeto de estudo deste trabalho, mas que mostra-se também interessante para análises futuras), pode estar sofrendo os prejuízos de ter sido feito teoricamente em conjunto, mas possivelmente fruto de um trabalho de equipe executado de maneira superficial, pois sem contato entre os membros do time.

Só que, como exposto ainda no primeiro capítulo, o jornalismo não é uma indústria qualquer – nela vale a marca do autor, ou seja, a diferença está exatamente na qualidade dos

agentes de produção. Estes, no entanto, têm estado cada vez mais escondidos atrás desta lógica perversa da produção, da logística da televisão. Esta logística – deslocamento de equipe, certeza da obtenção de boas imagens e bons personagens – impede que se corram riscos. Sem correr riscos, o telejornalismo repete o que já foi divulgado, ou noticia pesquisas e *fait divers*.

Durante as entrevistas, pode-se perceber, na fala de alguns profissionais, que eles próprios vislumbrar outras possibilidades de produção, com sistemas menos fixos. Essa integração poderia ser feita, para alguns, por um sistema de rodízio adotado durante o programa de estágio, que levaria os novos profissionais a entender melhor o trabalho do “outro”. Já para a editora-chefe, que vivenciou outro tipo de organização funcional dentro de uma empresa, este esquema caberia até mesmo aos profissionais formados. Mesmo aqueles que não citaram diretamente essa questão mantiveram, em suas falas, expressões que remetiam a questão, ao usarem expressões como “imagina se ele tivesse no nosso lugar/fazendo meu trabalho”.

A divisão de tarefas e o estabelecimento de setores fixos de produção, porém, tornaram-se um modelo tão arraigado que o jornalismo de TV – o meio que mais chega na casa das pessoas, que é tido como informação única por muita gente – pode não estar cumprindo sua função de informar com qualidade. Até mesmo o repórter, que deveria ser responsável pela apuração de novos fatos, pelas fontes, é comparado a um boneco que “repete palavrinhas”, que “está mais preocupado com o penteado”. Com o aparato que o cerca, ele pode se tornar um montador da matéria – ou porque não apurou a fundo, ou porque a produção não era suficientemente boa e ele tem que “se virar” com aquilo. Durante as entrevistas, foram várias as referências a este problema como característico dos “novos profissionais”, o que pode indicar uma deficiência na formação daqueles que deveriam ocupar, daqui a um tempo, lugar de referência no campo profissional.

Não só os repórteres como também produtores e editores podem estar caindo nestas “armadilhas” do sistema de produção. Ao analisarmos o trabalho dos setores de produção separadamente, no terceiro capítulo, abordamos os desafios que os produtores precisam enfrentar – marcação de entrevistas e locações, busca de especialistas e personagens- e vimos que eles também pode estar apurando menos do que o necessário, preocupando-se menos com a qualidade da informação do que o ideal (seja pela pressão do tempo, seja pela pressão de interesses comerciais externos, representados pela intensa influência das assessorias de imprensa nas redações). Também os editores caem nestas armadilhas da imprecisão, como relatou, em

entrevista, o repórter Alexandre Tortoriello, que contou ter visto a fala de um entrevistado ser manipulada para, usando a expressão de outro repórter, “caber no pacote” – o que nos remete também à reflexão sobre a atuação dos emissores responsáveis pela estrutura jornalística, o chamado “pensamento do veículo”, que pode ser construído no trabalho da pauta, de reportagem e também do editor.

Trabalhando dentro desta lógica de produção da TV, o jornalista insere-se assim em uma rotina produtiva que, ao mesmo tempo que torna viável a apreensão da notícia como um produto de *consumo fácil*, limita as possibilidades de mostrar as diversas realidades possíveis.

A lógica de fragmentação desta produção industrial no telejornal, baseada na divisão do trabalho e alienação do trabalhador quanto à dinâmica total do processo produtivo, resulta também na fragmentação do produto telejornal. A industrialização da comunicação impõe diversas conseqüências em relação à produção do noticiário, e o telejornal, em suas diversas instâncias, parece ser assim também “contaminado” pela lógica da fragmentação. Este tipo de apresentação dissociada dos fatos jornalísticos pode gerar, no conteúdo das matérias, uma falsa simplificação na percepção das relações sociais.

Belarmino da Costa chama esse processo de “perda da dimensão da totalidade”. Para ele, as técnicas de produção da notícia produzem uma uniformidade falsa, uma coerência interna que não corresponde, na maioria das vezes, àquilo que é representado. O professor acrescenta que “a ‘positivação’ dos fatos em notícia e sua prática unidimensional de representar a realidade contribuem para legitimar uma visão ahistórica, sem contradições, do mundo e dos movimentos sociais[...]” (DA COSTA apud PACHECO: 2007; 21).

A ideologia intrínseca à produção jornalística relaciona-se, segundo esta linha de pensamento, ao processo de seleção e hierarquização de notícias, durante etapas como seleção, classificação, construção e sistematização dos fatos, já que “ao dividir a realidade no processo de produção da notícia, [...] como se os acontecimentos fossem possíveis de serem reduzidos a partes desconexas, o jornalismo absolutiza a totalidade num universo restrito de informações” (DA COSTA apud PACHECO, 22)

Durante a produção de um telejornal, não é incomum que, por falta de tempo do repórter, um produtor saia com uma equipe de cinegrafista e faça uma entrevista para a matéria, uma sonora feita de forma desvinculada do todo que vai ser inserida na matéria final pelo editor. Quando isso acontece, e também quando o repórter não indica a sonora e o editor escolhe aquela

que a ele parece mais adequada, tem-se um exemplo desta divisão da realidade e restrição de possibilidades da informação. É essa falsa totalidade de informações que passa a vigorar como “realidade”.

Em concordância com o pensamento de Da Costa, o pesquisador italiano Giorgio Grossi supõe que a atividade desempenhada pelos jornalistas é a origem do processo de construção da realidade, considerando que parte do público vai identificar a informação, em seu resultado final, como a própria realidade social. Ele fala de informação como construção da realidade social, definida, no campo da comunicação, como “a produção de sentido através das práticas produtivas e das rotinas que organizam a profissão jornalística”. (GROSSI apud SAPERAS, 2000:141). “O processo informativo contribui para descontextualizar um acontecimento, para destacar um acontecimento do contexto em que se produziu, e se poder recontextualizá-lo nas formas informativas”.

Esta visão fragmentária da realidade não aparece apenas no campo da comunicação. Em estudo sobre a segmentação e cadernização dos jornais impressos, Gabriela Pacheco mostra que este tipo de apreensão da realidade, não como um todo, mas como pedaços, se origina na biologia, com as classificações dos seres vivos, se estende a disciplinas – vide a própria divisão entre ciências sociais e biológicas - e permeia todo o entendimento da sociedade sobre o que é real. (PACHECO, 2007)

Este caráter fragmentário da TV, que vimos no segundo capítulo como estratégia de gerenciamento de atenção relacionado ao entendimento de agilidade necessário na civilização atual, afeta a interpretação dos fatos. Para Soares e Oliveira, “os noticiários televisivos propiciam uma visão monolítica dos acontecimentos, ou seja, apresentam uma versão que impede a análise através de pontos de vista diferentes, ao receptor o que está sendo dito parece ser a verdade absoluta.” (SOARES & OLIVEIRA: 2007, 122). Partilhando da mesma opinião, Barbeiro e Lima dizem que “a facilidade de obtenção e tráfego de imagens fazem do telejornalismo o arauto de notícias. A imagem é um chamariz para audiência, mas quem quiser se aprofundar vai ter que recorrer a outras mídias [...]. Um dos atributos da superficialidade contida no processo é a desinformação. Não há como separá-las, uma vez que uma contém a outra.” (BARBEIRO & LIMA: 2003, 38)

Entendemos, assim, que são necessárias mudanças para que o telejornalismo esteja habilitado a estabelecer relações e desenvolver temas a partir de diversos pontos de vista, e não

de forma que, tão ágil, impeça a compreensão sobre a complexidade das relações sociais. O entendimento de que as coisas não dependem uma da outra, que aparece tanto no formato de produção adotado quanto no que é apresentado ao espectador, não consegue capacitar as pessoas para que compreendam os fenômenos sociais e atuem, dessa maneira, como agentes conscientes de transformação da realidade.

Este estudo se propôs a questionar essa forma de produção e apresentação como sendo a natural, ou a única possível, ressaltando as conseqüências deste modelo para o cumprimento da função social do jornalismo. Encara-se como necessário repensar o telejornalismo no contexto da comunicação digital, refletindo sobre a necessidade de adaptações para que, sendo este o principal – e muitas vezes o único- acesso que as pessoas tem às informações jornalísticas, cumpram sua função.

Vivemos um tempo de jornalismo digital, convergência midiática e redefinição de modelos de comunicação. O contexto atual impõe novas e urgentes mudanças, com alterações que vão desde o conteúdo e a forma de apresentação das notícias até a maneira como se dá a produção. Se o modelo vigente trouxe agilidade e viabilizou o telejornalismo durante um tempo, hoje ele corre o risco de perder sua sustentação caso não ocorram mudanças na sua forma de organização, na sua estrutura e em seu conteúdo.

A emergência dos *online* parece estar sendo vista com mais empenho pelos veículos impressos, que correm para tentar estabelecer mudanças. Porém, mesmo os impressos, cujo risco de extinção é apontado por muitos, demoraram a perceber que os *onlines* poderiam ser vistos não como uma ameaça, mas como uma possibilidade de mídia complementar. Atualmente, eles organizam mudanças, como as citadas no capítulo 2, feitas pelo Washington Post e pelo jornal “O Globo”. Mas como fica a televisão em meio a esse processo? No EUA, a Gannet, dona do USA Today, um dos periódicos mais vendidos do país, anunciou a criação de Centrais Informativas, que reuniriam jornalistas de rádio, TV e impresso, numa integração de redações que tem como objetivo fazer com que a informação deixe de ser produzida pensando na forma como será veiculada. “Isto significa que os repórteres e editores deixarão de ser vinculados a um veículo e sim a um sistema de informação”, explica o professor Carlos Castilho<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup> CASTILHO, Carlos. A Imprensa americana vira laboratório de Experiências. Disponível em :[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/blogs.asp?id=%7B253303E2-518E-46DA-857E-E85ED3FB5ED5%7D&id\\_blog=2](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/blogs.asp?id=%7B253303E2-518E-46DA-857E-E85ED3FB5ED5%7D&id_blog=2). Acesso em 20/09/2008



Se não há uma definição exata das estruturas da nova mídia, é difícil prever também como ela afetará as velhas mídias, entre elas a televisão. Sem tentar fazer previsões para o futuro, já sabemos que a exigência de capacidades múltiplas de ação e pensamento e a exigência do profissional multimídia está cada vez se tornando mais forte. Em tempos de crescimento de conglomerados midiáticos, característica do período de “globalização flexível” pelo qual estaríamos passando, essa pode ser uma forte tendência adotada como método de sobrevivência econômica dos veículos.

Fica aqui o espaço para outras pesquisas que analisem o campo da produção e da apreensão e significação do real, não apenas no telejornalismo mas também em outros veículos, frente à emergência de novos meios digitais de jornalismo. Novas pesquisas podem olhar para as mudanças que emergem também no sistema de produção de impressos e de rádios, e também para a forma como está sendo feita a produção nas mídias digitais. O objetivo deste trabalho não foi apontar erros ou condenar um sistema de produção, mas sim lançar um novo olhar sobre as possibilidades de modificação num sistema de produção que mostra sinais de decadência.

## 7. Referência bibliográficas:

ABREU, Alzira Alves de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora. *Eles mudaram a imprensa; depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

ABREU, Alzira Alves de; ROCHA, Dora (org). *Elas ocuparam as redações: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

AQUINO, Rubim Santos Leão de (org). *História das sociedades: das sociedades modernas às sociedades atuais*. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 1983.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de telejornalismo*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BARBOSA, G. e RABAÇA, C. A. *Dicionário de Comunicação*. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BECKER, Beatriz . *A linguagem do telejornal: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil*. Rio de Janeiro: E-papers Servicos Editoriais Ltda., 2005.

BEZERRA, Ana Carla de Lemos; MORAIS, Wilma Peregrino de. *As rotinas de produção e suas interferências nos documentários e reportagens especiais televisivas*. Pernambuco, 2001. IN: Anuário Internacional de Comunicação Lusófona, Vol. 2, No 1 (2004)

BITTENCOURT, Luís Carlos. *Manual de Telejornalismo*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1993.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. São Paulo: Jorge Zahar Editor, 1997.

CURADO, Olga. *A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo*. São Paulo: Alegro, 2002.

HERNANDES, Nilton. *A mídia e seus truques*. São Paulo: Contexto, 2006.

HUBERMAN, Leo. *História da Riqueza do Homem*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

LINS, Alice Maria Grego. *O tempo e o processo de produção telejornalístico*. In: Revista Symposium, 2000. Disponível em [http://www.unicap.br/Arte/ler.php?art\\_cod=1482](http://www.unicap.br/Arte/ler.php?art_cod=1482). Acesso em 23/10/2008

LUZ, Cristina Rego Monteiro da. *A Pauta jornalística e suas Mediações*. UFRJ. ECO, Núcleo de Estudos e Pesquisa em Comunicação, 2005.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério. 3.ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2003.*

MACIEL, Inês Maria Silva. *Inovação tecnológica ou Toyotismo na Redação: As mudanças tecno-organizacionais em uma redação de jornal e suas implicações no processo de trabalho.* COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro, 2003.

MATTOS, Marcelo Badaró(org). *História: pensar e fazer.* Rio de Janeiro: Laboratório Dimensões da História, 1998.

MEMÓRIA GLOBO. *Jornal Nacional: a notícia faz história.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

MORAES, Dênis de . *A tirania do fugaz: mercantilização cultural e saturação midiática.* In: Dênis de Moraes. (Org.). *Sociedade midiaticizada.* Rio de Janeiro: Mauad, 2006, p. 33-49.

MORETZON, Sylvia. *Jornalismo em Tempo Real: o fetiche da velocidade.* Rio de Janeiro: Revan, 2002. 192p.

PACHECO, Gabriela Nóra de Resende. *Segmentação no jornalismo impresso: classificação do real e fragmentação do noticiário.* Monografia (Graduação em Comunicação Social habilitação Jornalismo). Rio de Janeiro, UFRJ, 2007.

PATERNOSTRO, Vera Iris. *O texto na TV: manual de telejornalismo.* Rio de Janeiro: Campus, 1999

PEREIRA JR., Alfredo Eurico Pereira Jr. . *Decidindo o que é Notícia: Os Bastidores do Telejornalismo.*Porto Alegre: EDIPURS, 2000

PEREIRA JR., Alfredo; MAZZAROLO, Jô – *Telejornalismo: onde está o Lead?* IN: Revista Famecos, 1999. Disponível em <http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/11/alfredo.pdf>, acesso em 12/08/2008

PICCININ, Fabiana. *Produção de notícias em dois mundos: o newsmaking no telejornalismo português e brasileiro.* IN: Revista Famecos/PUCRS, 2005. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/873/660>. Acesso em XXX

SALOMÃO, Mohazir. *O repórter e as armadilhas da narrativa.* Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=284TVQ001>. Acesso em 13/07/2008

SAPERAS, Enric. *Os efeitos cognitivos da comunicação de massa – as recentes investigações em torno dos efeitos da comunicação de massas*. Tradução: Fernando Trindade. Lisboa: ASA Editores, 2000.

SOARES, Hamistelie Roberta Pinto de Sous; OLIVEIRA, Jocyelma Santana dos Santos Martins. *A construção da notícia em telejornais: valores atribuídos e Newsmaking*. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM). Santos, 2007

SQUIRRA, S. C. *Aprender telejornalismo: produção e técnica*. São Paulo: Brasiliense, 1990.

TRAQUINA, Nelson(org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*.Lisboa: Vega, 1993.

VIEIRA, Geraldinho. *Complexo de Clark Kent: são super-homens os jornalistas?* São Paulo: Summus Editorial, 1991

WEAVER, Paul H. *A notícia de jornal e as notícias de televisão*. In TRAQUINA, Nelson (org). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999.

YORKE, Ivor. *Jornalismo diante das câmeras*. São Paulo: Summus, 1998.