

# **No próximo bloco...**

O jornalismo brasileiro na TV e na internet



*Reitor*

Pe. Josafá Carlos de Siqueira SJ

*Vice-Reitor*

Pe. Francisco Ivern Simó SJ

*Vice-Reitor para Assuntos Acadêmicos*

Prof. José Ricardo Bergmann

*Vice-Reitor para Assuntos Administrativos*

Prof. Luiz Carlos Scavarda do Carmo

*Vice-Reitor para Assuntos Comunitários*

Prof. Augusto Luiz Duarte Lopes Sampaio

*Vice-Reitor para Assuntos de Desenvolvimento*

Prof. Sergio Bruni

*Decanos*

Prof. Paulo Fernando Carneiro de Andrade (CTCH)

Prof. Luiz Roberto A. Cunha (CCS)

Prof. Luiz Alencar Reis da Silva Mello (CTC)

Prof. Hilton Augusto Koch (CCBM)

# **No próximo bloco...**

O jornalismo brasileiro na TV e na internet

Organização  
Ernesto Rodrigues



□ Editora PUC-Rio  
Rua Marquês de S. Vicente, 225 – Projeto Comunicar  
Praça Alceu Amoroso Lima, casa da Editora  
Gávea – Rio de Janeiro – RJ – CEP 22453-900  
Telefax: (21)3114-1760/3114-1838  
Site: [www.puc-rio.br/ediorapucrio](http://www.puc-rio.br/ediorapucrio)  
E-mail: [edpucio@vrc.puc-rio.br](mailto:edpucio@vrc.puc-rio.br)

*Conselho Editorial*

Augusto Sampaio, Cesar Romero Jacob, Danilo Marcondes de Souza Filho, Fernando Sá, Gisele Cittadino, José Alberto dos Reis Parise, Maria Clara Lucchetti Bingemer, Miguel Pereira.

*Capa e Projeto Gráfico*  
Flávia da Matta Design

*Revisão de originais*

Felipe Gomberg e Sandro Gomes dos Santos

□ Edições Loyola

Rua 1822, nº 347 – Ipiranga – 04216-000 São Paulo, SP  
Caixa Postal: 42.335 – 04299-970 – São Paulo – SP  
Tel: (11)6914-1922  
Fax: (11)6163-4275  
Site: [www.loyola.com.br](http://www.loyola.com.br)  
Editorial: [loyola@loyola.com.br](mailto:loyola@loyola.com.br)  
Vendas: [vendas@loyola.com.br](mailto:vendas@loyola.com.br)

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta obra pode ser reproduzida ou transmitida por quaisquer meios (eletrônico ou mecânico, incluindo fotocópia e gravação) ou arquivada em qualquer sistema ou banco de dados sem permissão escrita da Editora.

ISBN: 85-15-03180-9

---

No próximo bloco... : o jornalismo brasileiro na TV e na internet / organização: Ernesto Rodrigues. – Rio de Janeiro : Ed. PUC-Rio ; São Paulo : Loyola, 2005.

286 p. ; 21 cm

Inclui bibliografia

1. Jornalismo - Brasil. 2. Telejornalismo - Brasil.
3. Jornalismo online - Brasil. I. Rodrigues, Ernesto.

## Sumário

Sobre os autores	<b>7</b>
Apresentação	<b>13</b>
Travessias e travessuras de uma indústria caótica <i>Carlos Amorim</i>	<b>19</b>
De volta ao futuro <i>Octavio Tostes</i>	<b>39</b>
Da pauta ao <i>switcher</i> <i>Ernesto Rodrigues</i>	<b>77</b>
Vida de repórter <i>Carmem Petit</i>	<b>103</b>
Ancoragem <i>Heródoto Barbeiro</i>	<b>113</b>
O vôo solo do videojornalismo <i>Luis Nachbin</i>	<b>117</b>
Quem fica para contar a história? <i>Rafael Freitas</i>	<b>135</b>
Telejornalismo local <i>Lilian Saback</i>	<b>149</b>
Editoria internacional: o mundo e nós na TV <i>Lenira Alcure</i>	<b>163</b>

- 183** | O correspondente internacional  
*Jorge Pontual*
- 197** | O esporte na televisão  
*Ricardo Pereira*
- 221** | Jornalismo em alta definição  
*Roberto Wertman*
- 231** | Webjornalismo: o que é notícia no mundo *on-line*  
*Carlos Castilho*
- 257** | Controle social do telejornalismo  
*Patrícia Maurício*
- 283** | A pimenta e a consciência  
*Ernesto Rodrigues*

## Sobre os autores

**Ernesto Rodrigues** formou-se em Jornalismo pela PUC-Minas, em 1977. Trabalhou como repórter do jornal O Globo nas editorias de Política e Cidade, e na sucursal de Brasília do Jornal do Brasil, cobrindo a presidência da República e o Congresso Nacional. Foi editor-assistente da revista IstoÉ em São Paulo e editor-assistente da sucursal da revista Veja no Rio de Janeiro. Em 1986, iniciou uma carreira de 14 anos na TV Globo. Foi editor do Jornal da Globo e do Jornal Nacional, diretor de programas do Globo Repórter, chefe da sucursal da TV Globo em Londres, diretor-executivo do Fantástico e chefe de redação da emissora em São Paulo. Dirigiu o primeiro programa da TV brasileira – um Globo Repórter – sobre os mortos e desaparecidos durante a ditadura. Participou, como editor-executivo, da cobertura da Copa do Mundo de 1994, e do processo de *impeachment* do presidente Collor. Foi um dos três repórteres que acompanharam a primeira expedição brasileira à Antártida, em fevereiro de 1983. Publicou, em 2004, *Ayrton, o herói revelado*, uma biografia do piloto Ayrton Senna. É professor de Jornalismo da PUC-Rio.

**Carlos Amorim** é jornalista profissional há mais de 30 anos. Começou, aos 15, como repórter do jornal A Notícia, do Rio de Janeiro. Trabalhou 19 anos nas Organizações Globo, cinco no jornal O Globo e 14 na TV Globo. Esteve no SBT, na Rede Manchete, na TV Bandeirantes e na TV Record. Foi fundador do Jornal da Manchete; chefe de redação do Globo Repórter; editor-chefe do Jornal da Globo; editor-chefe do Jornal Hoje; diretor do Fantástico; diretor de eventos especiais da Central Globo de Jornalismo. Diretor da Di-

visão de Programas de Jornalismo da Rede Manchete. Foi diretor-executivo da Rede Bandeirantes de Rádio e Televisão, onde implantou o canal de notícias Bandnews. Criador do Domingo Espetacular, da TV Record. Escreveu, produziu e dirigiu 56 documentários de televisão. Ganhou o prêmio da crítica do Festival de Cine, Vídeo e Televisão de Roma, em 1984, com um especial sobre Elis Regina. Recebeu o prêmio Jabuti, da Câmara Brasileira do Livro, em 1994, na categoria Reportagem, com a melhor obra de não-ficção do ano: *Comando Vermelho – A história secreta do crime organizado*. É autor de *CV/PCC – A irmandade do crime*. Recebeu o prêmio Simon Bolívar de Jornalismo, em 1997, na categoria Televisão (equipe), com um especial sobre a medicina em Cuba. É professor-convidado dos cursos de pós-graduação da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro e de São Paulo.

**Octavio Tostes** é jornalista formado pela UFRJ em 1980. Trabalhou no Rio de Janeiro e em São Paulo em imprensa (O Globo, Isto É); TV (Globo, Cultura, STV, Bandeirantes, Record) e internet (Globo.com, AOL Brasil). Colaborou com a CNN em Atlanta e trabalhou na CBS Telenotícias Brasil em Miami, ambas as emissoras norte-americanas. Foi consultor da Rede Amazônica, afiliada da TV Globo, e da editora Conteúdo Editorial (SP), especializada em Tecnologia da Informação.

**Carmem Petit** é jornalista formada pela PUC-Rio e professora das disciplinas de Telejornalismo e Introdução ao Rádio e TV do Departamento de Comunicação Social. Coordena o Núcleo de TV do Projeto Comunicar da PUC-Rio, que produz programas para o Canal Universitário do Rio de Janeiro (UTV). Como jornalista, foi editora do Núcleo de Publicações da Casa da Leitura/Fundação Biblioteca Nacional e repórter da TV CNT.

**Heródoto Barbeiro** é âncora da CBN e TV Cultura e gerente regional de jornalismo do Sistema Globo de Rádio – SP.

**Luís Nachbin** graduou-se em Jornalismo pela PUC-Rio e em Ciências Econômicas pela UFRJ. Tem o título de mestre em Televisão pela San Francisco State University, Califórnia, EUA. Dentre outras atividades, foi correspondente internacional do jornal O Globo nos Estados Unidos e repórter da TV Educativa e da Rede Globo de Televisão. Desde janeiro de 1998 Nachbin vem produzindo e dirigindo projetos internacionais de séries de reportagens e documentários para televisão. Nachbin é professor de Telejornalismo no Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio. Em 1999, criou a TV PUC-Rio.

**Rafael Freitas** é jornalista, radialista e mestre em Comunicação e Cultura pela UFRJ. Foi editor de imagens do programa Esporte Espetacular da TV Globo e hoje é produtor de reportagens da emissora.

**Lilian Saback** tem mais de 20 anos de experiência em televisão, rádio, jornal, revista e Comunicação Empresarial. Foi durante 10 anos repórter e editora da TV Educativa – RJ, com passagens pela TV Manchete, Tribuna da Imprensa, Rádio Roquete Pinto e Canal Futura. Como colaboradora de revistas femininas da Editora Abril, participou da série de reportagens “O Brasil que dá certo”, da revista Cláudia, vencedora do Prêmio Ayrton Senna de Jornalismo/1999. Em Brasília, foi repórter da TV Manchete e editora da TV Brasília. Em 2003, ingressou na Prima Press Assessoria em Comunicação, onde atuou como assessora de imprensa. Em 2004, criou a Neographia Assessoria em Comunicação. Atualmente, leciona no Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio.

**Lenira Alcure** é professora do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio desde 1984. Formada em Letras Clássicas e em Jornalismo pela PUC-Rio, é *master of Sciences* pela Florida State University, EUA. Depois de duas décadas no rádio e na imprensa escrita, foi editora internacional da TV Manchete (1991-1992), comentarista e editora internacional da TVE (1993-1998).

**Jorge Pontual** é correspondente *freelancer* em Nova York desde 1998. Contribuiu para programas da Globonews e telejornais da Rede Globo. De 1970 a 1972, foi copidesque do Jornal do Brasil; de 1972 a 1975, redator do Jornal Internacional da Rede Globo; de 1977 a 1983, redator, editor internacional e chefe de redação do Jornal do Brasil; de 1983 a 1996, editor-chefe do Globo Repórter; de 1996 a 1998, chefe do escritório da TV Globo em Nova York; de 1998 a 2000, correspondente da revista Época.

**Ricardo Pereira** é formado em Comunicação Social pela UFRJ e em Economia pela Faculdade Candido Mendes. Trabalhou no SBT e foi de repórter a editor-chefe de Jornalismo na TV Sergipe. Na TV Globo, foi editor do RJTV, editor-chefe do Globo Esporte, editor de esportes do Jornal da Globo e do Jornal Nacional e editor especial do Fantástico, antes de assumir o cargo de editor-chefe do Esporte Espetacular. Ricardo Pereira participou da equipe da TV Globo na Copa do Mundo de 1998 e coordenou a cobertura das olimpíadas de 2000, em Sydney. É também professor das disciplinas de Edição em TV e Reportagem em TV, nas Faculdades Integradas Hélio Alonso.

**Roberto Wertman** é jornalista formado na Escola de Comunicação da UFRJ. Iniciou sua carreira em 1994, na TV Globo, onde fez parte de programas especiais como Contagem Regressiva (sobre os 35 anos da TV Globo), 100 Anos-luz, além de vários Globo Repórter. Trabalhou no escritório da

Globo Internacional. Foi produtor-sênior na Central Globo de Jornalismo. Como assessor de imprensa, foi gerente de atendimento na Companhia de Notícias (CDN). De volta à TV, editou a primeira edição do Big Brother Brasil, mais uma vez na TV Globo. Em 2003, fez a produção internacional do Projeto Ayrton Senna, biografia do piloto brasileiro. Atualmente dedica-se à produção audiovisual como sócio da Ópera Prima Produções Artísticas.

**Carlos Castilho** começou como repórter na extinta agência Asapress. Depois, trabalhou na rádio Jornal do Brasil, revista Fatos e Fotos, Jornal do Brasil e no jornal Opinião. Foi editor-chefe do Jornal Internacional (futuro Jornal da Globo) da TV Globo, chefe do escritório da emissora em Londres, correspondente da Televisa, do México, editor dos CADERNOS do Terceiro Mundo, correspondente do jornal Público, de Portugal, editor internacional do Jornal do Brasil, diretor da agência Inter Press Service e consultor de comunicação da União Européia. Como jornalista *freelancer* morando em Florianópolis desde 1996, Carlos Castilho se especializou em jornalismo pela internet e comunicação *on-line*. É colaborador permanente do programa Observatório da Imprensa e do Instituto Fernando Henrique Cardoso.

**Patrícia Maurício** é professora do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio, mestre em Comunicação e Cultura pela UFRJ (com a dissertação *O jornalismo econômico em jornal no Rio de Janeiro*), trabalhou como repórter de economia nas redações de O Globo e O Dia, e cobrindo economia e também política na Rádio Jornal do Brasil AM, Rádio MEC e Panorama FM (programa Panorama Brasil). Foi também pauteira no jornalismo da TV Bandeirantes e no primeiro programa de TV sobre meio ambiente no Brasil, Meio Ambiente Urgente (TV Bandeirantes/produtora Azul Vídeo), entre outras atuações na área de Comunicação.



## **Apresentação**

*Ernesto Rodrigues*

“A televisão é, de certa forma, avessa ao pensamento. O fluxo de imagens sem hierarquia, a linguagem que estabelece sua sintaxe pela alternância de sensações, a ausência de silêncios; tudo isso conspira contra o pensar. O que, aliás, é justamente um dos grandes atrativos da televisão, ou seja, sua capacidade de amortecer o pensamento, fazer esquecer, alienar, é um dos principais motivos de sua enorme popularidade”.

Com estas palavras, publicadas na Folha de S. Paulo do dia 24 de julho de 2005, a colunista Bia Abramo arremata um artigo em que critica uma tentativa, para ela frustrada, do programa Fantástico, da TV Globo, de tratar do tema Filosofia. A visão da colunista em relação aos limites de profundidade da televisão, concordemos ou não com ela, é uma espécie de síntese do pensamento que, nas últimas décadas, tem dominado boa parte de nossa intelectualidade e, dentro dela, um grande contingente de jornalistas, teóricos e estudantes de Comunicação.

Os autores deste livro mostram que a televisão, ao contrário do que sugere o pressuposto – e como qualquer outro veículo de comunicação –, não nasce com pecado original. Eles demonstram que, a exemplo do que ocorreu ao longo do desenvolvimento da imprensa escrita, hoje sitiada por crises agudas de mercado e de identidade, os fatores determinantes da profundidade, do alcance e da importância histórica e cultural da televisão são, ao menos no que se refere ao jornalismo, a capacidade que os jornalistas tenham de entendê-la e utilizá-la, as condições tecnológicas que adquiram para operá-la, o grau de liberdade que conquistem para explorá-la e a criatividade que ousem ter para transformá-la.

Carlos Amorim, autor do capítulo “Travessias e travessuras de uma indústria caótica”, viveu este desafio. Estava nos *switchers* ou nas salas de comando das principais redes de TV brasileiras em muitos momentos decisivos da história recente do país e do mundo. Seu relato é uma emocionante e envolvente reconstituição de como o telejornalismo brasileiro avançou ou recuou, na hora de informar, nos últimos 20 anos. Em “De volta para o futuro”, Octavio Tostes faz uma viagem pela história do telejornalismo brasileiro e mostra o que fizeram os pioneiros e os renovadores do jornalismo de TV no país. É um retrospecto desde os tempos da TV Tupi até o início de um século no qual a tecnologia, a ciência e a globalização transformam profundamente o papel, as técnicas e a linguagem dos jornalistas da chamada mídia eletrônica.

Como egresso da imprensa escrita, procuro mostrar, no capítulo “Da pauta ao *switcher*”, que, na televisão, o jornalista aprende que o texto é, sim, um companheiro inseparável da imagem, mas obrigatoriamente discreto, contido, enxuto, coadjuvante e, de certo modo, imperceptível. E que o telejornalismo diário seria inviável, não fossem o trabalho anônimo dos produtores, a parceria obrigatória do repórter com o cinegrafista e o compromisso dos editores com o tempo e a hierarquização da notícia.

Em “Vida de repórter”, Carmem Petit mostra como é a tumultuada cobertura da televisão da vida real, nas ruas, aponta os erros jornalísticos e as responsabilidades éticas específicas a que uma equipe de TV costuma ficar exposta, alerta sobre o perigo de o telejornalismo ser refém de fontes oficiais, descreve os equívocos do chamado “repórter de manual” que “embrulha e manda” e dá dicas para um bom texto na TV.

Em “Ancoragem”, Heródoto Barbeiro decreta o fim do mito do improvisado e da verborragia, além de questionar o atual conceito brasileiro de ancoragem, lamentando o estrelismo que tende a se espalhar na categoria. Heródoto também defende a importância da naturalidade na apresentação e dá dicas importantes sobre o trabalho em equipe e a operação ao vivo.

No capítulo “O vôo solo do videojornalismo”, Luís Nachbin mergulha no mundo do chamado repórter-abelha (o profissional que

opera a câmera e também faz entrevistas), seus desafios, vantagens e limites. Nachbin também faz um alerta sobre os exageros inspirados por este modelo de telejornalismo que busca preservar a espontaneidade com o máximo de qualidade audiovisual e um mínimo de peso. Ele se posiciona na polêmica sobre se o repórter-abelha é sinônimo de encolhimento ou expansão da atividade e mostra como o mercado ainda é arredio e mal-informado sobre o videojornalismo. O autor aponta a multifuncionalidade como requisito fundamental deste modelo de trabalho. E destaca a irreversibilidade das mudanças tecnológicas introduzidas na televisão.

Em “Quem fica para contar a história?”, Rafael Freitas entra no debate sobre a extinção e a aglutinação de funções na edição em telejornalismo. Ele também faz um histórico das origens técnicas da função de editor de imagem, desde o tempo dos “apertadores de botão supervisionados por editores de texto” até a evolução tecnológica dos dias atuais e a conseqüente multiplicação do instrumental colocado à disposição dos jornalistas. Ao mesmo tempo em que prevê o fim iminente do chamado “editor de corte seco”, Rafael traça o novo perfil da função e das perspectivas que a era digital e a convergência tecnológica abrem para a profissão.

Lílian Saback, autora do capítulo “Telejornalismo local”, trata dos desafios da cobertura jornalística nas grandes cidades e, sem esquecer as lições do improviso, demonstra a necessidade absoluta de investimento e estrutura para que ela seja eficiente. Com o exemplo da cobertura da cidade do Rio de Janeiro, Lílian aborda os grandes desafios e necessidades do telejornalismo local em qualquer parte do mundo.

Em “Editoria Internacional: o mundo e nós na TV”, Lenira Alcure mostra como as redes de TV são, de certo modo, reféns das agências de notícias e de seu “olhar de Primeiro Mundo”. Ela defende, por este motivo, a necessidade de o jornalista enfrentar com determinação o desafio de buscar relevância e proporção em meio à oferta colossal de conteúdo da área internacional. Lenira também descreve o perfil, a rotina e o bê-á-bá da função de editor de internacional no telejornalismo e analisa o papel dos chamados “correspon-

dentes três em um” – aqueles jornalistas que entrevistam, operam a câmera e editam o material a ser gerado do exterior.

Jorge Pontual, em “O correspondente internacional”, mostra que correspondência internacional, nos dias de hoje, é uma atividade completamente diferente daquela que, no passado, inspirou e realizou os sonhos profissionais de muitos jornalistas. No caso dos brasileiros, significa encarar muitas dificuldades e descobrir que, além de nos ignorar, não nos levam muito a sério no exterior. Ainda assim, Pontual deixa claro que a busca de um olhar brasileiro sobre o mundo continua sendo uma aventura jornalística que nenhuma agência de notícias vai substituir.

No capítulo “O esporte na televisão”, Ricardo Pereira explica como se faz e se refaz um programa jornalístico esportivo em tempo real, ao vivo. Ele também descreve como se dá o planejamento da transmissão dos grandes eventos esportivos, revela o que acontece nos bastidores do trabalho da TV nas copas e jogos olímpicos, lembra os caprichos do fuso horário e faz uma rica radiografia da cobertura do futebol pela TV no Brasil. Trata ainda do desafio profissional e ético enfrentado pelos jornalistas de esporte quando eles estão na fronteira entre *merchandising* e o compromisso com a qualidade do conteúdo.

Roberto Wertman, em “TV digital”, mostra que esta novidade é muito mais do que um sinônimo de qualidade maior de imagem na tela. Seu impacto no mercado da comunicação e na profissão de jornalista é tão grande quanto o da convergência tecnológica. Wertman alerta que o Brasil, mais uma vez, corre o risco de pagar um alto preço não apenas por chegar atrasado a esta tecnologia, mas também pela indecisão sobre o sistema de TV digital que vai adotar.

Em “Webjornalismo: o que é notícia no mundo *on-line*”, Carlos Castilho nos ajuda a entender e assimilar o impacto da internet nas redações, fazendo um detalhado retrospecto das experiências pioneiras de jornalismo na rede, das novas linguagens e dos novos papéis dos profissionais da área. Castilho aborda e explica o nanojornalismo, a sociedade da reputação e a convergência, entre outros conceitos que estão mudando radicalmente as perspectivas e o futuro da profissão.

E Patrícia Maurício, em “Controle social do telejornalismo”, nos dá uma visão detalhada da munição jurídica armazenada silenciosamente e pronta para ser usada para intimidar ou inviabilizar o bom jornalismo. Ela também descreve a experiência britânica de controle social do telejornalismo e as regras de conduta dos jornalistas ingleses diante de desafios éticos como a cobertura de tragédias, o trato com criminosos e os incidentes fabricados pela presença da câmera. O capítulo também mostra o que dizem a Constituição, o Código Civil brasileiro, as leis relacionadas aos chamados delitos de opinião e o resto do arsenal jurídico “adormecido”. Patrícia trata ainda da experiência inédita do *ombudsman* da TV Cultura de São Paulo e da campanha dos jornalistas contra a baixaria.



# Travessias e travessuras de uma indústria caótica

*Carlos Amorim*

No mundo globalizado, a televisão se tornou o equipamento mais presente – talvez inevitável – na família moderna. Mais importante do que o fogão, quando se pode comprar comida pronta. Mais importante do que os refrigeradores, porque é possível encontrar congelados em qualquer esquina. Na história da Humanidade, nunca um aparelho foi tão desejado como objeto de consumo. Quem tem o seu, dá graças a Deus. Quem não tem, planeja como consegui-lo.

A implantação da televisão no Brasil seguiu rigorosamente o roteiro caótico da inteligência nacional. Este é um lugar onde as grandes coisas acontecem como se fossem por acaso. É assim: alguém bastante voluntarioso, quase insano, sonha com algo nunca feito e se atira num mar de sargaços. Via de regra, dá tudo errado. Ou deveria. Mas – como sabemos – Deus é brasileiro. Grande exemplo é Irineu Evangelista de Sousa, o Barão de Mauá, filho pobre de lavradores e pecuaristas portugueses do Sul. Durante o Primeiro Império, quando as regras do mercado ditavam que escravos, carne defumada, café e açúcar eram os tesouros econômicos do momento, ele se meteu a copiar a explosão industrial inglesa e fundou a primeira metalúrgica, depois um estaleiro, depois ferrovias, depois uma instituição financeira que rivalizou com o Banco do Brasil e emprestou dinheiro ao governo. Inaugurou a fase transnacional da economia de um país que impressionava pelo território e pelas belezas naturais. Desprezou as monoculturas e se projetou como empresário globalizado. Tinha

sócios ingleses, escoceses, americanos e belgas. Contra tudo e contra todos, deu tudo certo.

Em fevereiro de 1949, outro brasileiro de origens duvidosas, nascido no sertão da Paraíba, analfabeto até os 12 anos (ele aprendeu quase tudo sozinho), depois de se tornar o maior homem de comunicações abaixo do canal do Panamá, descobriu a televisão. Foi Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo. Não tinha mais de 1,60 m de altura e, no vocabulário, tinha mais palavrões do que palavras correntes. Estava em Nova York, depois de um vôo de Constellation, com quatro escalas, para conhecer a rede de rádio da poderosa NBC e a fábrica da RCA Victor, à época, a maior produtora mundial de aparelhos e transmissores. O foco do empresário era o negócio do rádio, mas teve o azar de ser apresentado ao primeiro projeto da televisão. Tudo preto e branco, mal iluminado, com áudio rachado, funcionamento a válvulas. Assis Chateaubriand enlouqueceu. Comprou a nova tecnologia para trazê-la ao Brasil por cinco milhões de dólares – um dinheiro que ele não tinha e que nem se sabe quanto valeria hoje. (Pagou uma entrada de 500 mil dólares.) Mas teve a consciência repentina de que tal empreitada o tornaria o sujeito mais poderoso do Brasil. No título brilhante de Fernando Morais – biógrafo de Chatô –, “o Rei do Brasil”. Mais poderoso do que Getúlio Vargas, em vias de voltar ao poder como o político mais populista de todos os tempos. Para comprar a tecnologia de televisão da RCA – 30 toneladas em equipamentos –, Chateaubriand emitiu títulos de seus Diários Associados. E ficou de pagar depois.

Ao voltar ao país, arrebanhou, a peso de ouro, um engenheiro da NBC, Walther Obermuller, escalado quase à força para instalar a primeira emissora de televisão, no Rio de Janeiro, capital da República. A bordo do Constellation, rumo sul, o engenheiro fez a Chateaubriand as perguntas fatídicas:

“Como está posicionado o mercado de televisão no Brasil? Quantos televisores existem no país?”

Não havia nenhum. O prócer das comunicações não tinha a menor idéia do funcionamento da televisão. Como registrou Fernando Morais, Chateaubriand respondeu confiante:

“Calma que no Brasil tudo tem solução!”

Na tarde de 18 de setembro de 1950, a TV Tupi estava no ar, sob comando artístico do baiano Dermival Costa Lima e de Cassiano Gabus Mendes, que só tinha 19 anos de idade.

Mais de 50 anos depois dessa travessura, o Brasil se tornaria o segundo maior mercado de televisão do mundo ocidental. Só Brasil e Estados Unidos, da margem esquerda do rio Jordão para cá, possuem mais de 120 milhões de pessoas vendo televisão. (Não há dados compilados sobre a Índia e a China.) Dos primeiros 200 televisores RCA contrabandeados por Assis Chateaubriand, no início da década de 50 do século passado, que foram doados a personalidades e instalados em praças públicas, aos quase 50 milhões existentes hoje, transcorre a história de uma das melhores indústrias do país. A televisão brasileira, recordista em tempo original de exibição de programas, inventora de vários formatos vencedores, movimentada perto de oito bilhões de reais em publicidade direta ou indireta todos os anos, segundo a revista *Meio&Mensagem*. Circula entre 8 e 10% do PIB brasileiro. Arrecada mais um tanto em vendas internacionais. É um fenômeno.

Desde os primeiros tempos, podemos dividir em quatro etapas o desenvolvimento da nossa televisão. Após a inauguração caótica – nem se sabe quem assistiu ao primeiro produto televisivo, um musical com traços de teatro –, vivemos um longo período vegetativo, porque não havia transmissão nacional e porque também não havia telespectadores. (Provavelmente, em nenhum país do mundo um empresário começaria um negócio com conta negativa de cinco milhões de dólares sem saber quem iria consumir seu produto.) Os anos 1950 passaram quase em branco. No prédio de 12 andares onde vivi a minha infância, em Copacabana, moravam 48 famílias. Só duas tinham televisores. Mas o velho e esperto Chateaubriand soube colocar a serviço da televisão o noticiário que publicava em seus *Diários Associados*. A TV Tupi foi precursora do telejornal. Tudo sem imagens, é claro. Apenas notas e referências. Mas o “Rei do Brasil” foi quem teve a primeira noção de rede nacional, que já aplicava às suas dezenas de jornais e emissoras de rádio. Uns reproduziam regional-

mente as informações dos outros. Dessa maneira, um leitor do Nordeste sabia como iam as coisas na Capital. Os rincões se informavam sobre o que acontecia nos centros mais desenvolvidos, no “Sul maravilhosa”. Pela mídia impressa e pelo rádio. A televisão, infelizmente, era um veículo que emitia seus sinais apenas para a Capital. E – mesmo assim – para poucos. Vale notar que a TV Tupi dos primeiros tempos era muito mais radiofônica do que propriamente televisiva. Ademais, a programação reproduzia literalmente os sucessos do rádio.

Os anos 1960 marcam uma mudança substantiva. Após o golpe militar de 1964, a Escola de Guerra das Américas, com sede na Cidade do Panamá, mantida pelos Estados Unidos no auge da Guerra Fria, orientava os governos aliados do continente a expandir suas redes de telecomunicações. A tese era a de que, no caso do Brasil, de imensas dimensões territoriais, a presença do governo central só se tornaria efetiva por meio de redes nacionais de rádio e televisão. (Tínhamos a vantagem de falar um único idioma em oito milhões de quilômetros quadrados.) A radiodifusão se apresenta como instrumento de aliança contra os inimigos da liberdade ocidental, como mecanismo de controle social, político e cultural. E – também – como fator de tele-educação, conforme os ditames da época. É dos anos 1960 a criação da Embratel, companhia estatal disposta a integrar o Brasil nesses moldes. Foi inaugurada em 16 de setembro de 1965. Em 28 de fevereiro de 1969, entra em operação a primeira estação terrestre de emissão de sinais de televisão via satélite, em Tanguá, antigo estado do Rio de Janeiro. Abriu-se a operação de satélite com uma mensagem do papa Paulo VI, ao vivo de Roma.

É do mesmo período o surgimento das primeiras redes nacionais. A infra-estrutura de transmissão da Embratel permite, pela primeira vez, que som e imagem sejam levados a todos os cantos onde houver uma antena (daquelas simples, as “espinhas de peixe”) que possa captar sinais abertos, não-codificados, semelhantes ao do rádio. Muita gente ouviu televisão em aparelhos de rádio, sem conseguir acessar as imagens. A Bandeirantes e a Globo, especialmente, entram no negócio de forma visionária. A emissora de Roberto Marinho arrecada dinheiro internacional, do grupo Time Life, e tem como

principal executivo, nos anos 1960, o americano Joseph Wallach, diretor da multinacional na Califórnia que se transferiu para o Rio de Janeiro. (Aqui era tratado carinhosamente por Joe.) É daí também o declínio das emissoras regionais, como a TV Tupi, dos Diários Associados, que vociferava contra a Globo, e as TVs Record e Excelsior. A competição contra os que tinham alcance nacional se torna desleal e economicamente desvantajosa. No caso da Globo, os capitais multinacionais fazem toda a diferença. O empresário Roberto Marinho, que já tinha uma história vitoriosa no rádio e no jornal, fez um acordo com o grupo americano por meio do qual recebia 25 milhões de dólares contra uma participação de 49% na TV Globo. Este dinheiro permitiu que a Globo construísse estúdios e um parque industrial muito avançado para os níveis da época, investindo fortemente na contratação de pessoal artístico e em programação.

Inaugurada em 26 de abril de 1965, através do Canal 4 do Rio de Janeiro, a TV Globo nascia com um avanço tecnológico que mais tarde ganharia a alcunha de “Padrão Globo de Qualidade”. Foi o dinheiro americano que permitiu dar este pulo no mercado. Num momento histórico de exacerbado nacionalismo, tanto de esquerda quanto de direita, o chamado “acordo Time Life” enfrentou um bombardeio de críticas. Bala de todo lado. Um ano depois, o senador João Calmon, atavicamente ligado a Assis Chateaubriand, conseguiu instaurar uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) no Congresso para investigar a legalidade do negócio. O relatório da CPI concluiu que o acordo violava o artigo 160 da Constituição de 1946, que vedava a estrangeiros a propriedade de meios de comunicação no Brasil. Apesar desta conclusão, a Procuradoria Geral da República e o próprio presidente militar em exercício decidiram que o negócio era legal. Mas Roberto Marinho buscava uma saída. Terminou conseguindo um empréstimo com o Citibank, avalizado pelo Banco do Estado da Guanabara (depois Banerj), e recomprou a parte dos americanos. Voltava à legalidade e impulsionava o que iria se transformar na maior rede de comunicações do país.

Na Bandeirantes, criada a partir de um grupo econômico nacional estável, do político paulista Abreu Sodré, predomina o capital

brasileiro. Sob a direção de João Saad, a emissora reivindica um espaço político e pessoal independentes. Um espaço que vai criar um monte de problemas para o regime, como, mais tarde, as campanhas pela anistia, as eleições diretas etc. Saad, de origem síria, reluta em aceitar as pressões dos militares e enfrenta a censura. Marinho e a sua TV Globo são aliados do regime, muito mais por convicção do que por qualquer outra coisa. Desde o início, o dono de O Globo apoiou – às vezes capitaneou em seu jornal – a oposição contra o presidente João Goulart. Mas Roberto Marinho não era uma unanimidade entre os militares – tinha uma incômoda mania de empregar comunistas, que para ele eram “todos bons funcionários”. Foi assim na rede de rádios, no jornal O Globo e na televisão. A viúva do empresário (ele morreu no dia 6 de agosto de 2003, perto de completar um século de vida), Lily Marinho, anotou em seu diário a frase do marido: “Ninguém mexe com os meus comunistas!” O patriarca das Organizações Globo sofreu um atentado a bomba praticado pela ultradireita radical. A mansão do Cosme Velho, bairro aristocrático do Rio de Janeiro, recebeu uma carga de dinamite, lançada sobre o telhado, em 1976. Dois empregados ficaram seriamente machucados. O filho caçula do jornalista, José Roberto, passara pelo ponto exato da explosão dois minutos antes. Se o garotão, à época com uns 17 anos, tivesse sido assassinado desta maneira vil, canalha, o Brasil poderia ter vivido o confronto que a ala militar radical tanto desejava. Nessa noite de emergências, o jornalista Roberto Marinho se comportou com uma austeridade impressionante. Sabia que não podia aceitar a provocação.

Enquanto dois carros derrapavam pelas ladeiras de paralelepípedo do Cosme Velho, se afastando da cena do crime, a redação de O Globo, na Rua Irineu Marinho 35, centro do Rio, vivia uma noite de cão. Havia seqüestrado o bispo de Nova Iguaçu, Dom Adriano Hipólito. Um carro-bomba explodira em frente ao Copacabana Palace. (Na verdade, tinham lançado dois coquetéis Molotov sobre um carro estacionado na Avenida Atlântica.) A polícia estava em polvorosa, tentando localizar o bispo e perseguindo (ou tentando identificar) quem havia lançado as bombas incendiárias. Logo chegou a infor-

mação de que tinham atacado a casa do dono do jornal. O Globo parou de imprimir a edição normal. Tudo foi jogado fora. Começava ali uma nova tiragem do jornal. Todo o pessoal foi chamado de volta. Naquela noite o Brasil pendia entre um projeto de abertura e a pressão dos porões da ditadura. Roberto Marinho, apontado pelas oposições como o inimigo número um da democracia, agiu de maneira extremamente prudente no episódio. Não exagerou o significado do atentado. Não fez questão de se mostrar. Para ele, estava tudo conforme o figurino. Roberto Marinho sabia que, em algum momento do processo de abertura, haveria uma reação direta contra ele. É difícil decifrar a coragem silenciosa daquele homem num momento tão delicado. Acho que ele tinha a visão antecipada de que algo assim iria acontecer, com certeza. O empresário não pretendia dar à “tigrada” o pretexto de um golpe dentro do golpe.

O telejornalismo, naquela loucura de regime de “concessão de serviço público a título precário”, passou ao largo dos acontecimentos. Evidentemente, num país de muitos analfabetos e poucos leitores, o que a mídia impressa publicava não chegava a causar uma comoção nacional. A televisão – ensaiando um espectro de audiência de milhões de pessoas – era o foco da censura e da pressão governamental.

Apesar de toda a truculência do período, há lugar para a imaginação e as boas idéias. Gente ansiosa por preencher as lacunas vai descobrir modos alternativos de expressão.

Em contraposição às duas redes nacionais, Bandeirantes e Globo, a TV Record de São Paulo abre um espaço alternativo, lançando nomes da intelectualidade e da arte, da música e da poesia, que vão sobreviver por um bom período, alguns perpetuados até hoje. Os festivais de música da Record, apoiados por toda a inteligência oposicionista da época, detonam uma bomba-relógio chamada contracultura. O tropicalismo é o tom da oposição. A lírica de Tom Jobim, Vinícius de Moraes, Chico Buarque, Edu Lobo, Baden Powell, Geraldo Vandré e outros abre a porta para a contestação do regime. Este é um momento em que a arte é mais forte do que a informação. O telejornalismo do período é medíocre. A peça de resistência estava

nos teleteatros e na música. Shakespeare e Bertold Brecht eram exibidos na TV.

Treze de dezembro de 1968. O AI-5 encerra a etapa. A intelectualidade se recolhe à prisão, ao exílio ou ao silêncio. A televisão passa – mais claramente – à missão de controle político e social. Acabam os festivais. Gente tão inocente quanto Caetano Veloso e Gilberto Gil passa ao rol dos inimigos do Estado. Vão-se os festivais. Vão-se os teleteatros ao vivo. Na virada dos anos 70 do século passado, o telejornalismo ganha espaço, mas como reproduzidor do sistema e do regime. Os ícones do período são o Jornal Nacional, da Globo, e o Jornal Bandeirantes – este último resistindo e fazendo algumas caretas para a ditadura. O controle da informação após o AI-5, que determinou censura prévia e outras barbaridades, sufoca irremediavelmente a notícia na televisão brasileira. Jornais independentes da mídia impressa são arrastados na lama até à falência. O ódio do regime se concentra contra o Jornal do Brasil, da condessa Pereira Carneiro, e o Correio da Manhã, dirigido por Carlos Heitor Cony. A tradicional família paulista dos Mesquita, donos do centenário Estado de S. Paulo, apesar de uma orientação absolutamente conservadora, vê desabar sobre si a fúria da censura. Mas a burguesia paulista quatrocentona arreganha os dentes para a ditadura. O Estado de S. Paulo vai se tornar símbolo da luta contra a censura. Para cada matéria cortada pelos censores, o jornal respondia com uma malcriadez: deixava espaços em branco até na primeira página, publicava receitas de bolo e versos de Camões.

Enquanto a imprensa escrita esperneava e sucumbia, a televisão aceitava a mudez. Contra os jornais, a ditadura tinha, além da censura, uma outra arma muito eficiente: aterrorizar os anunciantes, para fazê-los retirar sua publicidade, sufocando os diários. Também dificultava a importação de papel, que dependia da burocracia da Carteira de Comércio Exterior (Cacex) do Banco do Brasil. Contra a televisão, no entanto, os militares tinham poderes ainda maiores. Podiam simplesmente revogar a concessão para emitir sinais, que era a título precário. Uma espada sobre a cabeça dos empresários do setor. Mas a violência do regime – por obra do destino – desenvolve

algo surpreendente no mundo da TV: a qualidade técnica, a forma esmerada, um padrão que vai torná-la quase ímpar no mundo moderno. Como não podia tratar do conteúdo, a televisão cria formatos incomparáveis. Os telejornais, obrigados a driblar o noticiário nacional, dão ênfase ao que acontece no mundo. Os esportes aparecem com toda força e se tornam, junto com as novelas, a principal fonte comercial dos canais. Vale lembrar o “todos juntos vamos, pra frente Brasil”, da conquista do tricampeonato mundial de futebol, no governo Médici. O Jornal Nacional descobre o “boa noite”, sempre um *show* de imagens, como a se desculpar pelo conteúdo do noticiário. Belíssimos rabos de baleias, um passarinho extraordinário, um macaquinho genial. A Globo tem inclusive o Fantástico – O *Show da Vida*, um circo eletrônico espetacular, mas cuja pauta é avessa ao drama político-social nacional, impossível de relatar.

Os telejornais da época, esmagados pela mão pesada da ditadura, viram coisa secundária, apesar de conquistar tempo de programação. Vão ao ar num sanduíche de programas de entretenimento, novelas, algo bem suave, até humorísticos, criando uma fórmula que persiste até hoje. Ou seja: para dar notícias, para atrair um pouco da atenção do público, os telejornais têm sempre antes uma novela e, depois, outra novela. A fórmula, corretamente atribuída a Walter Clark e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, à época executivos de programação da Globo, sempre foi mal interpretada. Diziam os críticos: “é uma forma de esconder as notícias”. Diziam os criadores: “é a única maneira de dar notícias”. Em 1973, quando trabalhei na chefia de reportagem do Jornal Nacional, aos 19 anos, tive a medida exata da dificuldade. Chegava na emissora por volta das seis da manhã. Às sete e meia, pelo menos umas três vezes por semana, recebia um telefonema, vindo de ramal interno da TV Globo, quando o “doutor Dias”, da Censura Federal, me informava que tais assuntos não podiam ser divulgados. Eu mesmo me apresentava ao censor como “Geraldo das Neves”. Travamos, durante mais de um ano, uma relação mentirosa. Ele como “Dias”, eu como “Neves”. No entanto, apesar dos nomes fictícios, o que “Dias” ordenava, “Neves” obedecia. Responsável pela pauta diária do maior telejornal do país, não

podia fazer nada além de comunicar aos meus superiores, Armando Nogueira e Alice Maria, quais eram as restrições impostas ao Jornal Nacional. Nessa época, em homenagem ao Armando, reproduzia na pauta diária uma frase que o diretor-responsável pelo JN havia criado quando era pauteiro do Jornal do Brasil: “Não leva a vida na flauta quem vive de fazer a pauta”. Realmente, debaixo da ditadura militar, não era uma tarefa agradável. Geraldo das Neves, ou quem quer que ele fosse, poderia ser processado pela Lei de Segurança Nacional. Cadeia, exílio, silêncio.

O telejornalismo brasileiro, tão jovem como eu à época, não tinha saídas.

Nas redações, dominadas por um sentimento oposicionista (“os meus comunistas” – na expressão de Marinho), a impotência era total. Apesar de o tom dos noticiários da televisão estar focado nos esportes e nas notícias do mundo, os jornalistas faziam esforços adicionais para recheiar os telejornais. Assim, as informações locais, acidentes de trânsito ou pequenos crimes ganham manchetes. Quando se podia abocanhar um crime nas classes abastadas, como o assassinato de Ângela Diniz, ou de Cláudia Lessin Rodrigues, ou como o seqüestro de “Carlinhos”, a televisão mergulhava fundo em águas desimpedidas. Mas a política, a economia, o relacionamento do Brasil com os outros países, as questões de violações dos direitos humanos, a “tigrada” do regime militar, a tortura e as mortes só podiam ser tratados de maneira “oficial”. Quero dizer: só a versão governamental vai ao ar. Infelizmente, o telejornalismo da época é um mau exemplo de conteúdo. Os episódios da luta armada no Araguaia, por exemplo, durante este período, nunca foram noticiados na TV. Mas não há como deixar de reconhecer o esforço para afirmar o jornalismo como produto destacado na grade da televisão, o que só vai se estabelecer nos anos 1980, com a abertura de fato.

E os anos 1980 marcaram uma virada. Com o país se redemocratizando, após a anistia, com a campanha pelas diretas e a eleição de Tancredo Neves, os telejornais começam a mostrar a que vieram. Surge com força a figura do comentarista. Já há repórteres especializados em política e economia. As fontes no Congresso e no Planal-

to credenciam para a TV nomes da mídia impressa. Carlos Chagas, Joelmir Beting, Antônio Brito, Alexandre Garcia, Carlos Monforte, Fernando Mitre, só para citar alguns, despontam no cenário da informação privilegiada, que só faz acrescentar um pouco de luz aos noticiários. Mas o fato é que começou uma etapa definitiva. (Um processo tão extraordinário, que levou o jornalista Franklin Martins, um dos seqüestradores do embaixador americano Charles Elbrick, taxado de “perigoso terrorista”, a dirigir o escritório da TV Globo, em Brasília, anos depois.) Após quase 20 anos de arbítrio e violência, as comunicações no Brasil estavam nas mãos de gente patrocinada (ou aceita) pela ditadura. As grandes redes de rádio, jornais e televisões foram doadas – ou concedidas – a políticos e empresários que tinham a “ficha limpa” com o governo. Foram referendados por um congresso paciente, educado, cuidadoso, humilde, onde reinava o regime de bipartidarismo. A Aliança Renovadora Nacional (Arena) concentrava a base de sustentação política do regime. O Movimento Democrático Brasileiro (MDB) abrigava todas as oposições. Qualquer traço de contestação revolucionária já havia sido destruído. Os militares, depois de 10 anos de sucesso, entre 1964 e 1974, os tempos do “milagre brasileiro”, construído à custa do endividamento do país, procuravam uma forma segura, lenta e gradual para desmontar do poder. Os dois últimos generais-presidentes, Ernesto Geisel e João Batista Figueiredo, se comprometeram com o fim do modelo de exceção. Um ato significativo, ainda no governo Geisel, foi a retirada dos censores da redação de O Estado de S. Paulo. A imprensa escrita saltou à frente do processo de abertura, onde Jornal do Brasil e O Globo tiveram papel destacado. A televisão, tímida, veio atrás.

Em 1982, um fato novo dá impulso à abertura televisiva. O *publisher* de revistas Adolpho Bloch ganha uma concessão de televisão, arrecada o espólio da falida TV Tupi e prepara o lançamento da Rede Manchete, que vai ao ar um ano depois. À época, foi o maior investimento em tecnologia de que se teve notícia. Com o *slogan* “TV de primeira classe”, Bloch gastou 48 milhões de dólares em equipamentos, transmissores, câmeras inéditas no Brasil. Reuniu uma equipe profissional de primeira linha, da qual participei desde

o início. Aos 31 anos, eu deixava o telejornalismo local do SBT, no Rio de Janeiro, para tentar uma grande experiência de jornalismo de rede. O empresário, cujos negócios editoriais haviam prosperado no governo democrático de Juscelino Kubitschek, de quem foi um amigo inarredável até o fim, inclusive contrariando a ditadura, levou para a televisão um modelo estético e de conteúdo muito diferente do que se via na telinha. O primeiro Jornal da Manchete, que tive o prazer de pôr no ar, tinha uma reportagem de oito minutos sobre o exército vermelho da China, editada por Luiz Gleiser. Foi a TV Manchete, no programa Conexão Internacional, que exibiu a primeira entrevista de Fidel Castro no Brasil, gravada em Cuba por Fernando Barbosa Lima, Walter Salles Júnior e Roberto D'Ávila. A emissora abriu espaço para a oposição. Tancredo, Ulysses Guimarães, Fernando Henrique Cardoso e até Lula ocuparam minutos e mais minutos no canal. A TV Manchete era um sinalizador da mudança. E o público correspondeu a ela. Segundo lugar de audiência na maior parte do tempo. O mercado publicitário também aceitou bem a nova rede. Empresas estatais, como a Petrobras e o Banco do Brasil, foram os maiores clientes.

Como testemunho, posso dizer que vi o momento em que o comício pelas eleições diretas na Praça da Sé, em São Paulo, começou. A TV Globo fazia uns *flashes*<sup>1</sup> ao vivo. O repórter Ernesto Paglia relacionava a incrível multidão ao aniversário da cidade. Na sede da emissora, na Rua do Russel 804, suntuoso prédio desenhado por Oscar Niemeyer, outro dos amigos íntimos de Adolfo Bloch, na Praia do Flamengo, nós sabíamos que se tratava da maior manifestação de massas desde os protestos de 1968. Estávamos eu, Adolfo, Pedro Jack Kapeller – o Jaquito –, Mauro Costa, o diretor de jornalismo, Moysés Weltman, o diretor-geral da emissora, Rubens Furtado, o superintendente, além de outros que a memória me trai. Todos achávamos que era um momento histórico. Mas não sabíamos o que fazer

---

<sup>1</sup> Jargão jornalístico: são notas curtas sobre determinado acontecimento, apurado e transmitido praticamente no mesmo momento da sua ocorrência. Pode ser preparado para veiculação tanto no rádio quanto na televisão, com entradas durante a programação.

com as imagens que chegavam via Embratel. Era por volta das cinco da tarde. Murilo Melo Filho, consultor dos Bloch para assuntos políticos, homem de amplos contatos no meio militar, andava de um lado para outro. Num determinado momento, ele e Adolfo cruzaram um olhar rápido, porém cheio de conteúdos. Nesse mesmo segundo, aparece Oscar Bloch Sigelmann, parente e sócio no empreendimento, que circulava em Brasília em nome da companhia. Estava tomada a decisão de pôr no ar o clamor nacional. Adolfo Bloch, com um ar blasé, empurra a pequena alavanca que misturaria no controle da emissora o sinal que estava no ar (um intervalo comercial) com as imagens da Sé. Entraram em fusão, endereçadas por uma mesa de corte da Grass Valley moderníssima. Eu mesmo fiquei estarecido com o impacto. A primeira coisa que pude ouvir foram as palavras do locutor oficial da manifestação pelas diretas, o radialista Osmar Santos:

“Diretas quando?”, ele perguntou para a multidão.

“Já!”, responderam dezenas de milhares de vozes.

Parecia uma coisa editada. Parecia que fora tudo ensaiado.

Chorei durante um bom tempo. As lágrimas me corriam e não podia fazer nada para impedi-las. Era, então, o editor-chefe nacional de telejornais da TV Manchete. À minha volta, percebia uma confusão: soluços, gritos, aplausos, uma balbúrdia. No *switcher* do controle-mestre da Manchete, até o pessoal técnico estava abalado. Narizes escorriam. (Lamento muito não ter guardado o nome daquelas pessoas, principalmente daquele diretor de corte, que pode ter sido o Luís Toledo.) De repente, a gente teve a exata noção de que não estávamos só assistindo a um momento histórico, mas fazendo história. Um ou dois minutos depois do gesto quixotesco de Adolfo Bloch (posso até estar enganado sobre a decorrência do tempo), a Bandeirantes, em São Paulo, abriu imagens magníficas da manifestação popular pelas eleições diretas. A Globo exibia programação normal, talvez uma novela. A pressão das concorrentes arrastou a emissora do Jardim Botânico para uma cobertura mais ampla do evento. Na Rua do Russel, saía da minha cabeça, de repente, o mote da cobertura: “Rede Manchete, levando o Brasil a sério.”

Manchete e Bandeirantes marcaram a opção pela mudança. A Globo veio mais devagar, até que terminou se envolvendo com a grita geral pelo fim da ditadura. Roberto Marinho conhecia em detalhes os meandros do regime, e também sabia que o fim estava próximo. Ele estava pessoalmente comprometido com o processo de redemocratização, que em O Globo andava a passos mais largos. Aos poucos, a TV Globo foi adaptando a maior emissora do país aos novos tempos. Pode-se dizer qualquer coisa sobre Roberto Marinho – mas não se pode negar a ele a visão do futuro. Apesar de um tropeço monumental na cobertura das eleições de 1982, quando apurava por conta própria a votação no Rio de Janeiro, oferecendo ao público resultados diferentes das urnas (o governador eleito foi Leonel Brizola, arquiinimigo de Marinho), a TV Globo mudou quase radicalmente a partir dos eventos políticos da primeira metade dos anos 1980. Desencadeou a maior produção de que se tem notícia. Só no departamento de jornalismo, em todo o país, havia mais de 2.500 funcionários, tendo chegado a cerca de 12.500 no total da emissora. Produzia simultaneamente cinco novelas, cinco telejornais diários, pelo menos dois grandes produtos semanais de informação, o Globo Repórter e o Fantástico. Nos anos 1980 a TV Globo se afirmou como uma das maiores produtoras mundiais. Vai por aí, até cometer outro deslize irretirável, em 1989, com a polêmica edição do debate entre Lula e Collor. Até hoje se tenta explicar o inexplicável.

Naquele dia da edição do debate, eu era o responsável pelo noticiário da manhã e da tarde. Acompanhei o trabalho do editor de política do Jornal Hoje, Carlos Peixoto. Vi o resultado e aprovei para exibição. Lembro-me que o “Peixotinho” tinha sido extremamente equilibrado ao montar os trechos do debate. Depois que o telejornal foi ao ar, o chefe de redação Wianey Pinheiro, que representava o diretor Armando Nogueira no processo editorial, me ligou requisitando a fita. Ele disse:

“Vamos usar essa mesma edição no JN e no Jornal da Globo. Separa o teipe pra mim.”

Saí da emissora por volta das cinco da tarde. E não vi o que aconteceu depois. Carlos Peixoto também não viu. Bem, depois aconteceu o que até hoje é chamado de “a falsificação do debate”.

Doze anos depois do episódio polêmico, Luís Inácio Lula da Silva se tornou presidente do Brasil. Seu Partido dos Trabalhadores, o “famigerado PT”, está no governo. O mesmo partido que reunia dezenas de milhares de trabalhadores no estádio da Vila Euclides, em São Bernardo do Campo, durante as campanhas grevistas dos metalúrgicos do ABC. Na cobertura desses eventos, carros da Globo foram apedrejados e os líderes do movimento, inclusive Lula, tiveram que ocupar o microfone para explicar que os jornalistas também eram trabalhadores. As demais emissoras, especialmente a Bandeirantes, não eram recebidas com tantos ressentimentos. Alheio a toda essa turbulência, o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) de Silvio Santos crescia em silêncio. Depois de comprar os canais da TV Record no Rio de Janeiro e em São Paulo, mantidos inertes pelo empresário, o SBT expandia a rede de emissoras e se tornava a segunda maior do país. Com uma programação totalmente apartada do cenário político (apesar de um programa baba-ovo chamado “A Semana do Presidente”), Silvio Santos imitava outras televisões latino-americanas num formato de auditório, joguinhos, prêmios, *shows* inócuos. Ele, no entanto, foi o criador de um modelo incomparável de autofinanciamento da emissora, vendendo produtos próprios (móveis e eletrodomésticos das Lojas Tamacavi) e títulos premiados de capitalização (Baú da Felicidade e, depois, a Tele Sena). Os principais clientes de publicidade do SBT eram as empresas do próprio grupo. Com isso, Silvio Santos se tornou outro gigante das comunicações. Ele não era exatamente um fã de telejornais. Em todos esses anos, o único investimento considerável de Silvio Santos na área de notícias foi a contratação do âncora Boris Casoy, vindo da mídia impressa<sup>2</sup>. Foi inaugurado assim o estilo “sou eu quem está garantindo isso”, típico dos noticiários americanos, onde os apresentadores já eram há muito tempo os editores-chefes dos programas e emprestavam credibilidade pessoal à informação que ia ao ar.

---

<sup>2</sup> Em 2005, o empresário Silvio Santos voltou a investir no jornalismo, contratando Ana Paula Padrão, ex-âncora do Jornal da Globo.

Com a saída de Boris para a nova Rede Record, agora a terceira rede do país, vinculada à Igreja Universal do Reino de Deus, do bispo evangélico Edir Macedo, o jornalismo do SBT declinou até se tornar inexpressivo.

Os anos 1990 são de crescimento da indústria da televisão no Brasil, já consagrada como uma das melhores opções. Ela obtém prêmios mundiais, coleciona sucessos. A TV Globo continua envolvida na política. Na eleição de Fernando Collor de Melo, o “caçador de marajás”, há uma visível tendência de apoio. Collor confisca o dinheiro público, entra em colisão com o Congresso, assusta os aliados na mídia. Em poucos meses Roberto Marinho está na oposição e esquentava a campanha dos “caras-pintadas” e do *impeachment*. Não há palavras melhores do que as da viúva do empresário aos jornalistas. Lily de Carvalho Marinho, por ocasião do lançamento de seu livro de memórias, *Roberto & Lily*, em fins de 2004, disse uma frase cujo sentido genérico é o seguinte: “O Roberto colocou ele lá (o Collor), mas depois tirou.”

Na contramão do período anterior, foi a Globo que saiu na frente da repercussão das acusações contra o presidente Collor, iniciadas por seu irmão, Pedro, na revista *Veja*. E foi a Globo que amplificou o clamor popular contra o grupo que havia abocanhado o poder. A cobertura dos episódios que antecederam o *impeachment* foi sem precedentes. E no momento em que o Congresso se preparou para detonar o “projeto das Alagoas dos mil dias”, foi a emissora de Marinho que pontuou. Diferentemente, por exemplo, do dia 15 de janeiro de 1985, quando Tancredo Neves foi erguido à presidência pelo colégio eleitoral indireto, com 480 votos, contra 128 dados a Paulo Maluf. No voto número 344 (deputado João Cunha, PMDB-SP), que garantia a vitória de Tancredo, explodiu a comemoração. A TV Manchete deixou no ar, sem qualquer tipo de interferência de repórteres ou narradores, um coro que vinha de dentro e de fora do plenário: “Caiu, caiu a ditadura militar!” Eu estava no comando da transmissão ao vivo, dentro do melhor caminhão de externa, equipadíssimo, que havia na TV brasileira, estacionado bem ao lado do Congresso, onde estive no ar durante 36 horas. No fone de coordenação...

nação que queimava as minhas orelhas, podia ouvir a comunicação de repórteres, produtores e coordenadores da transmissão em circuito fechado. Uma balbúrdia. Tinha gente gritando. Os repórteres Roberto D'Ávila e Sérgio Gregory, que seguravam a maior parte da cobertura, choravam copiosamente, sem conseguir articular uma palavra que fosse. Soluções deles ficaram no ar um bom tempo, assim como o coro cada vez mais impressionante do “caiu, caiu a ditadura militar”. Dentro do plenário, parlamentares, convidados e jornalistas pulavam como se estivessem atrás de um trio elétrico. (Aliás, na véspera, Daniela Mercury percorrera a capital cantando “a cor dessa cidade sou eu, o canto dessa cidade é meu...”.) Via Embratel, chegava aos meus ouvidos, no fone, uma voz que gritava histérica, querendo saber: “que porra é essa?” Talvez fosse o Jaquito. Ou o Paulo Henrique Amorim, que era, então, o diretor-geral de jornalismo.

Estávamos todos hipnotizados. Ao lado das instalações da Manchete, a Bandeirantes tinha seu próprio caminhão de externa, comandado pela diretora Silvia Saad Jafet. E a Band também estava no ar, ao vivo, com a festa da incipiente democracia – logo frustrada: Tancredo Neves adoeceu mortalmente, lançando o país numa agonia que iria durar uma eternidade. Fiquei 120 dias sem voltar para casa durante a doença do presidente, cuja morte foi oficialmente anunciada em 21 de abril. Quase não tinha tempo para me alimentar, tomar banho, trocar de roupa. Um inferno. Filava cigarros. Comia sanduíches com o gosto esquisito da derrota. Coca-Cola quente. Um inferno. (Tive uma taquicardia que só passou quando cheguei ao apartamento do Rio de Janeiro e dormi dois dias.) Iniciado em Brasília no dia 14 de março, véspera da posse, o drama de Tancredo continuou, no Instituto do Coração (Incor), em São Paulo. Até que o porta-voz da Presidência, Antônio Brito, anunciou a morte do presidente.

Não me lembro de ter ouvido a coro de “caiu, caiu a ditadura militar” na TV Globo. Entretanto, o acompanhamento da doença e da morte de Tancredo Neves, na Globo, foi insuperável, dada a monumental estrutura técnica e editorial montada. Tanto foi assim que, no Jornal Nacional, o chefe de redação, Luiz Edgar de Andrade, mandou instalar uma sirene que deveria ser acionada para anunciar

a morte do presidente. Quatro horas de material pré-produzido estavam cuidadosamente organizadas para serem exibidas imediatamente. Os *scripts* (roteiros), centenas de páginas, ficavam guardados no próprio estúdio do JN. Quis o azar que um funcionário da faxina, durante a noite, achasse que aquilo tudo era papel velho e decidisse “vendê-lo a peso”. Diz a lenda que ele colocou tudo num embrulho e levou para a sua casa, na Baixada Fluminense, a mais de 40 quilômetros da emissora. Daí – a lenda continua – Luiz Edgar acionou a tal sirene... Bem, vocês podem imaginar o que aconteceu. Por sorte, num tempo em que não havia editores eletrônicos de texto e os *teleprompters*<sup>3</sup> eram manuais, em que certamente não havia *backup* de nada, tinha sido só um teste. Quando a morte de Tancredo foi de fato anunciada, a TV Globo, que recuperara a tempo todos os *scripts*, fez uma cobertura arrasadora, incluindo todas aquelas horas de material pré-produzido.

Nos últimos momentos de Fernando Collor de Melo, não houve hesitações nem trapalhadas. A estaca foi enterrada no coração do monstro sem qualquer piedade.

Mas esses mesmos anos 1990 provocaram outra mudança de rumos perigosa. Não se trata mais da questão política, a liberdade de informação já não está mais em jogo. O governo estilo “tope-tinho mineiro”, de Itamar Franco, foi até divertido. Do ponto de vista dos direitos democráticos, nada especial. Todo mundo podia dizer quase tudo, um espaço livre que só esbarrava em eventuais – e poucas – pressões de anunciantes. O Brasil mudara. Na crista da política antiinflacionária, o sociólogo Fernando Henrique Cardoso, ministro da Fazenda, desponta como candidato à sucessão. Enfrenta o indefectível Lula – e ganha. Estamos na era do Plano Real, que vai de 1994 a 2002 e que, de certa forma, continua até agora. O novo problema é a acelerada popularização do mercado. A estabilidade monetária introduzida com o Plano Real, em oito anos de governo FHC, faz com que, pela primeira vez na história do país, se venda

---

<sup>3</sup> Jargão jornalístico: monitor que exhibe ao apresentador do telejornal os textos a serem noticiados, com letras grandes e a uma velocidade sincronizada.

mais televisores do que fogões e geladeiras. Trinta e quatro milhões de novos televisores são vendidos, trazendo mais ou menos 56 milhões de novas pessoas vendo TV. Isto provoca uma mudança de conceitos para os produtores, porque representa uma nova audiência que não se formou sob o “padrão Globo de qualidade”. Surgem fenômenos como o Ratinho, o Aqui e Agora, o Cidade Alerta e outros produtos de consumo fácil. Novelas populares mexicanas atingem recordes de audiência, como o Carrossel, no SBT, com mais de 20 pontos de média no Ibope. É outra revolução e outro desafio. O impacto disto ainda não está bem delimitado.

Após 1996, quando a luta desesperada do governo FHC para manter o padrão monetário e reeleger o presidente gera uma enorme crise de divisas, surgem sinais de que algo vai mal no reino tropical. Os investimentos externos começam a decrescer. Nos dois anos seguintes, investidores nacionais também começam a procurar mercados internacionais mais favoráveis. A produção é afetada. Perto do fim do governo Fernando Henrique Cardoso, a crescente insatisfação assinala que o PT desta vez vai, “a esperança pode vencer o medo”. Está anunciada a crise no mercado da mídia. Retração do investimento publicitário. Todo mundo pisa no freio. Entre 1998 e 2000, ocorrem mais de 10 mil demissões de trabalhadores na indústria de comunicações. Nessa época, quando estava numa diretoria da Bandeirantes, acompanhei uma redução de 52% de todas as despesas. Em 2002, o mundo fica sabendo que as Organizações Globo têm dívidas na casa de bilhões de dólares. (A TV Manchete foi vendida e sucateada ainda em 1999. Sobre seus escombros aparece a Rede TV!) Tudo indica que o mundo vai acabar. O SBT, num silêncio prodigioso, segue seu caminho. Muda parte significativa da diretoria executiva da empresa, demite um terço de todos os empregados – ou mais! Entra no cenário, com força inesperada, a TV Record. Promove forte investimento em tecnologia avançada, contrata gente muito cara, enfrenta a Bandeirantes e consegue o terceiro lugar entre as redes. Há quem questione a expansão da emissora dos bispos. Há quem diga que o governo FHC virou os olhos para outro lado em troca dos votos da bancada evangélica, no episódio da mudança da

Constituição que permitiu a reeleição do presidente. Oito anos de Fernando Henrique Cardoso no poder. Na prática, a Record vive nesses anos um crescimento impressionante. Tão impressionante, que eles acreditam que vão tomar o segundo lugar, do SBT, até 2006. Na Record, o lema agora é “rumo à liderança”.

Parece que o mundo vai acabar. Mas o fim não é agora.

# De volta ao futuro

*Octavio Tostes*

Um estudante, um jornalista ou um leitor de outra área fará uma experiência curiosa se correr, do fim para o início, a fita de um documentário com os principais momentos do telejornalismo brasileiro. Começará por ver o atentado ao World Trade Center, registros esverdeados de guerras mostradas ao vivo, o assaltante com o revólver apontado para a moça na janela do ônibus 174, a dor do Brasil na morte de Ayrton Senna, jovens de caras pintadas, Lula e Collor no debate decisivo...

Quando o mergulho no tempo levar o telespectador de 2005 a épocas anteriores a seu nascimento, tudo que nesta trajetória de mais de meio século é fato, memória histórica, ganhará um ar de ficção. E se tornará fonte das surpresas que acontecem quando se relacionam imagens do passado a acontecimentos do presente: esta mulher mandando cortar o microfone de Brizola no debate dos presidenciais em 1989 na Bandeirantes não é a mesma Marília Gabriela que viveu a herdeira de um grande jornal numa novela da Globo? E não é ela também ali cara a cara com Arafat? Como era menina quando fazia matérias para um Fantástico tão antigo! Então foi mais ou menos nessa época – 1974, 1973 –, um pouco antes – 1969, 1964 –, que se seqüestraram embaixadores no Brasil e o regime militar impôs a censura?

Depois de rever a chegada do homem à Lua e se impressionar com o assassinato de um menino à queima-roupa, o estudante, o jornalista ou o leitor de outra área terá concluído um breve passeio em reverso pela história do telejornalismo brasileiro. Perceberá intrigado que os programas atuais guardam muita coisa e quase nada

em comum com seus antecessores. E descobrirá que uns e outros são parte da mesma obra, recriada todo dia por uma legião de jornalistas – entre eles os visionários fascinantes que tinham os olhos postos no futuro, no longínquo 1950 em que tudo começou.

### 1950/1964 – Quando a TV era um luxo só

O jornalista Maurício Loureiro Gama decorou o texto, olhou para a câmera e apresentou as notícias como se estivesse conversando com o público. Era terça-feira 19 de setembro de 1950 e estreava na TV Tupi, em São Paulo, o *Imagens do Dia* – primeiro telejornal do Brasil. A emissora, inaugurada um dia antes, já entrara para a história como a primeira da América Latina. E lá ficaria como o principal legado do jornalista, político e empresário Assis Chateaubriand, o Chatô, dono dos Diários Associados – então a maior cadeia de jornais e rádios do país.

Quando o telejornal saiu do ar, Chatô perguntou a Maurício.

“Com quem o senhor aprendeu a fazer televisão?”

“Por quê? Estava muito ruim?”

“Não, estava muito bom. O senhor foi a única pessoa que entendeu a televisão até hoje.”

O surpreso Maurício apenas seguiu os conselhos de uma telespectadora que o tinha visto na noite anterior no *Show na Taba*, o espetáculo de inauguração da Tupi. Ela estudara TV nos Estados Unidos, percebeu os erros do jornalista e sugeriu a ele não ler de cabeça baixa e falar para o público para não parecer “insolente”<sup>1</sup>.

Quinto país do mundo a ter televisão, atrás dos Estados Unidos, Inglaterra, Holanda e França, o Brasil precisou só de uma década e meia para entender a TV. “No começo a nossa televisão era praticamente rádio televisionado. As pessoas afirmavam: bom, tirando a imagem, é o rádio perfeito”, lembra Murilo Antunes Alves no livro *Telejornalismo – Memórias*<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Depoimento de Maurício Loureiro Gama ao especial da TV Globo sobre os 35 anos da Televisão no Brasil (1985).

<sup>2</sup> Squirra, Sebastião. *Telejornalismo Memórias 1*. São Paulo: Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes. 1997. p. 162.

Praticamente tudo que existe hoje em telejornalismo no Brasil veio do rádio ou da TV pioneira dos anos 1950. Programas policiais? Murilo fez muita ronda noturna para a Rádio Record. Telejornais locais? A TV Paulista, que depois se tornaria a Globo SP, apresentava o A Cidade Reclama já em 1953. Jogador comentando futebol? O craque Leônidas da Silva, o “Diamante Negro” da seleção, era uma das atrações do O que vai pelo mundo, na mesma Paulista.

### *Repórter Esso, o primeiro campeão*

Veio consagrado do rádio e ficou 18 anos no ar – de 1 de abril de 1952 a 31 de dezembro de 1970 – o primeiro campeão de audiência do telejornalismo brasileiro, o Repórter Esso. Lançado pela TV Tupi – RJ, teve edições regionais nos estados cobertos pelos Diários Associados e tornou famosos os rostos de seus apresentadores, em especial dois: Kalil Filho, em São Paulo, e Gontijo Teodoro, no Rio de Janeiro.

Em seu livro *Você entende de notícia*, Gontijo afirma que o Repórter Esso “deu forma e credibilidade ao rádio e ao telejornalismo no Brasil. Mas aos poucos sentiu a necessidade de ser TV e não rádio. Modificou-se, ganhou formato próprio” – notícias curtas, objetivas e sempre que possível ilustradas com imagens no melhor estilo americano da década de 1950<sup>3</sup>.

O sucesso do Repórter Esso motivou as nascentes emissoras a investirem em telejornais. Murilo Antunes Alves no Record em Notícias e José Carlos de Moraes, o Tico-tico, no Edição Extra da TV Tupi – SP levaram para a telinha a disputa pelo furo que haviam travado no rádio. Eram tempos heróicos de jornalismo feito ao vivo, com poucas imagens filmadas em preto e branco, telefones rudimentares e nenhum satélite.

A cobertura da construção de Brasília, no fim dos anos 1950, ilustra bem. Murilo mandava as imagens de avião para São Paulo. À noite, quando o jornal da Record ia ao ar, ele narra o *off*<sup>4</sup> pelo

<sup>3</sup> Citado por Mário Ferraz em *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo (memórias de um pioneiro)*. Rio de Janeiro: Edições Achiamé, 1984, p. 206.

<sup>4</sup> Jargão jornalístico: é a gravação da voz do repórter de televisão, lendo o texto da matéria. Este texto gravado é inserido juntamente com as imagens na reportagem editada.

rádio, direto de Brasília. O áudio era canalizado para o estúdio e exibido com as cenas editadas. A Tico-tico, pioneiro também nas coberturas internacionais, deve-se a introdução do videoteipe no telejornalismo brasileiro. Numa viagem ao Japão, em 1967, ele comprou um VT Sony amador que, devidamente engatilhado, enriqueceu as matérias com mais entrevistas (antes as sonoras eram feitas parcimoniosamente para não gastar os caros rolinhos de filme)<sup>5</sup>.

Apesar de precários tecnicamente, nossos primeiros telejornais registraram em 1954 a comoção popular após o suicídio do presidente Getúlio Vargas. Em 1955 a posse de Juscelino Kubitschek, o JK, e cinco anos depois a inauguração de Brasília, sua obra maior. Em 1961 a renúncia de Jânio Quadros e em 1964 o comício de João Goulart, o Jango, na Central do Brasil no Rio de Janeiro – um dos estopins da crise política que levaria ao golpe militar de 31 de março do mesmo ano (também reportado de forma contundente como se verá).

A primeira revolução formal do telejornalismo no Brasil aconteceu na TV Excelsior de São Paulo. O Show de Notícias estreou em 1962 com uma equipe de jornalistas de primeira linha, entre eles Fernando Pacheco Jordão e Vladimir Herzog, que 10 anos depois desempenhariam papel importante na resistência à censura.

Sete apresentadores, homens e mulheres, comentavam notícias e matérias especiais produzidas com equipamentos modernos. O cenário dos telejornais até então – o locutor e uma cortina ao fundo com o logotipo do patrocinador – envelheceu num instante. A inovação do Show de Notícias seria radicalizada no ano seguinte pelo Jornal de Vanguarda, também da Excelsior, mas na emissora do Rio de Janeiro.

### *Pinga-fogo, o calor da política*

Programas de entrevistas e debates marcaram o telejornalismo do início dos anos 1950 até a metade dos 1960, período de intensa mobilização política. O Brasil acabara de sair do Estado Novo (a

---

<sup>5</sup> Ribeiro, José Hamilton. *Jornalistas 1937-1997*. São Paulo: Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, 1997, p. 84-85.

ditadura de Vargas de 1937 a 1945) e vivia sob a democrática Constituição de 1946. Os programas de entrevistas eram geralmente às sextas-feiras e ficavam no ar o tempo que a conversa rendia.

Falando Francamente (Tupi – RJ) foi o pioneiro e Pinga-fogo (Tupi – SP), o de maior repercussão na década de 1960. Tinha uma bancada de perguntadores e participação do público por telefone. O entrevistado ficava no centro, formato depois retomado pelo Roda-viva da TV Cultura – SP e pelo Entrevista Coletiva, da Bandeirantes.

Armando Figueiredo, criador do Pinga-fogo, lembrou em depoimento a José Hamilton Ribeiro para o livro *Jornalistas 1937-1997* a entrevista com o dirigente comunista Luís Carlos Prestes durante o governo Jango (1961-1964), considerado esquerdista. Pressionado pelo apresentador Aurélio Campos, Prestes declarou: “o governo nós já temos. Só falta tomar o poder”<sup>6</sup>.

Preto no Branco, produzido por Fernando Barbosa Lima em 1958, na TV Rio, surpreendeu. Carlos Alberto Lofler – “um poeta que conhecia o olhar de uma câmera” segundo Barbosa Lima – criou o cenário com um fundo de céu e nuvens, uma luminária e um banco alto de bar. O entrevistado aparecia em *closes* e *big-closes* nunca antes vistos. Oswaldo Sargentelli fazia em *off* perguntas desconcertantes, com voz de trovão: “Olhe bem este rosto. Deputado Tenório Cavalcanti, o senhor vive para matar ou mata para viver?”. Tenório, o “Homem da Capa Preta”, era famoso por se valer da metralhadora Lurdinha para impor a ordem nos municípios da Baixada Fluminense, seu reduto eleitoral na periferia do Rio de Janeiro<sup>7</sup>.

Fez muito sucesso também o estilo chique e irônico das entrevistas de Silveira Sampaio, primeiro no Bate-papo (TV Paulista em 1958) e depois no SS Show na Record. O apresentador se comunicava bem com um público de elite que podia comprar televisores três vezes mais caros que o melhor rádio-vitrola (toca-discos) da época e quase do mesmo preço de um carro<sup>8</sup>. Mais popular, Jacinto Figueira

<sup>6</sup> *Idem, ibidem*, p. 82.

<sup>7</sup> Depoimento de Fernando Barbosa Lima em: Oliveira Sobrinho, José Bonifácio de. *50/50 – 50 Anos de TV no Brasil*. São Paulo: Editora Globo. 2000. p. 89.

<sup>8</sup> Priolli, Gabriel. “A Tela Pequena no Brasil Grande”. *Televisão & Vídeo*. Coleção Brasil: os anos de autoritarismo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985, p. 23.

Jr. impressionava com as entrevistas e as reportagens de O Homem do Sapato Branco, que começou na TV Cultura em 1964 e passou por várias emissoras até sair do ar em 1985, como um precursor dos programas policiais na TV.

### *Tiros no Jornal de Vanguarda*

Em 1º de abril de 1964, dia seguinte ao golpe que derrubou o presidente João Goulart, um menino de 12 anos passou em frente ao Clube Militar, no Centro do Rio, e gritou: “Jango! Jango!”. Um homem alto e magro, cabelo cortado rente, bigodes finos, deu um tiro de pistola na cabeça do garoto. A cena foi ao ar no Jornal de Vanguarda, criado por Fernando Barbosa Lima em 1963, na Excelsior – RJ, com os melhores profissionais da imprensa carioca.

Millôr Fernandes, Villas-Boas Corrêa, Newton Carlos, João Saldanha, José Ramos Tinhorão, Ana Arruda, Otto Lara Resende, Sérgio Porto, Borjalo, Cid e Célio Moreira, entre outros, trabalharam no jornal. A atriz Odete Lara, sensual, provocava políticos como se tivesse acabado de sair da cama com eles.

Com o nome inspirado em uma palavra em moda na época, o Jornal de Vanguarda recebeu na Espanha o prêmio Ondas de melhor jornal do mundo e foi tema de aulas do teórico da comunicação Marshall McLuhan. Menos de 15 anos depois de começar a fazer televisão, o Brasil já entendia o veículo.

Depois de passar por outras emissoras, para manter a independência, o telejornal acabou em 1969 por decisão da própria equipe, diante das restrições da censura reforçada pelo Ato Institucional nº 5 do regime militar, de 13 de dezembro de 1968. “Cavalo de raça a gente mata com um tiro na cabeça”, sintetizou Barbosa Lima, que só voltaria à TV 10 anos depois com a abertura política<sup>9</sup>.

Começava a noite da ditadura (1964-85), período em que nasceram três dos maiores sucessos do telejornalismo brasileiro: Jornal Nacional, Fantástico e Globo Repórter, todos da Globo. Vai enten-

---

<sup>9</sup> Lima, Fernando Barbosa. *Televisão & Vídeo, op. cit.*, p. 10.

der: como programas jornalísticos, cuja matéria-prima é a liberdade de expressão, puderam surgir justo em um dos períodos de maior restrição à liberdade de imprensa na história recente do Brasil?

### **1964/1975 – A tela cor-de-rosa do Brasil grande**

Hilton Gomes falou direto para a câmera: “O Jornal Nacional, um serviço de notícias integrando o Brasil novo, inaugura-se neste momento – imagem e som de todo o Brasil”. Ao lado na bancada, Cid Moreira acrescentou: “Dentro de instantes, para vocês, a grande escalada nacional de notícias”. Eram 15 para as 8 da noite da segunda-feira 1 de setembro de 1969<sup>10</sup>.

Seis milhões de brasileiros assistiram à histórica primeira edição de 15 minutos, exibida simultaneamente no Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba e Porto Alegre, interligadas pelo sistema de microondas da Embratel. A manchete principal informava que a junta militar formada pelos ministros do Exército, da Marinha e da Aeronáutica assumia a presidência da República em substituição ao general Costa e Silva, afastado após um derrame. O ministro da Fazenda, Delfim Netto, falou sobre o assunto, e de Porto Alegre – terra natal do presidente – veio a repercussão do Ato Institucional nº 12 que transferia o poder à junta e não ao sucessor legal, o vice-presidente civil Pedro Aleixo.

O noticiário internacional registrou a morte do campeão mundial de boxe Rocky Marciano; um golpe militar na Líbia; a chegada ao Paquistão da caravana de chineses montados em camelos na reabertura da Rota da Seda; o concurso de Miss Universo no Japão e a ameaça de greve geral de pilotos de companhias aéreas dos Estados Unidos.

Nas notícias do Brasil, aumento da gasolina; alargamento da praia de Copacabana; previsão do tempo para Vitória, Rio e Niterói; depoimento de Garrincha no processo pelo acidente em que morreu a mãe de sua mulher, a cantora Elza Soares; e o gol número 979 de Pelé que classificou a seleção para a Copa de 1970 no México.

---

<sup>10</sup> Memória Globo. *Jornal Nacional – A notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004, p. 24.

Cid Moreira anunciou para breve a integração de Brasília e de Belo Horizonte à rede do JN e concluiu: “é o Brasil ao vivo aí na sua casa”. Em seguida, disse o “boa noite” que se tornaria uma das marcas do jornal e seria repetido por ele ao longo dos 27 anos seguintes. Na comemoração da estréia, o diretor de Jornalismo, Armando Nogueira – apaixonado por aviação –, comparou a operação de colocar no ar o primeiro telejornal em rede do país à de pilotar um jato. “E o Boeing decolou”, escreveu na lauda um do *script*.

O lançamento do Jornal Nacional completou um ano decisivo para a televisão brasileira. Em 28 de fevereiro, o país entrara na era das comunicações via satélite. Direto de Roma, Hilton Gomes chamou ao vivo, com o Coliseu ao fundo, a entrevista que gravara na véspera com o Papa Paulo VI falando em português. No dia 20 de julho, um *pool* da TV Globo com a TV Tupi, ancorado pelos mesmos Hilton Gomes, Rubens Amaral, Gontijo Teodoro e Heron Domingues, mostraria também ao vivo o passo histórico do astronauta americano Neil Armstrong, primeiro homem a pisar na lua.

### *Manifesto da guerrilha no JN*

O JN foi o passo inicial de Walter Clark e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, Boni, no plano de fazer da Globo uma rede nacional de televisão. Quando o jornal estreou, os dois diretores e sua equipe pioneira já haviam desenvolvido a grade de programação, organizado os departamentos comercial e técnico, criado um departamento de análise de pesquisa de opinião para ajustar os programas ao gosto do público e montado, com criatividade e entusiasmo, a primeira emissora moderna e profissional do Brasil. Não por acaso, a Globo já em 1969 partia para conquistar a liderança nacional de audiência<sup>11</sup>.

Clark e Boni contaram com a assessoria do americano Joseph (Joe) Wallach, representante do grupo Time Life, parceiro de Roberto Marinho em um acordo polêmico que deu ao dono do jornal O

---

<sup>11</sup> Em 1969, a Globo detém 9 dos 10 programas mais assistidos no Rio de Janeiro e 3 dos 10 mais em São Paulo. Em 1971, tem os 10 mais em São Paulo, no Rio de Janeiro e em todas as praças onde chega seu sinal, com 70% do mercado brasileiro de TV. Priolli, *op. cit.*, p. 33.

Globo o capital e o *know-how* necessários para inaugurar a emissora em 26 de abril de 1965<sup>12</sup>.

Em pouco mais de um ano, o JN fulminou o Repórter Esso, até então líder absoluto de audiência e que sairia do ar em dezembro de 1970. Além do alcance da transmissão e da eficiência técnica e comercial da emissora, o noticioso da Globo tinha mais uma arma poderosa: a linguagem moderna desenvolvida pela equipe de Armando Nogueira e Alice Maria, que privilegiava o texto coloquial, as falas dos entrevistados e o som ambiente das imagens externas em oposição ao texto formal, telegráfico e ao uso comedido das imagens pelos telejornais da época.

Criada no início do governo militar, a Globo se consolidou durante o “milagre econômico” da ditadura (o crescimento e a modernização verificados entre 1968 e 1974) e teve sua imagem associada à do regime. Esta associação é descrita e analisada conforme a acuidade de pesquisadores e críticos, a ideologia de aliados e adversários políticos e o interesse de parceiros e concorrentes econômicos. Principal telejornal da emissora, o JN se tornou desde então uma referência da vida nacional, observada através do que o jornal noticiava, do que não noticiava e principalmente pela maneira como noticiava determinados assuntos. A trajetória do Jornal Nacional coleciona episódios reveladores das tensões, avanços e recuos nas relações de poder na sociedade brasileira nas últimas três décadas e meia.

Dois dias depois de o telejornal estreiar, militantes da luta armada realizam a mais bem-sucedida ação da guerrilha urbana contra o regime militar: o seqüestro do embaixador americano Charles Elbrick, para exigir a libertação de 15 presos políticos e a divulgação de um manifesto. Um constrangido Cid Moreira leu o panfleto no Jornal Nacional daquele 4 de setembro. Trinta anos, uma abertura política, uma anistia e uma eleição presidencial depois, o autor do manifesto, na época o estudante de codinome Valdir, voltaria a ocupar a tela do principal noticioso do país com a identidade verdadeira:

---

<sup>12</sup> Priolli, Gabriel, *op. cit.*, p. 32. O acordo Globo-Time Life é mencionado também por Mauro Salles, primeiro diretor de Jornalismo da TV Globo, e Boni no livro *50/50, op. cit.*, respectivamente às p. 195 e 315.

a do jornalista e comentarista político da TV Globo em Brasília, Franklin Martins<sup>13</sup>.

*Fantástico: o show da vida colorida*

“Olhe bem... preste atenção... É Fantástico, da Idade da Pedra... ao homem do plástico... o show da vida”. A vinheta com letra de Boni e música de Guto Graça Mello embalou o nascimento do Fantástico: o Show da Vida, na noite do domingo 5 de agosto de 1973. A revista eletrônica inovou radicalmente o estilo dos *shows* televisivos ao oferecer uma combinação de entretenimento e informação.

“O programa se transformou em mania nacional, assunto obrigatório das segundas-feiras, exportado para mais de 30 países e copiado por muitos mais”, lembra no livro *50/50* o jornalista José-Itamar de Freitas, que deixou as revistas *Manchete* e *Fatos & Fotos* para se juntar à equipe fundadora do Fantástico e depois dirigi-lo por 16 anos.

Ao lado de Hermano Henning, Ney Gonçalves Dias, Helena de Grammont, Odilon Coutinho, Luís Fernando Silva Pinto, Mônica Teixeira, Roberto D’Ávila e Afonso Mônaco, brilhou no Fantástico o rosto de uma repórter exclusiva, que já aparecera no *Jornal Nacional* e faria uma das mais diversificadas carreiras da televisão brasileira: Marília Gabriela (ela mesma, a atriz de novela das oito lembrada no início deste capítulo).

Na estréia do programa, Gabi – como se tornou conhecida – cobriu a missa cantada em uma praça de Brasília para comemorar o aniversário de Carmen Miranda. “Foi lindo o coro de ‘Taí, eu fiz tudo pra você gostar de mim...’”, relembra ela no livro *50/50*, onde conta também que correu o Brasil a bordo de uma perua Veraneio para fazer várias matérias especiais.

Depois de José-Itamar de Freitas, dirigiram o programa os jornalistas Carlos Amorim e Luiz Antônio Nascimento.

---

<sup>13</sup> Com informações de Inimá Simões em: “Nunca fui santa (episódios de censura e autocensura)”. Bucci, Eugênio. (org). *A TV aos 50*. 1ª reimpressão. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003, p. 72; e Gaspari, Elio. *A ditadura escancarada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002, p. 87.

### *Globo Repórter: de cinema a TV*

Diferente do Fantástico, e com a intenção de aprofundar a abordagem dos fatos, nasceu em 1971 o Globo Repórter, “descortinando os caminhos do jornalismo de investigação e de reflexão”, resume Armando Nogueira no *50/50*. Até 19, teve o nome de Globo Shell. A partir de 19, adotou o título atual e passou por diversas fases em que mudou gradativamente da linguagem de documentário de cinema para a da reportagem de televisão.

Dos primeiros programas, participaram cineastas do Cinema Novo dos anos 1960 – Paulo Gil Soares, Walter Lima Júnior e Eduardo Coutinho – e os jornalistas Luiz Lobo, Jotair Assad, Goulart de Andrade, Fernando Pacheco Jordão e Washington Novaes. Nas fases seguintes, o Globo Repórter foi feito por Bob Feith, Teresa Cavallero, Mônica Labarthe, Vanda Viveiros de Castro, Maurício Maia, Cristina Piasentini, Jorge Pontual e Sílvia Sayão. Desde os primeiros anos, quando começou como motorista, o assistente Ezequiel Santos.

### *Lindo! Tv colorida*

Globo Repórter e Fantástico surgiram em preto e branco e só passaram a ser transmitidos em cores a partir de meados da década de 1970. A implantação da cor, iniciada na televisão brasileira em 1972, consolidou o Padrão Globo de Qualidade estabelecido e executado por Boni, de sofisticação técnica levada às últimas conseqüências.

“Tudo é lindo, arrumado, brilhante, colorido, moderno”, observa o crítico Gabriel Priolli no estudo *A tela pequena no Brasil grande*. A inovação técnica dos anos 1970 foi simultânea ao que ele chama de desinfecção do vídeo: a pressão do regime, por meio de censura, multas e suspensões, para afastar da tela da Globo já líder absoluta de audiência os programas de auditório popularescos que haviam marcado a década anterior. “Tudo é limpo e no padrão de bom gosto classe média no vídeo da Globo”. A televisão brasileira – e não só a Globo, mas com esta à frente – tornava-se a tela cor-de-rosa do Brasil grande, lema da propaganda desenvolvimentista do governo militar<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> Priolli, Gabriel, *op. cit.*, p. 34-37.

No telejornalismo, este quadro é sintetizado com clareza por uma declaração do presidente Emílio Garrastazu Médici em 1973: “os noticiários que acompanho regularmente, no fim da noite, são verdadeiros tranquilizantes para mim. Vejo tanta notícia desagradável sobre a Irlanda, o Vietnã, os índios americanos, e no que respeita ao Brasil, está tudo em paz”<sup>15</sup>.

No vídeo controlado se destacaram dois defensores do governo militar: Flávio Cavalcanti e Amaral Neto. O primeiro, melodramático, condenava os opositores do regime e apoiava a repressão política em seu programa de auditório na Tupi. O segundo foi o divulgador do “Brasil maravilha”, percorrendo o país em aviões da Força Aérea para mostrar no Amaral Neto, Repórter na Globo as grandes obras do governo – rodovias como a Transamazônica, pontes e usinas hidrelétricas<sup>16</sup>.

### *Hora da Notícia, contra a censura*

Resistir à censura, testar diariamente os seus limites, foi a marca do telejornal Hora da Notícia, da TV Cultura de São Paulo, no início dos anos 1970. Fabbio Perez, ex-editor-chefe do Jornal Nacional, trabalhou também no Hora e lembra outra característica do telejornal. “Tinha sempre uma grande matéria final, numa antecipação do que aconteceria depois no Jornal Nacional, que passou a se preocupar em ter um assunto com maior profundidade no meio de suas notas e reportagens curtas de *hardnews*”. O JN adotou esta prática a partir de 1996.

O cineasta João Batista Andrade fez a maioria das reportagens especiais do Hora da Notícia com câmera direta, gravando longas entrevistas e planos-sequência para mostrar a condição dos moradores da periferia de São Paulo. “Todos os dias eu era demitido e o Fernando Pacheco Jordão (diretor de Jornalismo) tinha que ficar me segurando no jornal”, relembra João Batista<sup>17</sup>. Em 1974, Georges

---

<sup>15</sup> Simões, Inimá, *op. cit.*, p. 73.

<sup>16</sup> Priolli, Gabriel, *op. cit.*, p. 34.

<sup>17</sup> Squirra, Sebastião, *op. cit.*, p. 109.

Bourdokan e Narciso Kalili foram presos após noticiarem no Hora o surto de meningite em São Paulo, assunto proibido pela censura.

Havia embates com a censura também na Globo. “Uma luta desigual em que a arbitrariedade e a falta de senso eram a tônica”, diz Armando Nogueira no livro *Jornal Nacional – A notícia faz história* sobre o corpo-a-corpo com a polícia federal e o Serviço Nacional de Informações (SNI), nos anos de chumbo brasileiros, de 1968 a 1977<sup>18</sup>.

Uma das frentes de resistência se armou no jornalismo internacional, que consagrou a primeira geração de correspondentes da emissora – Cidinha Campos, Hélio Costa, Sandra Passarinho, Lucas Mendes e Sérgio Motta Melo, entre outros. Eles mostraram o fim de ditaduras em Portugal e na Espanha, a renúncia do presidente americano Richard Nixon após o escândalo de Watergate nos Estados Unidos, eleições na Europa e a abertura política na Argentina.

Antes mesmo de se formarem os correspondentes, o Jornal Internacional procurava desde o início dos anos 1970 explorar o noticiário dos outros países para burlar a censura. O JI era apresentado por Heron Domingues e editado por Carlos Castilho, Jorge Pontual e Sandra Passarinho. Ao comentar que o Brasil parecia uma ilha de tranqüilidade nos telejornais, o presidente Médici pelo jeito não percebeu que o mar de acontecimentos revoltos a que assistia toda noite era mostrado com a intenção deliberada de ajudar o país a refletir sobre sua própria situação.

José-Itamar de Freitas conta que teve de recorrer a doses extras de quadros de circo e matérias sobre animais no Fantástico para substituir reportagens censuradas. Os militares ameaçaram tirar o programa do ar se não fosse interrompida a série “O dia da caça”, que mostrava vitórias de pequenos contra grandes: coelho driblando onça, rato do mato escapando de águia e passarinho enganando gato. “Acharam que era uma provocação inaceitável”, relata Itamar. “E era mesmo”.

No Globo Repórter – submetido à censura prévia por ser considerado um programa da linha de *shows* e não do jornalismo, pelo ho-

---

<sup>18</sup> Memória Globo, *op. cit.*, p. 38.

rário de exibição –, João Batista de Andrade e Georges Bourdokan, vindos da TV Cultura, e Washington Novaes, do jornalismo impresso, abriam espaços com inovações de linguagem ao abordar temas ecológicos e sociais.

No JN e em outros telejornais da emissora, no Fantástico e no Globo Repórter, os jornalistas da Globo fizeram naqueles tempos sombrios o mesmo que seus colegas de jornais, revistas e outras TVs: tentaram toda sorte de recursos para informar, explorando as brechas no muro de restrições erguido pelo regime para conter a liberdade de imprensa.

Esta atitude dos jornalistas e técnicos – aliada à infra-estrutura de telecomunicações propiciada pelo regime militar, à administração eficiente da emissora e aos recursos técnicos e financeiros – completa a explicação do aparente paradoxo destes programas jornalísticos de qualidade da Globo terem surgido em plena ditadura. Do surgimento à consolidação da credibilidade do jornalismo da emissora, no entanto, atravessaram-se décadas e reveses, como se verá.

A resistência dos jornalistas ao regime teve um mártir. Vladimir Herzog – um dos editores do Hora da Notícia, da TV Cultura, e depois diretor de jornalismo da emissora – foi preso, torturado e morto em São Paulo. Sua morte no dia 25 de outubro de 1975, apresentada pelos órgãos de repressão como suicídio, foi uma das causas da demissão do comandante do II Exército, general Ednardo D’Avila Melo.

A punição ao militar representou um avanço na abertura política que os generais Ernesto Geisel e Golbery do Couto e Silva – presidente e ministro da Casa Civil do quarto governo militar (1974-79) – articularam a partir de 1974 para acabar com o regime de exceção. A abertura “lenta, gradativa e segura” de Geisel vai marcar com avanços, recuos e ambigüidades grande parte da próxima fase da história do telejornalismo brasileiro, tempo de muitas surpresas.

### **1975-85 – Efervescência na TV padrão de exportação**

No dia 27 de agosto de 1975, Cid Moreira leu no Jornal Nacional um editorial de Roberto Marinho informando que a novela Roque Santeiro – a primeira em cores do horário das oito – teria que

ser cancelada devido ao grande número de cortes determinados pela Censura Federal. A decisão deu um prejuízo de 500 mil dólares e o editorial evidenciou a existência e o modo de operação da censura do governo militar. O presidente das Organizações Globo, atento aos movimentos da abertura política, afrontava os militares.

A posição do jornalismo da Globo em relação à abertura foi marcada pelos mesmos avanços e recuos da distensão do regime. Avanços foram, entre outros, o registro da morte e da comoção popular no enterro do ex-presidente Juscelino Kubitscheck – cassado pelo regime – em agosto de 1976; a cobertura das eleições para prefeito em novembro do mesmo ano e um ao vivo no JN da invasão da PM ao campus da PUC de São Paulo para reprimir o 3º Encontro da UNE, em setembro de 1977.

Entre os recuos, a cobertura discreta das greves dos metalúrgicos do ABC lideradas por Luís Inácio Lula da Silva em 1978 e a decisão de não exibir em 1979 – por entender que ainda não havia clima – o Globo Repórter “Lula, o Metalúrgico”, em que Georges Bourdoka mostrava o novo sindicalismo brasileiro e imagens exclusivas do cerco à sede do sindicato dos metalúrgicos de São Bernardo do Campo pela polícia<sup>19</sup>.

Armando Nogueira diz em *Jornal Nacional – A notícia faz história* que a discrição na cobertura das greves era uma imposição dos militares a que a Globo cedia porque poderia ter a concessão do canal retirada pelo governo se passasse dos limites. Um ano antes, em 31 de outubro de 1978, fora censurado o Globo Repórter “Wilsinho da Galiléia”, de João Batista Andrade e Dácio Nitrini, sobre um menor infrator assassinado pela polícia de São Paulo.

A abertura teve ainda dois momentos importantes na Globo. Em setembro de 1976, durante uma viagem ao Japão, Geisel reconheceu em uma entrevista exclusiva a Geraldo Costa Manso para o Fantástico que havia restrições à liberdade no país. Um ano depois, em 1º de dezembro de 1977, o Jornal Nacional exibiria a reportagem

---

<sup>19</sup> Squirra, Sebastião, *op. cit.*, p. 68-69.

de Sérgio Motta Mello, editada por Ronan Soares, com o resumo do discurso em que o presidente anunciou o fim das leis de exceção. A vigência do Ato Institucional nº 5 terminaria dali a um ano, no dia 31 de dezembro de 1978.

### *No Abertura, a volta dos banidos*

Primeiro programa criado após o fim do AI-5, o Abertura estreou em 4 de fevereiro de 1979 na Tupi para tratar de política e cultura. Fernando Barbosa Lima – retornado do auto-exílio da TV que se impusera desde a extinção do Jornal de Vanguarda 10 anos antes – trouxe para o novo programa fórmulas bem-sucedidas do anterior.

Assim como o Vanguarda, o Abertura usou como título uma palavra em moda. A turma de bons jornalistas agora era a do Pasquim, semanário carioca de humor famoso pela resistência à ditadura. Alguns dos profissionais já haviam participado do Vanguarda – Newton Carlos, Tarcísio Hollanda, Millôr Fernandes, João Saldanha, Villas-Bôas Correa – e a eles se juntaram Ziraldo, Sérgio Cabral, Fausto Wolf, Vivi Nabuco, Marisa Raja Gabaglia, Roberto D’Ávila, o cineasta Gláuber Rocha e a atriz Norma Benguel em função semelhante à de Odete Lara no jornal da TV Excelsior – RJ.

Em plena campanha pela anistia aos exilados e presos políticos, o programa entrevistou personalidades até então malditas para o regime e que voltavam para o Brasil: o comunista Luís Carlos Prestes e os socialistas Leonel Brizola e Darcy Ribeiro, entre outros. Gláuber Rocha, com uma câmera que alternava movimentos bruscos e *big closes*, mostrou uma estética de TV diferente da comportada da Globo, que já consolidara o padrão de qualidade também no jornalismo. O Abertura saiu do ar em julho de 1980 quando a Tupi faliu, mas a linha do programa foi retomada no Canal Livre da TV Bandeirantes.

Também criado por Fernando Barbosa Lima, o Canal Livre se valeu de recursos usados anteriormente pelo realizador, como as perguntas em *off* de Oswaldo Sargentelli que tanto impressionaram o público do Preto no Branco em 1958. O programa ficou no ar de 17 de agosto de 1980 a 5 de setembro de 1983 nesta primeira fase.

Era apresentado por Roberto D'Ávila, que despontaria como um dos grandes entrevistadores da TV brasileira por abordar, com jeito e profundidade, assuntos e convidados difíceis na fase inicial da re-democratização.

Entrevistas importantes nesta época foram feitas também no Globo Revista, editado por Fabbio Perez e Ronan Soares e que ia ao ar às segundas-feiras no fim da noite. Concebido inicialmente como uma revista eletrônica, consolidou-se como programa de entrevistas de política, economia e grandes temas nacionais depois que uma edição com o empresário Antônio Ermírio de Moraes alcançou grande repercussão. Enio Pesce comandava a bancada de entrevistadores integrada por Marco Antonio Rocha, Antonio Britto e Celso Ming.

Com menos audiência que a TV Globo e um pouco menos de controle por parte do regime, as outras emissoras investiram no jornalismo para se diferenciar da televisão de Roberto Marinho. Foi o caso da Bandeirantes, cujo jornal das oito da noite era produzido já em meados dos anos 1970 com a intenção de dar tudo o que a Globo não dava. Por exemplo, a primeira posse de Lula no Sindicato dos Metalúrgicos de São Bernardo em 1975. A partir de 1979, os comentários de Joelmir Beting realçam ainda mais a diferença entre o Jornal da Bandeirantes e o JN.

Em meados da década de 1980 o Jornal da Bandeirantes passa a ser apresentado por Marília Gabriela, a ex-repórter do Fantástico que se destacará também como apresentadora dos programas Canal Livre e Cara a Cara. Neste, entrevistou líderes internacionais como o presidente líbio Muammar Khadafi, o líder palestino Yasser Arafat, o primeiro-ministro israelense Shimon Peres e o presidente cubano Fidel Castro.

### *SBT e Manchete: rumos opostos*

Com os programas O Homem do Sapato Branco e O Povo na TV, ressurgiu no início dos anos 1980 o estilo popularesco afastado da Globo na segunda metade da década de 1960, no processo de “higienização” do vídeo imposto pelo regime militar. Ambos eram duas das atrações da recém-lançada TVS, depois SBT, do apresenta-

dor Silvio Santos. Ele ganhou o canal após o governo de João Batista Figueiredo (quinto e último presidente militar, 1979-85) ter cassado a concessão da Tupi em 18 de julho de 1980 por dívidas com a previdência e corrupção.

A TVS estreou em agosto de 1981 com uma programação popular composta de *shows* de auditório reciclados da Tupi, novelas mexicanas dubladas e filmes. Em apenas um mês, a emissora alcançou o segundo lugar nacional de audiência, tornando-se desde então a única a ameaçar a liderança da Globo.

O Homem – com Jacinto Figueira Jr. – e O Povo – com Wilton Franco, Wagner Montes, Sérgio Mallandro e o mais tarde deputado federal pelo Rio de Janeiro Roberto Jefferson, entre outros, exibiam reportagens e entrevistas apelativas sobre casos de polícia e mau atendimento dos serviços públicos em bairros populares. Às críticas de que exploravam o mundo cão, Jacinto Figueira respondia que mostrava “a realidade da vida” e Wilton Franco, que seu programa levava para a TV a “essência da imprensa”, porque cada apresentador representava um veículo impresso.

A TV Manchete estreou em 5 de junho de 1983. Herdou parte dos canais dos espólios da Tupi e da Excelsior e pôs no ar uma programação totalmente oposta à da emissora de Silvio Santos. Lançou um ousado Jornal da Manchete, de uma hora e meia de duração no horário nobre, com notícias nacionais e internacionais, análise, esporte e cultura. Roberto D’Ávila apresentava o Conexão Internacional com entrevistas no exterior. Em 1986, o programa receberia o Prêmio Rei de Espanha pelo melhor conjunto de entrevistas do ano.

Em parceria com produtores independentes, a emissora exibia documentários em série como o *Nossa Amazônia*, do cineasta Cacá Diegues, com roteiro e apresentação do antropólogo Roberto da Matta, e *Xingu*, do jornalista Washington Novaes. Maurício Capovilla e depois Nelson Hoineff dirigiam o Documento Especial, programa de documentários e reportagens especiais. O Brasil se redescobria através de outros olhares além dos da Globo.

### *Ernesto Varela e o câmara Valdeci*

A efervescência dos novos olhares da produção independente, facilitada pela evolução e barateamento de câmeras e ilhas de edição de vídeo, se espraiou por outras emissoras. Em São Paulo, a Olhar Eletrônico, dos estudantes Fernando Meirelles e Marcelo Tass, inovou a linguagem de TV com o juvenil Crig-Rá e quadros para o programa de variedades Olho Mágico. Nesta revista eletrônica trabalhavam também Narciso Kalili e Caco Barcellos, um dos melhores repórteres do Brasil.

Os dois programas eram produzidos pela Abril Vídeo, parceria da editora Abril com a TV Gazeta de São Paulo. No Olho Mágico, Tass, ator, interpretava o irreverente repórter “Ernesto Varela”, que desconcertava os entrevistados com perguntas inusitadas. Meirelles, mais tarde diretor do filme *Cidade de Deus*, era o “câmera Valdeci”, que formava dupla com Tass.

A Bandeirantes também exibiu programas de produtores independentes, como o Nova Mulher, da Abril Vídeo, o Outras Palavras, do cineasta Walter Salles Júnior, e o Mocidade Independente, da TVDO.

### *Globo Rural, TV Mulher, Bom dia*

Na TV Globo surgem novos e criativos programas. Em 1980 o Globo Rural, dedicado ao homem do campo até então ignorado pela TV e ao nascente agronegócio. O programa é produzido em São Paulo pela equipe que se tornou uma das mais premiadas da televisão brasileira: Humberto Pereira, Gabriel Romeiro, Lucas Bataglin, Fabbio Perez, Olga Vasone, Benê Cavechini, e os repórteres Ivaci Matias, José Hamilton Ribeiro, Néelson Araújo, Silvia Popovic, Ana Dalla Pria e Helen Martins, entre outros.

Para explorar o horário da manhã, aproveitando o interesse pelas questões da mulher levantadas pelo movimento feminista, nasce em 1981 o TV Mulher. Marília Gabriela apresentava o programa que tinha participação de Marta Suplicy, Clodovil, Ney Gonçalves Dias e do humorista Henfil. Atrás das câmeras, Nilton Travesso, Rose Nogueira e Dina Amêndola.

No fim da década de 1970 já estreada o Bom Dia São Paulo, ensaio para a criação dos noticiários matutinos na TV brasileira e que levaria ao Bom Dia Brasil. Era um dos primeiros resultados da gestão do diretor Luiz Fernando Mercadante, que reforçara a equipe com experientes profissionais de imprensa: entre outros, Woile Guimarães, Paulo Patarra, Dante Matiussi, Raul Bastos, Wianey Pinheiro e Chico Santa Rita.

Auxiliados por Fábio Perez, Neusa Rocha, Laerte Mangini, Adalberto Bottini e as repórteres Sumika Yamazaki e Marília Gabriela – mais experientes em televisão –, estes *jornalistas de jornal* fizeram da praça de São Paulo um laboratório do telejornalismo da Globo e formaram os profissionais que se tornariam os repórteres de primeira linha da emissora: Sérgio Motta Mello, Luís Fernando Silva Pinto, Carlos Nascimento, Ernesto Paglia, Carlos Tramontina, Roberto Cabrini, Isabela Assumpção, Antônio Carlos Ferreira, Carlos Monforte e Helena de Grammont.

Esta geração de repórteres e editores paulistas, ao lado dos colegas cariocas, consolidaria no jornalismo da emissora o padrão Globo de qualidade – “conteúdo, linguagem e agilidade”, na definição de Boni. Na teledramaturgia, a qualidade rendeu à emissora em 19 o troféu Salute da Academia Nacional de Arte e Técnica de Televisão dos Estados Unidos, reconhecimento do padrão de exportação dos musicais, novelas e programas esportivos.

### *Proconsult, diretas e debates*

Em um dos debates dos candidatos a presidente nas eleições de 1989, Marília Gabriela ordenou: “cortem o microfone do engenheiro Brizola, por favor”. Foi um dos grandes momentos da apresentadora na condução dos debates eleitorais que marcaram, principalmente na Bandeirantes mas também nas outras televisões, o reencontro do Brasil com a democracia nos anos 1980. O jornalista Fernando Mirtre destacou-se como o principal organizador destes programas.

No país que havia se urbanizado explosivamente, os debates levaram o calor das campanhas políticas das ruas para a televisão e se transformaram em comícios eletrônicos. (Depois, esfriados pe-

las regras restritivas, os debates se tornaram a partir dos anos 1990 apenas mais um momento nas campanhas eleitorais controladas por publicitários).

Quando a democratização acabava de ganhar as ruas, em 1982, o engenheiro Leonel Brizola, um dos principais líderes da oposição, adversário dos militares e de Roberto Marinho, ocupou durante 30 minutos a tela da Globo para uma entrevista exclusiva. Ele havia denunciado à imprensa internacional o que considerara um complô para fraudar sua eleição ao governo do Rio de Janeiro, no primeiro pleito para governador durante o regime militar (1964-1985). O episódio ficou conhecido como caso Proconsult. Brizola venceu e, na entrevista, eximiu a Globo de responsabilidade no episódio<sup>20</sup>.

Apesar do desagravo do engenheiro, o caso – a discrepância entre os resultados parciais da Justiça Eleitoral computados pela Proconsult e divulgados pela Globo e a apuração mais rápida feita por outros veículos apontando a vantagem de Brizola – se tornou um dos três grandes desgastes sofridos pelo jornalismo da Globo durante a transição da ditadura para a democracia. Os outros dois reveses foram a cobertura da campanha pelas eleições diretas para presidente em 1984 e a edição do debate final entre Luís Inácio Lula da Silva e Fernando Collor na eleição presidencial de 1989.

No dia 25 de janeiro de 1984, Ernesto Paglia gravou a passagem de sua matéria sobre os 430 anos de São Paulo para o JN no terraço de um dos edifícios mais altos do centro da cidade, com uma lente de longo alcance. A escolha do local e do equipamento tinha duplo objetivo: mostrar bem a multidão que assistia ao comício pelas diretas e evitar a hostilidade de manifestantes contra a cobertura da Globo sobre a campanha, que consideravam muito discreta. Metade da matéria era dedicada ao comício mas o fato de tê-lo incluído entre os festejos do aniversário da cidade deu margem a críticas ao jornalismo da emissora.

Boni e Woile Guimarães, à época diretor de telejornais de rede, contam que a cobertura das diretas foi o período de pressão mais

---

<sup>20</sup> Memória Globo, *op. cit.*, p. 111. O caso Proconsult é tratado nas p. 109-119.

intensa dos militares sobre a Globo. Dia 10 de abril, data do comício de um milhão de pessoas na Candelária, no Rio, um helicóptero do Exército pairou na altura do décimo andar da sede da emissora, com uma metralhadora apontada para a sala de Roberto Irineu Marinho, então vice-presidente-executivo da empresa.

A Globo deu *flashes* do comício; nove minutos no JN; ao vivo dos discursos de Brizola e de Ulysses Guimarães (líder das diretas) durante a novela das oito; e 16 dos 21 minutos do Jornal da Globo, totalizando quase uma hora de programação. O destaque, no entanto, ficou aquém da cobertura da Bandeirantes e da Manchete, que transmitiram durante horas os comícios do Rio e de São Paulo. Descompassos como este levavam o público a gritar nas manifestações: “o povo não é bobo, abaixo a Rede Globo”<sup>21</sup>.

Em 25 de abril de 1984, numa Brasília cercada por medidas de emergência e censura – das últimas do regime militar –, o Congresso votou a emenda Dante de Oliveira que propunha o restabelecimento das eleições diretas suspensas pela ditadura. Àquela altura, diante do crescimento da campanha, a cobertura da Globo se ampliara. Na véspera, enfrentando a censura, Wianey Pinheiro coordenou uma entrada ao vivo da repórter Sônia Pompeu para mostrar o general Newton Cruz a cavalo batendo com um bastão nos carros que participavam de manifestação pelas eleições diretas.

Repórteres e apresentadores usaram adereços amarelos, cor do movimento pelas diretas. No Jornal da Globo, Leilane Neubarth leu secamente a primeira notícia: “Jornalistas protestam contra a censura [pausa] no Chile”. Jô Soares, sempre loquaz em suas participações no mesmo telejornal, ligou um cronômetro e ficou 30 segundos olhando sério para a câmera sem dizer uma palavra.

A emenda não passou por apenas 22 votos. Em 15 de janeiro de 1985, Tancredo Neves, líder do PMDB e da campanha das diretas, derrotou Paulo Maluf (PDS, candidato governista) na eleição indireta para presidente no Colégio Eleitoral do Congresso por 480

---

<sup>21</sup> *Idem, ibidem*, p. 158. A cobertura das diretas é abordada nas p. 154-171.

votos a 180. Tancredo se tornou o primeiro presidente civil depois da ditadura, mas morreu sem governar. Assumiu o vice José Sarney.

### **1985/1990: Tempos de mudança no Brasil e no mundo**

Na maratona da cobertura da morte, velório e enterro de Tancredo Neves, de 21 a 24 de abril de 1985, o pioneiro Murilo Antunes Alves falou 15 horas sem parar, de 8 da manhã até as 11 da noite na Record. “Quase bati um recorde”, conta com uma ponta de orgulho. Como ele, centenas de profissionais das emissoras que transmitiram em *pool* viveram dias de prontidão e cansaço.

Os 39 dias de agonia do presidente eleito também tiveram cobertura intensa. Do Instituto do Coração em São Paulo, Carlos Nascimento e Carlos Tramontina faziam entradas ao vivo para os telejornais de rede e locais da Globo, com atualizações dos boletins médicos. “Foi muito difícil aquela cobertura e muito dramática”, lembra Tônico Ferreira em *Jornal Nacional – A notícia faz história*. “Inesquecível pelo lado triste e pelo cansativo”. Isabela Assumpção acrescenta: “A gente tinha escalas por horário para ficar na frente do Incor. Eu peguei um turno que começava à meia-noite e ia até de manhã”.

No dia da morte de Tancredo por septicemia, foi ao ar após o Fantástico um *Jornal Nacional* especial de quase quatro horas, apresentado por Sérgio Chapelin. O sociólogo Gilberto Freyre, autor de *Casa Grande e Senzala*, e o advogado Raymundo Faoro, de *Os donos do poder* – dois dos maiores pensadores do Brasil –, deram entrevistas a Paulo Henrique Amorim sobre a importância de Tancredo Neves e o futuro do país sem ele, naquele momento crucial da transição do regime militar para a democracia.

Multidões acompanharam o cortejo fúnebre de Brasília ao município mineiro de São João del Rey, terra natal de Tancredo, transmitido ao vivo em *pool*. Comoção semelhante os brasileiros só experimentaríamos nove anos depois, em 1º de maio de 1994, quando o piloto Ayrton Senna morreu no auge da carreira depois do acidente no Grande Prêmio de San Marino, na Itália, mostrado ao vivo para todo o Brasil.

Novos mutirões informativos levariam o país a pregar o olho na tela, com a respiração suspensa. Na decretação de cada um dos quatro planos econômicos do governo Sarney – vãs tentativas de combater uma inflação que chegaria a 1038% em 1988 –, a Globo exibiu programas especiais com Paulo Henrique Amorim, Joelmir Beting, Lílian Wite Fibe e outros jornalistas entrevistando ministros para explicar as trocas de moedas – cruzeiro, cruzado, cruzado novo – e complicadas medidas econômicas heterodoxas. Surgem nesses tempos de inflação estratosférica os programas especializados em economia, como Ação e Investimento, da Bandeirantes.

Os brasileiros veriam ainda no fim dos anos 1980 reportagens especiais sobre a derrocada da União Soviética: Sílio Boccanera, Carlos Dornelles, Pedro Bial, William Waack e Paulo Francis registraram na Globo a derrubada do muro de Berlim e a queda dos regimes totalitários na Hungria, na Polônia, na Tchecoslováquia, na Bulgária e na Romênia.

### *O tiroteio do Roda Viva*

Numa década de tantas mudanças, nasce o mais importante e duradouro programa de entrevistas da TV brasileira, o Roda Viva, da TV Cultura de São Paulo. Ainda que o formato de um entrevistado e vários entrevistadores já tivesse sido usado trinta anos antes no Pinga-fogo da Tupi – SP, o Roda trouxe uma câmera do alto que tornou o eixo do programa vertical, inovando os enquadramentos. O cenário foi desenhado por Marcos Weinstock, um dos criadores do programa, ao lado de Valdir Zwetsch e Roberto de Oliveira.

A TV Cultura sempre coloca no centro do Roda Viva as personalidades mais importantes do país para um tiroteio de perguntas de jornalistas dos principais órgãos de imprensa. “Isso não é uma entrevista, é um massacre”, disse o então ministro da Justiça, Paulo Brossard, no programa de estréia em 29 de setembro de 1986.

Em 2004, o programa atingiu a maioria depois de oito apresentadores – Rodolpho Gamberini, Augusto Nunes, Jorge Escosteguy, Rodolfo Konder, Roseli Tardelli, Heródoto Barbeiro, Matinas Suzuki Jr. e Paulo Markun –, quase 1.000 entrevistas e a participação

de 2.040 entrevistadores. Paulo Markun aponta o segredo do sucesso: liberdade – “coisa muito simples e muito escassa na TV brasileira. (...) O Roda Viva é um exercício semanal de independência que só pode acontecer numa emissora pública de televisão, como a Cultura, e num regime democrático”.

### *O âncora Boris Casoy*

Para explorar a recente liberdade de expressão, o SBT lançou em 1988 o TJ Brasil com Boris Casoy, considerado o primeiro âncora do telejornalismo brasileiro (embora haja controvérsias). Marcos Wilson, então diretor de Jornalismo, diz que a intenção era conquistar prestígio e credibilidade para o jornalismo da emissora, marcado por programas popularescos – O Povo na TV e O Homem do Sapato Branco<sup>22</sup>. Boris consagrou uma virada de câmera que o enquadra de perto quando comenta uma notícia, às vezes com o bordão “isto é uma vergonha”.

O jornalista e pesquisador Sebastião Squirra afirma em *Boris Casoy – O âncora no telejornalismo brasileiro* que o apresentador foi o primeiro âncora nacional. Mas registra no mesmo trabalho e em *Telejornalismo – Memórias* que a primazia é atribuída a – ou reivindicada por – Costa Manso e Joelmir Beting pelos comentários no JN e no Jornal da Bandeirantes na década de 1970; a Carlos Monforte no Bom Dia Brasil e Carlos Nascimento no Jornal da Cultura e no SP-Já da Globo nos anos 1980 e 1990; a William Waack também na Cultura e a Rui Fernando Barbosa no Rede Televisão de Notícias – Espaço Maior (Tupi – SP, 1978) ou no Bom Dia São Paulo (Globo, 1982).

Um exame rigoroso mostra que as experiências anteriores à de Bóris foram ensaios e mesmo a atuação deste no SBT e depois na Record é uma adaptação brasileira da figura do âncora criado pelo telejornalismo americano: um profissional experiente, com o controle editorial, operacional e da equipe do programa.

---

<sup>22</sup>Squirra, Sebastião, *op. cit.*, p. 132 e 133.

*“O pior do Lula e o melhor do Collor”*

Boris, ao lado de Alexandre Garcia, Marília Gabriela e Eliakim Araújo, foi um dos mediadores do segundo debate entre os candidatos Fernando Collor e Lula no segundo turno da eleição presidencial de 1989, a primeira depois do regime militar. O encontro no dia 14 de dezembro de 1989, transmitido em *pool* pelas quatro principais emissoras de televisão do país – Globo, Bandeirantes, Manchete e SBT –, seria o motivo do terceiro grande desgaste do telejornalismo da Globo na década, depois das eleições de 1982 e das diretas em 1984.

No dia seguinte, a Globo apresentou duas edições do debate, no Jornal Hoje e no JN. A do JH, equilibrada, não refletiu corretamente a vantagem que Collor obtivera no confronto. A do JN, na tentativa de corrigir o erro, errou para o outro lado favorecendo francamente a Collor.

No livro *Jornal Nacional – A notícia faz história*, o vice-presidente das Organizações Globo e presidente do Conselho Editorial do grupo, João Roberto Marinho, admite que a edição provocou um inequívoco dano à imagem da TV Globo. Eu era editor de texto do JN, encarregado das matérias de Política, e refiz a edição exibida no JH. Em depoimento ao mesmo livro, afirmo que recebi do editor de Política, Ronald de Carvalho, a orientação para fazer uma edição com o “pior do Lula e o melhor do Collor”. E que o VT foi assistido e aprovado pelo diretor de telejornais de rede Alberico de Sousa Cruz antes de ir ao ar<sup>23</sup>.

**1990/2000 – Do Brasil para o mundo e vice-versa**

“Pára a novela, que começou a guerra”.

Geneton Moraes Neto chegou correndo à sala do controle-mestre. William Bonner, que na época apresentava o Jornal da Globo, foi para a cabine de locução. O operador interrompeu o capítulo, pôs um *slide* no ar e Bonner leu a notícia da agência espanhola EFE sobre

---

<sup>23</sup> Memória Globo, *op. cit.*, p. 220. A edição do debate entre Collor e Lula é tratada nas p. 204-224.

o ataque dos aliados a Bagdá, em 17 de janeiro de 1991. Começou assim no Brasil a cobertura da Guerra do Golfo, a primeira a mostrar ao mundo bombardeios ao vivo, registrados por câmeras de visão noturna que produziam surpreendentes imagens esverdeadas – mísseis, bombas e artilharia antiaérea riscando o céu.

Quatro meses antes, quando tropas iraquianas já ocupavam o Kuwait e o conflito se desenhava, Pedro Bial havia feito a que considera sua reportagem mais emocionante de guerra: o acampamento da construtora Mendes Júnior, uma cidade brasileira em pleno deserto. Os operários tinham construído a estrada que liga Badgá a Amã, na Jordânia, e estavam proibidos de sair do Iraque. “Foi impressionante. Todos queriam falar, o desespero e o alívio de ver alguém, o microfone da Globo”, lembra Bial em *Jornal Nacional – A notícia faz história*. Na cobertura, a Globo colocou pela primeira vez seus correspondentes falando entre si de quatro cidades do Oriente Médio.

O neozelandês Peter Arnett foi a estrela entre os jornalistas na Guerra do Golfo, com boletins ao vivo de Bagdá para a CNN (Cable News Network), que se tornou mundialmente conhecida. Bandeirantes e Manchete “cobriam” a guerra retransmitindo imagens da emissora americana, com tradução simultânea em *off*.

Lançada em 1980 em Atlanta, nos Estados Unidos, a CNN revolucionou o telejornalismo por ter sido a primeira tevê só de notícias da história. Foi também a primeira expressão vitoriosa de um fenômeno que marcaria os anos 1990: a consolidação em escala planetária da TV a cabo, paga, de programação segmentada por temas e públicos. Contribuições brasileiras a esta nova tevê mundial, Globo e Record inauguraram respectivamente em 1999 e 2000 seus canais internacionais com programação de 24 horas diárias para assinantes no exterior.

Calcadas no modelo da CNN, nasceram em 1996 no Brasil a Globonews – emissora de notícias da Globo – e, no Qatar, a Al Jazeera. Esta se tornaria uma pedra no coturno do governo George Bush em 2003, durante a invasão do Iraque para derrubar Saddam Hussein. A Al Jazeera divulgou o ponto de vista árabe sobre o conflito no Oriente Médio, raramente contemplado pela mídia americana.

*Aqui e Agora: violência e humor*

Em outubro de 1992, Isabela Assumpção e Caco Barcellos mostraram no JN evidências e depoimentos de que tinha sido um massacre a morte de 111 presos do Carandiru, em São Paulo, durante a invasão da PM para conter uma rebelião. Menos de um ano depois, Sônia Bridi reconstituiu em julho de 1993 a chacina de oito menores por soldados PMs enquanto dormiam na calçada da igreja da Candelária, no Rio de Janeiro.

Um mês e uma semana após as mortes da Candelária, Sônia, Domingos Meirelles, Sandra Moreyra e André Luiz Azevedo reportaram a chacina de Vigário Geral, favela do subúrbio carioca em que 21 pessoas foram executadas. Os assassinos, 40 homens encapuzados de um grupo de extermínio, eram em sua maioria policiais militares. Nenhum dos moradores mortos tinha antecedentes criminais.

Capturar e exibir flagrantes desta violência urbana (que no início dos anos 1990 recolocou o Brasil no noticiário internacional como um país de grave desrespeito aos direitos humanos) era a característica principal do *Aqui e Agora* – telejornal popular lançado pelo SBT em 20 de maio de 1991 e que ficou no ar durante seis anos.

O programa se inspirou no argentino *Nuevediarario* e desenvolveu uma linguagem ágil, com matérias em planos–seqüência narrados pelos repórteres, mais longas do que as de um minuto e meio dos noticiários tradicionais. Sob o comando de Marcos Wilson, Albino Castro e Luiz Mendes, o programa conquistou para o SBT audiência média de 20 pontos em 1994 (a do *Jornal Nacional* era de 40 a 45)<sup>24</sup>.

A equipe do *Aqui e Agora* reunia jornalistas com longa experiência em imprensa e televisão (Paulo Patarra, Hamilton de Almeida Filho e Neusa Rocha); repórteres de Esporte (Roberto Cabrini, Luiz Ceará e Carlos Cavalcanti) e de rádio (Gil Gomes, Celso Teixeira e César Tralli) e veteranos profissionais de televisão (Jacinto Figueira Jr., de *O Homem do Sapato Branco*). Entre as mulheres, Magdalena Bonfiglioli, Célia Seraphim e Célia Bravin.

---

<sup>24</sup> Squirra, Sebastião, *op. cit.*, p. 141.

Com Luiz Lopes de gravata borboleta apresentando o noticiário internacional em tom radiofônico; o boxeador Maguila comentando Economia; Celso Russomano com matérias de defesa do consumidor; participações do político Enéas; manchetes vibrantes escritas por Carlos Adese e vinhetas altissonantes, o telejornal tinha um quê de opereta, na definição do então diretor de Jornalismo, Marcos Wilson<sup>25</sup>.

A exibição do suicídio de uma moça que se atirou do alto de um edifício em São Paulo foi a matéria de maior repercussão do Aqui e Agora, considerado popularesco pelos críticos de TV. Apesar desta crítica, o sucesso em audiência levou outras emissoras a repetirem a fórmula (Cidade Alerta, Repórter Cidadão, Brasil Urgente), com o problema das cópias que perdem para o original. Matriz e reproduções não escaparam da armadilha do sensacionalismo, de forte apelo junto ao público por explorar os aspectos dramáticos de um fato, mas de pouca valia para ajudá-lo a compreender as causas, o contexto e o desdobramento das notícias.

#### *A explosão dos caras-pintadas*

Ao lado da violência, explodiu também nos telejornais do início da década de 1990 no Brasil a indignação contra a corrupção no governo Collor. Estudantes com as caras pintadas de verde e amarelo faziam passeatas para pedir ética na política. Um ícone deste momento é a imagem da jovem pintando o rosto do repórter Marcelo Canellas e depois a lente da câmera, numa matéria para o JN. Fernando Collor renunciou em 1992 para não sofrer *impeachment*, e foi substituído pelo vice Itamar Franco.

Em 1994, o Plano Real provocou novos mutirões informativos nos telejornais para explicar as medidas de estabilização da economia.

#### *Jornalismo investigativo na TV*

Produzida com câmera oculta, a reportagem sobre cobrança de propina por fiscais da prefeitura de São Paulo deflagrou em dezembro

---

<sup>25</sup> *Idem, ibidem*, p. 140.

de 1998 uma das principais denúncias de corrupção do telejornal local *SPTV*, exibida também no JN. Houve prisões, uma CPI que não deu em nada e a tentativa de homicídio de um líder de camelôs que denunciara o envolvimento de um deputado estadual no esquema.

O caso da máfia dos fiscais, coberto pelos repórteres Caco Barcelos, Alberto Gaspar, Valmir Salaro e Marcos Losekann, sintetiza a gestão de Evandro Carlos de Andrade na direção de Jornalismo da TV Globo. Vindo do jornal *O Globo*, ele assumiu em 1995 no lugar de Alberico de Sousa Cruz. Com ênfase em matérias investigativas e o fortalecimento da cobertura local, Evandro levou o jornalismo da Rede Globo a conquistar no Brasil redemocratizado uma credibilidade que jamais tivera tão alta.

Uma das várias medidas neste sentido foi a autorização para exibir em julho de 1995 o *Globo Repórter* “Desaparecidos de Perus”, sobre presos políticos que sumiram durante o regime militar. O programa, com reportagem de Caco Barcelos e direção de Ernesto Rodrigues, ficara engavetado durante cinco anos. Evandro fez outras mudanças: substituiu Cid Moreira e Sérgio Chapelin por William Bonner e Lilian Wite Fibe na apresentação do JN e depois Lilian por Fátima Bernardes.

Amauri Soares, na direção da TV Globo – SP, manteve a tradição da praça de ser um laboratório da emissora e criou em 1998 o dinâmico telejornal local *SPTV* – modelo depois aplicado nas mais de cem afiliadas da Globo no país. Com entradas ao vivo de pontos diferentes da cidade, o *SPTV* foi pioneiro em colocar, frente a frente na tela, moradores e autoridades para debater problemas e soluções para os serviços públicos, com mediação do âncora Carlos Tramontina, posteriormente substituído por Chico Pinheiro.

As participações ao vivo, inclusive nos telejornais de rede, aumentaram já a partir de 1990, quando Alberico de Sousa Cruz assumiu a direção de Jornalismo no lugar de Armando Nogueira. Carlos Nascimento passou a ser uma espécie de âncora móvel do JN, com entradas do local dos acontecimentos mais importantes.

Na cobertura da conferência mundial de meio ambiente Rio 92, Nascimento e Valéria Monteiro entraram do Riocentro, onde

se reuniam delegações de 178 países. Marcos Losekann mostrou em um *link* de Manaus uma onça-pintada do Batalhão de Infantaria de Selva e Chico José fez um ao vivo do fundo da baía da Guanabara.

Alberico incentivou também as matérias investigativas. Em 1993, Roberto Cabrini caçou na Europa o foragido assessor de Collor, Paulo César Farias, o PC, acusado de corrupção, e o entrevistou em Londres.

### **2000/... – A era da convergência**

Pedro Bial falou de Xangai, na China, para o Jornal Nacional de 8 de outubro de 2001 sobre a repercussão do ataque ao Afeganistão na Ásia. O repórter estreava o uso do videofone na cobertura do primeiro desdobramento do atentado de 11 de setembro de 2001 ao World Trade Center. Ernesto Paglia, enviado ao Paquistão para acompanhar a guerra, utilizou o mesmo equipamento, adotado também pelos correspondentes Caco Barcellos em Paris, Ilze Scamparini em Roma, José Roberto Burnier em Buenos Aires e Marcos Losekann em Jerusalém.

O videofone, usado também pelos correspondentes da CNN, conecta uma câmera digital a um *laptop*, onde as imagens são editadas e depois transferidas para um modem que transmite o material pela internet até a emissora. A tecnologia de TV que impressionou na Guerra do Golfo entrou nos anos 2000 ainda mais avançada, tornando o telejornalismo cada vez mais *high-tech* na operação.

Facilidades técnicas permitiram à Globo cobrir extensamente o atentado ao World Trade Center. Carlos Nascimento e Ana Paula Padrão ancoraram de São Paulo uma transmissão de seis horas com imagens da CNN e outras tevês americanas. Os correspondentes em Nova York fizeram *flashes* ao vivo e os telejornais locais e o Globo Esporte foram cancelados.

A cobertura registrou 22 pontos no Ibope, o dobro da média do horário da manhã. Histórico, o JN daquele 11 de setembro durou uma hora e estabeleceu o recorde de audiência do ano. O trabalho da Globo foi indicado ao Oscar da televisão americana, ao lado da alemã RTL e das britânicas ITN e BBC. Venceu a BBC com uma sé-

rie de reportagens sobre a tomada de Cabul, capital do Afeganistão, pelas tropas americanas.

Carlos Henrique Schroder, novo diretor de Jornalismo após a morte de Evandro Carlos de Andrade, avalia no livro *Jornal Nacional – A notícia faz história* a primeira grande cobertura de sua gestão: “Foi uma jornada histórica”, completa depois de lembrar a sucessão de fatos – um avião bateu numa torre, depois outro na segunda torre, um terceiro caiu sobre o Pentágono, as torres desabaram e o quarto jato foi ao chão na Pensilvânia.

### *Tim Lopes, repórter*

Com uma microcâmera, outro novo recurso tecnológico, Tim Lopes ganhou em 2001 o primeiro Prêmio Esso do Jornal Nacional pela reportagem “Feira das drogas”. A matéria mostrou o livre-comércio de maconha e cocaína em favelas e bairros nobres da Zona Sul do Rio – e lhe custou a vida. Menos de um ano depois, quando preparava uma reportagem sobre a ação dos traficantes nos bailes *funk*, Tim foi seqüestrado, torturado e executado pelo bando de Elias Pereira da Silva, o “Elias Maluco”.

A edição do JN em homenagem ao jornalista terminou com aplausos emocionados de William Bonner, seguidos pelos de toda a redação, de pé, de luto, sob uma imensa imagem de Tim – rosto mulato risonho, cabelos e barba grisalhos de um repórter que nasceu pobre no Rio Grande do Sul e dedicou toda sua honrada carreira a denunciar injustiças e a retratar o sofrimento e as alegrias do povo brasileiro.

Dois anos antes, outro drama policial – transmitido ao vivo pela Globonews – chocara o país. Depois de seqüestrar o ônibus da linha 174 no Rio de Janeiro e de fazer dez passageiros reféns durante quatro horas, o assaltante Sandro Nascimento tentou escapar do cerco da polícia usando a professora Geisa Gonçalves como escudo. Um soldado da PM atirou para matar o assaltante, mas atingiu a moça que levou outros dois tiros de Sandro e morreu. O bandido foi asfiziado pelos policiais a caminho do hospital.

Nesta cobertura a Globonews consolidou, quatro anos depois de criada, o perfil de canal de notícias que interrompe a programação para transmitir um fato importante, como fez também no ataque ao Iraque em 2003.

O telejornalismo brasileiro ganhou em 2001 a Bandnews, canal de notícias da Band criado por Carlos Amorim e dirigido por Humberto Candil. A emissora nasceu totalmente digital na operação e foi pioneira em explorar novas mídias ao exibir seu conteúdo em telefones celulares, saguões de aeroporto e até *hall* de elevadores de edifícios comerciais de grande movimento. No dia 22 de janeiro de 2005, a Bandnews noticiou em primeira mão o seqüestro do engenheiro brasileiro João José de Vasconcellos Júnior no Iraque, com imagens da Al Jazeera capturadas diretamente do satélite.

### *O futuro digital*

A presença do sinal da Bandnews em diversas mídias é uma expressão do futuro da TV na era digital, para a qual se projeta uma convergência dos meios: os eletrodomésticos que hoje conhecemos como tevê e computador, objetos distintos, incorporariam propriedades um do outro de modo que seria possível assistir a programas de televisão na tela do computador e navegar pela internet com o controle remoto da tevê – no que seria a TV interativa, com a maior participação do telespectador.

Executivos de televisão entusiastas da interatividade dizem com frequência que a nova tecnologia permitirá à telespectadora comprar um vestido igual ao da atriz da novela no momento em que acompanha a trama. O jornalista e crítico de TV Gabriel Priolli alerta: “Aqueles que querem fazer televisão com conteúdo não podem se conformar com uma TV interativa que seja apenas uma possibilidade de comprar produtos”<sup>26</sup>.

Os equipamentos digitais vão mudar a maneira de se produzirem os programas telejornalísticos. Em vez de imagens, sonoras e passagens em fitas, todo material será colocado em servidores, dis-

---

<sup>26</sup> Citado por Luciana Bistane e Luciane Bacellar em *Jornalismo de TV*. São Paulo: Contexto, 2005, p. 117.

ponível a vários profissionais ao mesmo tempo. A edição não-linear tende a se deslocar das ilhas para os computadores dos jornalistas, com recursos que vão facilitar a correção das matérias e propiciar ganhos de qualidade.

O telejornalismo pela internet já é uma realidade no Brasil. Marília Gabriela, Lillian Witte Fibe, Mona Dorf e Paulo Henrique Amorim, estrelas do telejornalismo brasileiro, participaram no fim dos anos 1990 e início dos 2000 de programas de televisão pela internet nos portais UOL, Terra e AOL. O Jornal do Terra conta com os apresentadores Maria Lins e Milton Young e o editor-executivo Everton Constant, todos com longa experiência em televisão.

A novidade da *web* é grande, mas seus recursos, ainda limitados. Resultado: mesmo experientes em TV, os atuais pioneiros da televisão no computador apenas tateiam as possibilidades da nova mídia. Fazem TV na internet do mesmo jeito que os visionários de 1950 faziam rádio na televisão – como o aplicado Maurício Loureiro Gama, que, atento ao conselho da telespectadora, apresentou o primeiro Imagens do Dia com o texto decorado e olhou direto para a câmera para não parecer insolente.

### *A ética na máquina do tempo*

Do truque de Loureiro Gama no Imagens do Dia ao videofone de Bial no JN e o Jornal do Terra, do Milton e da Maria, o telejornalismo brasileiro evoluiu significativamente em técnica, linha editorial e estilo. A estrutura dos produtos, no entanto, é a mesma. Telejornais, revistas eletrônicas e programas de grandes reportagens ou entrevistas ainda são a mesma série de cabeças de apresentador e VTs ou entrevistados, exibidos em blocos entremeados por intervalos comerciais.

Se o jornalismo impresso precisou de 400 anos para nascer e se consolidar até enfrentar neste começo do século XXI uma crise financeira, funcional e de credibilidade capaz de levar jornais e revistas a se reinventarem, o que será do telejornalismo? Suas transformações estruturais seguirão o modelo das mudanças tecnológicas que sempre acontecem a intervalos de tempo cada vez menores?

Embora os desafios que o futuro reserva ao telejornalismo ainda não estejam claros, o presente lança a este ramo do jornalismo as mesmas questões éticas que impõe aos outros gêneros. Dois dos melhores profissionais do Brasil dedicados a conciliar prática e reflexão sobre o ofício descrevem cenários inquietantes.

Bernardo Kucinski, em *Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética*, observa que o jornalismo brasileiro tem se afastado da função de “socializar as verdades de interesse público, para tornar público o que grupos de interesse ou poderosos tentam manter como coisa privada” e se tornado cada vez mais um “jornalismo de mercado (exercido sob um) vazio ético”<sup>27</sup>.

As causas do fenômeno seriam, entre outras, a fusão entre notícia, entretenimento e consumo; a concentração da propriedade na indústria de comunicações e a mentalidade individualista do novo profissional. Para enfrentar o problema, o autor propõe reconstruir a ética que resgate o compromisso do jornalista com o interesse público.

Nilson Lage, em artigo sobre o futuro dos jornais, lembra uma verdade que se aplica ao telejornalismo. “É preciso levar em conta que textos jornalísticos destinam-se a ter papel social”, na interpretação dos acontecimentos de modo a tornar o mundo inteligível a leitores e espectadores<sup>28</sup>.

Revistos os principais momentos de 55 anos de telejornalismo brasileiro, cabe ao estudante e ao jornalista prosseguir esta obra, com técnica, apuro e princípios. E ao leitor de outra área, ao público por extensão, assistir, participar e sobretudo criticar, cobrando de jornalistas e empresas a qualidade da informação – bem indispensável à vida no mundo contemporâneo.

---

<sup>27</sup> Citado por Lima, Venício de A. no prefácio do livro *Jornalismo na Era Virtual – Ensaios sobre o Colapso da Razão Ética*, de Kucinsky, Bernardo. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo/Editora Unesp, 2005. O prefácio está disponível na edição 315 do Observatório da Imprensa, de 08/02/2005. [www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br).

<sup>28</sup> Lage, Nilson. “Que futuro há para os jornais impressos?”. Artigo publicado na edição nº 317 do *Observatório da Imprensa*, de 22/02/2005.

## Referências bibliográficas

- BARBOSA LIMA, Fernando; MACHADO, Arlindo; PRIOLLI, Gabriel. *Televisão & Vídeo*. Coleção Brasil: os anos de autoritarismo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.
- BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. *Jornalismo de TV*. São Paulo: Contexto, 2005.
- BIAL, Pedro. *Roberto Marinho*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor/Memória Globo, 2004.
- BUCCI, Eugênio et. al. *A TV aos 50*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.
- FALCÃO, Ângela; MACEDO, Cláudia; MENDES DE ALMEIDA, Candido José (orgs.). *TV ao Vivo: depoimentos*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.
- FUNDAÇÃO PADRE ANCHIETA. *Roda Viva*. Edição comemorativa dos 18 anos do programa. São Paulo: 2004.
- FERRAZ, Mário. *História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo (memórias de um pioneiro)*. Rio de Janeiro: Edições Achiamé, 1984.
- GASPARI, Elio. *A ditadura escancarada*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- \_\_\_\_\_; BUARQUE DE HOLANDA, Heloísa; VENTURA, Zuenir. *70/80: cultura em trânsito, da repressão à abertura*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- MATTOS, Sérgio. A televisão no Brasil: 50 anos de História [1950-2000]. Salvador: Editora PAS/Edições Ianamá, 2000 *apud* COUTINHO, Iluska. “Contextos apresentados para o desenvolvimento de cinco décadas da televisão Brasileira”. *PCLA*, v.2, n.3, abr-mai-jun/2001; e *apud* BORGES, Adelmo. “Janela Vertiginosa - A televisão no Brasil: 50 anos de história”. In: *A Tarde Cultural*, Salvador, 27/01/2001, p. 10.
- MEMÓRIA GLOBO. *Jornal Nacional – A notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- OLIVEIRA SOBRINHO, José Bonifácio de. *50/50 – 50 Anos de TV no Brasil*. São Paulo: Editora Globo, 2000.
- REDE GLOBO. *Jornal Nacional: 15 Anos de história*, 1984.

- RIBEIRO, José Hamilton. *Jornalistas 1937-1997*. São Paulo: Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, 1997.
- SKIDMORE, Thomas E. *Uma história do Brasil*. São Paulo: Paz e Terra, 1998.
- SQUIRRA, Sebastião. *Telejornalismo memórias 1*. São Paulo: Universidade de São Paulo, Escola de Comunicação e Artes, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Boris Casoy: o âncora no telejornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1993.



# Da pauta ao *switcher*

*Ernesto Rodrigues*

Para quem quer as emoções de uma aventura, recomendo pular este capítulo e o próximo e seguir direto para o do meu colega Luís Nachbin, sobre o que ele gosta de chamar de videojornalismo. O leitor certamente não vai perder viagem, conhecendo os segredos e desafios do vôo solo de um jornalista com sua câmera pelo mundo, especialidade de Nachbin. Se, por acaso, o interesse é pelas emoções da guerra da notícia nos telejornais diários, o chamado *hard news*, o capítulo é aqui mesmo. E está começando agora, como diriam William Bonner, Gontijo Teodoro, Cid Moreira ou Heron Domingues.

Não tratarei dos princípios e técnicas do lide e da reportagem de TV, tema sob responsabilidade, neste livro, de minha colega Carmem Petit. Pretendo tentar aprofundar um pouco o olhar sobre o universo ético, técnico e semântico específico em que atua o profissional do telejornalismo diário. Pretendo, ainda, mostrar, preferencialmente, não as semelhanças, mas as diferenças entre uma redação e uma redação de televisão aberta – aquela, feita para milhões de pessoas, todos os dias, a qualquer momento, ao vivo ou com hora marcada.

Para desvendar a equação do telejornalismo diário, é fundamental dissecar suas três instâncias fundamentais – produção, reportagem e edição – e mergulhar na alma profissional dos jornalistas que a tornam realidade todos os dias, em uma espécie de corrida de obstáculos: os produtores, os repórteres (com os cinegrafistas) e os editores (os de texto e de imagem). Entender esta equação é aprender, desde o primeiro momento, que o telejornalismo diário é, intrínseca e obrigatoriamente, um trabalho de equipe, por mais que a natureza visual e espetacular do veículo crie, para o público, a miragem de que

apenas um dos seus integrantes, o repórter, é seu único autor.

É importante informar que a citação freqüente de situações, programas e personagens da TV Globo se deve ao fato de que passei 14 dos meus 27 anos de profissão em diferentes redações da emissora. Desde já, portanto, aceito as críticas a eventuais cacochas “globais”, no texto que se segue. Ao mesmo tempo, não posso deixar de registrar o orgulho que sinto pelo conhecimento e pela experiência que adquiri ao longo do meu trabalho na emissora.

### **Produção, o braço invisível**

Quem acompanhou o noticiário da TV brasileira ao longo das duas últimas décadas não hesitaria muito em dizer quem foi o jornalista responsável pela histórica descoberta, em Londres, em 1993, do foragido Paulo César Farias, chefe do esquema de corrupção e tráfico de influência montado à sombra do governo Fernando Collor. Do mesmo modo, não seria muito difícil lembrar quem fez as primeiras revelações e mostrou os documentos e testemunhas que envolveram definitivamente o prefeito Paulo Maluf em crimes de corrupção e lavagem de dinheiro. Por outro lado, a memória e a atenção aos detalhes teriam de ser prodigiosos para que alguém, de fora das redações, lembrasse ou soubesse, por exemplo, o nome dos responsáveis por nove em cada dez dos furos jornalísticos dados, na área policial, nos últimos anos, pelo programa Fantástico, da TV Globo.

Nenhum demérito para a participação importante e decisiva do então correspondente Roberto Cabrini na localização de PC Farias. Ou do repórter César Tralli nas investigações que deixaram Paulo Maluf num beco sem saída. Nenhum desmerecimento, também, para as vozes competentes dos apresentadores Cid Moreira, Pedro Bial, Glória Maria e Zeca Camargo, responsáveis pela narração da maioria dos furos jornalísticos e das imagens sensacionais obtidas pelas chamadas “cameretas” para o Fantástico.

O fato é que o nome dos repórteres vem à memória com uma facilidade inversamente proporcional à do anonimato a que costumam ficar relegados outros jornalistas igualmente responsáveis pelos furos, do primeiro telefonema da pauta ao ponto final no texto que

vai ao ar. Caso do cinegrafista Sergio Gilz – que disparou a câmera e disfarçou a filmagem da conversa de PC Farias com Cabrini, num quarto de hotel em Londres, sem que o próprio Cabrini soubesse – e dos produtores Robinson Cerântula – que investigou a fundo os crimes de Maluf –, Tim Lopes e Eduardo Faustini – autores de uma admirável coleção de denúncias e flagrantes jornalísticos, todos revelados no Fantástico. No caso de Tim Lopes, é preciso lembrar, o reconhecimento houve, mas foi tragicamente tardio. Seguiu-se à repulsa e ao horror à sua covarde execução pelos traficantes que Tim tentava flagrar, mais uma vez, com uma daquelas “cameretas”.

Esta distorção resulta de dois pesos cujas medidas são muito mais complexas e importantes do que a discussão sobre o tamanho, o tempo de inserção e a nomenclatura dos créditos que aparecem na tela, na hora da exibição das reportagens, ou da cota de cada participante da reportagem, quando se trata de dividir um eventual prêmio de jornalismo. Nos últimos anos, aliás, na hora dos créditos e dos prêmios, o tratamento tem sido em geral justo e equilibrado para repórteres, produtores, cinegrafistas e editores, de texto e imagem. Vaidade profissional, portanto, é o menor dos problemas, no Brasil, para os jornalistas que atuam na função de produtores. O problema é outro.

### **Ilustres e desconhecidos**

Produtor, no telejornalismo brasileiro, é um jornalista que tem muita responsabilidade, pouco prestígio e salário baixo. Não há, no cotidiano deste profissional, sequer um vestígio do poder, do saldo bancário e da mística que aprendemos a admirar em *producers* que conhecemos através de Hollywood, como o personagem vivido por Al Pacino no filme *O informante* (*The Insider*), a competente reconstituição da manipulação de informações promovida pela indústria do tabaco para esconder do público os danos do cigarro à saúde. No filme, o produtor vivido por Pacino é tudo que seus homônimos brasileiros não são: rico e pleno de autonomia para decidir sobre os rumos da reportagem e o conteúdo final da edição.

Nas emissoras brasileiras, o produtor, mesmo sem charme profissional, prestígio funcional e salário, é o responsável – às vezes úni-

co e quase sempre anônimo – não apenas por aqueles momentos históricos do telejornalismo que todos sonhamos realizar, mas também pela existência diária dos programas e telejornais. Vem do trabalho diário dos produtores, principalmente deles, a garantia de que o telespectador, ao sintonizar seu telejornal preferido, não seja surpreendido com o seguinte aviso em caracteres:

“Caro telespectador, hoje, infelizmente, não temos notícias. Caso seja do seu interesse, vamos exibir uma reprise do jornal de ontem. Contamos com sua compreensão”.

Não importa: pode ser um grupo de velhinhas fazendo exercício na praia, uma exposição de artesanato que poucos se animarão a visitar, um plantão ao vivo na frente de uma delegacia – para as últimas de um caso policial sem novidades –, a enésima matéria sobre lixo reciclável ou a decisão sobre a panturrilha do craque que pode desfaltar um time importante em jogo de campeonato. Os produtores sempre acabam, para usar um jargão das redações, botando uma reportagem, um bloco ou às vezes um telejornal inteiro de pé. E isto acontece porque eles dividem, com os editores de texto, o drama de enfrentar e vencer, cronicamente, o mais previsível e implacável desafio da profissão: um dia sem novidades.

Jornal difícil, não nos esqueçamos, é em dia que não tem notícia. Principalmente na TV, diriam os produtores. Ao contrário do que acontece nos jornais, revistas e emissoras de rádio, onde um bom telefone, um gravador de voz, um bloco de anotações e uma caneta garantem a maioria das matérias, em televisão botar uma matéria de pé significa que o produtor tem de pesquisar, fazer contatos telefônicos, encontrar autoridades ou personagens dispostos a gravar entrevistas, decidir sobre locações apropriadas ao tema da reportagem, conseguir repórteres e cinegrafistas e reservar transporte. Tudo em tempo hábil para o fechamento do telejornal.

### **Preconceitos e absurdos**

A missão de preparar o terreno para repórteres, cinegrafistas e editores deixa o produtor quase sempre distante ou ausente do momento final do processo – o fechamento e a exibição da matéria.

Distância e ausência que certamente acabam facilitando o esquecimento ou a subestimação do seu papel. Pior ainda: há, nas redações e até em faculdades, quem considere os produtores de telejornalismo uma categoria à parte – para não dizer “menor”. Para essas pessoas, eles não são jornalistas completos. São produtores. Na raiz desta discriminação, além da já citada distância do momento da exibição da matéria, estão as origens da função no telejornalismo brasileiro. Elas são semelhantes às dos editores de imagem, descritas neste livro no capítulo de Rafael Freitas.

Muitos dos produtores pioneiros, como também os cinegrafistas e editores de imagem, não eram jornalistas. Não era obrigatório que fossem. Como consequência, as diferenças muitas vezes profundas de formação em relação à dos repórteres e editores foram moldando o perfil funcional, as responsabilidades e o nível salarial dos produtores ao longo dos anos. Na altura do ano 2000, porém, o perfil médio dos produtores, no que se refere à formação educacional e profissional, já era equivalente ao do “pessoal do texto”. A discriminação vem diminuindo, mas os salários não acompanharam esta mudança.

Na televisão moderna, ironicamente, são os produtores que teriam o direito de se considerar, de certo modo, uma categoria à parte – para não dizer “maior” que a dos jornalistas. Afinal, eles têm a responsabilidade operacional de dialogar com praticamente todos os outros grupos profissionais envolvidos na realização do telejornalismo. Formam o elo seguro entre a redação e as áreas de engenharia (na hora da definição de equipamentos), telecomunicações (nas coberturas ao vivo ou na geração de matérias via satélite), transportes (na logística das viagens e deslocamentos), finanças (na confecção dos orçamentos do telejornalismo), passagens e hospedagem (na montagem dos planos de viagem) e jurídico (nos contratos, providências e documentos necessários à realização de determinadas reportagens e coberturas). E ainda são jornalistas, têm o chamado olhar de jornalistas, dominam as técnicas básicas da profissão e, às vezes, têm o que nas redações costumamos chamar de “texto final”, ou seja, escrevem muito bem.

Não é por outra razão, portanto, que os produtores são interlocutores obrigatórios não apenas no planejamento prévio de cober-

turas previsíveis como as de olimpíadas, copas do mundo, eleições, festivais e outros eventos de grande repercussão, mas também na correria logística para acompanhar acontecimentos dramáticos e inesperados como, por exemplo, a morte de Ayrton Senna, em 1994, ou a catástrofe provocada pelas *tsunamis* nos países banhados pelo Oceano Índico, 10 anos depois.

Por trás, por exemplo, da histórica edição do “Jornal Nacional” de 11 de setembro de 2001 – uma grande operação da Central Globo de Jornalismo para cobrir o atentado contra as torres gêmeas do World Trade Center, em Nova York – havia produtores da emissora em Nova York, Washington, Londres, Rio, São Paulo, Brasília e outras cidades brasileiras. Por trás do planejamento e da execução de outro momento importante da TV Globo – a cobertura da reeleição do presidente americano George W. Bush, em novembro de 2004 – também havia uma grande mobilização de produtores.

É claro: as emoções de um produtor de telejornalismo são radicalmente diferentes, se compararmos, por exemplo, os cenários e demandas da cobertura do atentado ao World Trade Center, do ataque americano a Bagdá ou da festa de abertura das Olimpíadas de Atenas ao potencial de impacto das já citadas velhinhas da praia, daquela exposição de artesanato, do plantão sem novidades na frente de uma delegacia, do lixo reciclável ou da panturrilha do craque. Esses dois extremos do telejornalismo, no entanto, têm em comum o fato de serem situações em que a participação dos produtores será sempre necessária e decisiva.

### **Da urna à passarela do samba**

Na cobertura de eleições, por exemplo, a vocação e o talento logístico dos produtores são testados diariamente, do planejamento ao dia da apuração, passando pela delicada preparação dos debates e pelo quebra-cabeça operacional do acompanhamento das atividades dos candidatos, sejam eles aspirantes a uma prefeitura ou à presidência da República.

Quase sempre, antes de uma pauta política pousar na mesa dos repórteres, editores e diretores de telejornalismo, é um produ-

tor quem faz a primeira filtragem. E filtrar significa perceber, em tempo hábil, se uma informação é uma pauta jornalística legítima ou uma tentativa de instrumentalização eleitoreira. A palavra final, claro, é sempre da chefia, mas o produtor está na linha de frente, mais exatamente na primeira fronteira física e ética entre o interesse público e os interesses políticos, ideológicos, empresariais, religiosos e corporativos que são despejados diariamente em sua mesa ou em seu endereço de e-mail.

Nas horas de crise, além do senso de logística, o que conta é a agilidade. Foram produtores, por exemplo, os primeiros a correr ao dicionário para saber o que era diverticulite de Meckel – motivo da surpreendente e dramática internação hospitalar de Tancredo Neves em 14 de março de 1985, véspera de sua posse como presidente da República. Foi, não esqueçamos, um produtor – no caso, Jaime Brito – quem conseguiu a instalação, na frente do Hospital Maggiore, em Bolonha, na Itália, do link pelo qual Roberto Cabrini informou aos brasileiros, no dia primeiro de maio de 1994, que Ayrton Senna estava morto.

Foi ainda um produtor – no caso, Edson Nascimbeni, também da Globo de Londres – quem, em 1997, garantiu, literalmente no grito, entre trocas de xingamentos e empurrões com jornalistas de outros países, o *link* que permitiu ao repórter César Tralli dar, ao vivo, as informações sobre a morte da Princesa Diana, do centro de Paris, a poucos metros do túnel onde a Mercedes em que ela estava se espatifara.

Um ano antes, da sacada de um hotel próximo à Praça Vermelha, em Moscou, o correspondente William Waack dera, ao vivo, para o Jornal Nacional, durante três dias, informações atualíssimas sobre a eleição que manteria Boris Yeltsin como presidente da Federação Russa. Trabalho de produtor. Assim como em 1991, quando Carlos Dornelles, de Israel, e Silio Boccanera, da Jordânia, acompanharam, para a mesma TV Globo, a primeira invasão do Iraque.

Na cobertura do Carnaval dos anos 1980 e 1990, outro exemplo do amplo espectro de funções de um produtor de telejornalismo. Na época, as emissoras se lançavam em complexas, sofridas e exaustivas

operações jornalísticas cujo objetivo era retratar a folia ao vivo, nas principais capitais do país. Antes que todos chegassem à conclusão de que os festejos, à exceção do desfile das escolas de samba do Rio e do cortejo de trios elétricos de Salvador, eram insuportavelmente repetitivos e desinteressantes, muitos produtores penaram madrugada a fio na coordenação das entradas ao vivo, não apenas para organizar a fila de *links* à disposição dos *switchers* das emissoras, mas, em muitos casos, para atuar como editores, zelando para que os repórteres das praças respeitassem o tempo previsto, o padrão editorial de cobertura e a deixa correta, na hora de encerrar a participação. Com o tempo, esse tipo de operação se restringiria aos dias de jogos da seleção brasileira em Copa do Mundo e às festas dos vitoriosos em eleições de caráter nacional.

Como se pode concluir, detalhar o trabalho dos produtores de telejornalismo é uma tarefa que se confunde com a própria explicação de como funciona a televisão. O que confunde os leigos, porém, é o seu já citado anonimato. Não que os produtores sejam, necessariamente, um contingente exemplar de profissionais abnegados, humildes e desprovidos de qualquer vaidade. Não é bem assim. É a natureza do trabalho deles que determina o anonimato. Esta natureza é tão decisiva quanto a que desaconselha o cinegrafista a ficar aparecendo na cena que registra com sua câmera. Ou a que reserva, para os repórteres, além da responsabilidade pela estrutura da edição e do texto da matéria, a narração e a presença física em cena, ou passagem, com a qual ele enfatiza uma determinada informação.

Produtores também saem à rua, e muito, fazendo entrevistas, e geralmente apenas suas mãos aparecem em quadro, empunhando o microfone. Sua atuação principal, no entanto, é a dos bastidores, bem antes de a matéria ou do *link* ir ao ar. Um bom produtor costuma ter à mão os números de telefone de autoridades, de especialistas de plantão em todas as áreas da atividade humana – do psiquiatra conhecedor das mentes assassinas ao meteorologista que sabe tudo sobre *tsunamis* e o técnico encarregado de acionar as turbinas da hidrelétrica de Itaipu.

Também cabe muitas vezes ao produtor a descoberta de personagens para toda espécie de matéria jornalística: pais separados, inadimplentes do Imposto de Renda, ex-consumidores de drogas, fãs de hóquei sobre patins, hipocondríacos, parentes de brasileiros que vivem no Timor Leste, ex-vítimas de seqüestro e outros. Às vezes, ninguém é de ferro, ele os recruta no próprio círculo de amigos e conhecidos. Quase sempre, porém, ele tem de fazer algo que talvez seja a mais completa tradução da função: correr atrás.

### **Pauta, a passagem de bastão**

Associar a imagem de uma equipe de telejornalismo num carro, cortando às pressas ruas e avenidas, ao “início” de uma reportagem só corresponde à verdade se for um caso urgente, a cobertura de um fato novíssimo e dramático que acabou de acontecer. Em todos os outros casos – e eles são a maioria – um carro de reportagem na rua é um estágio muito mais próximo do final do que do início de uma matéria de televisão.

Antes que o motorista gire a chave da ignição, pauteiros, produtores, chefes de reportagem, editores e repórteres já se fizeram uma série de perguntas sobre a matéria. Os pauteiros provavelmente já mediram a importância e a relevância daquele assunto em relação aos outros temas oferecidos ou esperados para o dia. O produtor encarregado da matéria já escolheu, às vezes com antecedência de dias, o tipo e o número de personagens e locações. O chefe de reportagem já fez as apostas ou escolhas logísticas possíveis do dia, em função do número de assuntos a acompanhar e de equipes de telejornalismo à sua disposição. O repórter e, às vezes, o cinegrafista já receberam o *briefing*, e sabem o que e quem devem encontrar na rua. E o editor do programa ao qual se destina a matéria já passou, à chefia de reportagem, as orientações e o enfoque desejado.

Mesmo nas redações mais abastadas em estrutura e pessoal – e diferentemente do que acontece no dia-a-dia da imprensa escrita – uma equipe completa de reportagem – com repórter, cinegrafista, motorista, técnico, câmera, microfones e uma mala de iluminação – costuma ser uma preciosidade intensamente disputada por edito-

rias, programas e telejornais de uma mesma emissora. No final dos anos 1990, por exemplo, a moderna redação da TV Globo em São Paulo abrigava não mais do que 20 equipes, em média, para atender nada menos do que seis telejornais diários (Bom Dia São Paulo, SPTV Primeira Edição, Jornal Hoje, SPTV Segunda Edição, Jornal Nacional e Jornal da Globo).

Patrícia Marques e Luiz Malavolta, então chefes de reportagem do jornalismo local e de rede, respectivamente, passavam o dia à beira de se estapearem, tentando dar conta do desafio de cumprir as pautas locais e nacionais, e conciliando esta operação complexa com os acontecimentos do dia. No final da jornada, depois de muitos imprevistos – líquidos e certos em uma cidade gigantesca como São Paulo – Patrícia e Malavolta comemoravam não apenas os pequenos milagres logísticos que conseguiam materializar, mas também o fato de continuarem amigos.

### **Quem vai?**

E não basta apenas ter uma equipe. Sempre que for possível, tanto no caso das reportagens programadas com antecedência quanto na correria para cobrir acontecimentos dramáticos ou espetaculares, é preciso escolher o repórter certo. Glória Maria, por exemplo, fenômeno de duas décadas de popularidade com seu estilo risonho, otimista e abertamente des preocupado com o distanciamento jornalístico, tida como insuperável em pautas de aventura, turismo, gente e na cobertura de grandes festas e eventos, talvez não fosse a melhor escolha, por exemplo, para uma reportagem sobre uma grande crise no mercado de ações.

Do mesmo modo, Caco Barcellos, repórter que se tornou ícone do chamado jornalismo investigativo nos anos 1980 e 1990, se sentiria deslocado, por exemplo, em matéria explicativa sobre as tendências predominantes num grande evento de moda. William Waack, um ex-correspondente internacional que construiu uma imagem de sobriedade e prestígio em coberturas de política e economia, não teria muito jogo de cintura em uma reportagem de barracão, antecipando as surpresas da escola de samba Beija-Flor de Nilópolis para o Carnaval do Rio.

Nem todos chegam a construir imagens ou nichos tão marcantes. Cada redação, no entanto, tem – ou deveria ter – repórteres para todos os assuntos e situações. Até porque, diferentemente, mais uma vez, do que acontece nas redações da imprensa escrita, a imagem física, o chamado *body language*, a impostação da voz e as expressões faciais do repórter de TV formam parte inseparável da matéria que ele faz.

Um incidente hilariante ocorrido no aeroporto de Brasília, nos anos 1990, comprova esta relação. Um dos mais brilhantes repórteres que já passaram pela TV Globo estava no saguão e foi abordado por um homem que exibia no semblante aquela intimidade que todos nos permitimos com as pessoas que aparecem diariamente na tela da TV. Como se fosse um velho amigo, o homem disse, dedo apontado, cheio de certeza:

“Te conheço! Te conheço! Você é o Caco Dornelles...”

O repórter era Marcelo Canelas. O homem o confundia com dois outros competentes repórteres da TV Globo, Caco Barcellos e Carlos Dornelles. Não por acaso – e precipitações à parte – a troca de nomes acontecia com três jornalistas que tinham desenvolvido, no vídeo, características e perfis semelhantes: textos de qualidade acima da média, olhar de cronista, passagens criativas e sofisticação com a linguagem audiovisual, na edição da matéria.

Em telejornalismo, portanto, na hora de escolher um repórter, o chefe de reportagem não pode fazer a confusão que o desconhecido fez com Marcelo Canelas no saguão do aeroporto. Ele tem que agir como um técnico de futebol, que conhece cada um de seus jogadores, suas qualidades, suas fragilidades, o tipo de jogo em que são mais eficientes e os companheiros – aí incluídos os cinegrafistas, produtores e editores – com os quais ele faz as melhores, digamos assim, tabelinhas.

### **Tudo depende da encomenda**

No dia-a-dia das redações, por causa das dificuldades logísticas e estruturais típicas da TV, o repórter muitas vezes acaba sendo o último a saber – não raro, na correria a caminho do carro de reporta-

gem, na garagem da emissora – que ele foi o escolhido para determinada matéria. Daí a importância do trabalho dos produtores, quase sempre os responsáveis pelo *briefing* do repórter e do cinegrafista, com informações sobre o tema da matéria, os personagens, as locações, o horário do *deadline* e as recomendações dos editores sobre o tempo de duração e o enfoque da matéria.

Não é difícil concluir que esta circunstância, no telejornalismo diário, faz com que uma das mais festejadas qualidades do repórter seja sua rapidez de assimilação. Até porque muitos deles saem de casa para trabalhar sem saber se, horas depois, estarão na cena de um crime violento, a bordo de um helicóptero sobre uma avenida alagada ou no escritório de um economista, tentando traduzir para o português o impacto da queda do dólar nas exportações. Há *briefings* semelhantes na imprensa escrita, mas a grande diferença está no fato de que o jornal é um produto único que vai às bancas no dia seguinte. Na televisão, dependendo do programa ou do telejornal ao qual se destina a matéria, tudo precisa ser mudado em campo, durante a gravação da matéria.

Para o telejornal local, por exemplo, uma grande enchente provocada pela chuva em São Paulo é assunto forte o suficiente para mobilizar várias equipes, uma cuidando da cobertura do aguaceiro em si, outra das conseqüências no trânsito, uma terceira do atendimento aos desabrigados e uma quarta das medidas de emergência tomadas pelas autoridades. Inclua-se ainda, neste mutirão de jornalismo local, a busca de personagens fortes para ilustrar o drama da população, locais críticos que sirvam de cenário de passagens do repórter e flagrantes de salvamento e da destruição causada pela água. Toda essa operação de guerra, entretanto, pode se tornar apenas uma nota coberta com 40 segundos de imagens da enchente, se o telejornal for nacional.

Mesmo no âmbito dos chamados “telejornais de rede” há diferenças marcantes de enfoque. O Bom Dia Brasil da TV Globo, por exemplo, desenvolveu, ao longo de mais de uma década, uma linguagem e um formato que passaram a permitir – ou exigir – do repórter uma abordagem mais analítica e sofisticada dos assuntos, quaisquer que eles sejam. Os telejornais da hora do almoço como o Hoje, por

sua vez, moldados pelo perfil predominante da audiência no horário – donas-de-casa e estudantes –, sempre recomendaram reportagens cuidadosas com o caráter didático ou educativo da informação.

No caso dos telejornais do horário nobre como o Jornal Nacional, o modelo de abordagem exaustivamente perseguido é uma receita complexa que tenta misturar a inevitabilidade da notícia importante do dia com um pouco de análise e de didática. Para cada um desses “clientes”, portanto, existe um tipo de personagem, um nível de detalhamento da informação, um tempo de duração da matéria e uma linguagem a ser adotada no texto final.

Quando o “cliente” da matéria é um programa semanal como, por exemplo, o Fantástico, o Globo Repórter – ambos da TV Globo – ou o Domingo Espetacular, da Rede Record, as diferenças de postura da equipe de reportagem, na rua, são ainda mais acentuadas. Neste caso, a quantidade e a qualidade das informações, personagens, cenários e imagens necessárias aumentam na mesma proporção da profundidade e da abrangência com que o programa está abordando um determinado tema ou fato.

### **Reportagem, a hora de verdade**

O cenário era o calçadão do Copacabana Palace, no Rio de Janeiro, 5h30min da manhã de um dia qualquer do outono de 1992. Uma equipe do Fantástico registrava imagens da vida noturna do bairro, sempre na perspectiva de dois soldados de uma patrulhinha da Polícia Militar. Uma névoa fria, misturada aos primeiros raios de sol, dava um tom dourado à histórica fachada do hotel. De repente, da porta rotativa de vidro da entrada principal, surge uma mulher bonita, salto alto, bem-vestida, cambaleante e aos prantos.

Os soldados se aproximam e ela desabafa, sem conseguir conter o pranto doído e quase infantil. Era uma prostituta. Fora enganada por um cliente, um turista estrangeiro endinheirado que desaparecera na recepção do hotel, depois de se recusar a pagar a noitada que passara com ela. Os dois soldados se entreolharam, misturando impotência e descaso. O editor do Fantástico, que dirigia a equipe e acompanhava a cena de perto, mordeu o lábio inferior, olhou para

o céu cada vez mais dourado e concluiu que tinha acabado de conseguir um desfecho emocionante para aquela crônica sobre a noite de Copacabana. Quando olhou para trás, viu que não tinha. O cinegrafista estava dentro do carro, com a câmera no colo, desligada, olhando para o nada.

“Grava aqui, porra!”

O grito desesperado para que o cinegrafista voltasse ao trabalho ecoou tarde demais. Quando a câmera começou a rodar, a prostituta já não chorava e os soldados já estavam de volta à patrulhinha. O cinegrafista, depois, explicou ter achado que não era para gravar. Inútil explicação. Não ficaria bem o apresentador do “Fantástico” explicar, na hora de exibir a matéria:

“Caro telespectador, lamentavelmente, por motivos que não cabe comentar agora, não filmamos o que seria um belíssimo desfecho para esta matéria. Contamos com sua compreensão”.

Este episódio real ilustra à perfeição outra grande verdade do telejornalismo: o repórter é uma espécie de refém do cinegrafista. Precisa dialogar constantemente com ele, antes, durante e depois da realização da reportagem. Antes, para que o cinegrafista saiba com que tipo de imagem, situação, personagem ou ângulo o repórter quer contar, na hora de montar a matéria. Durante, para que um e outro saibam o que aconteceu ou está acontecendo e que mereça ser filmado ou anotado. E depois, para que um e outro garantam o melhor aproveitamento possível do que foi feito na rua, um com a câmera e outro com as palavras.

### **Fogo amigo**

As diferenças culturais e de formação ainda existem e costumam agravar as tensões da equipe em campo, mas, definitivamente, “faz o seu e não me enche o saco” não tem sido uma boa saída nem para o repórter nem para o cinegrafista, menos ainda para a emissora e o telespectador. De um lado do curto-circuito, às vezes está um cinegrafista experiente que comete o pecado fundamental de achar que já filmou tudo que poderia ser filmado.

Caso, por exemplo, de um cinegrafista brasileiro que, na cobertura das eleições de 1996 na Rússia, gabava-se do fato de aquela ser sua 14ª viagem de trabalho a Moscou e de, por este motivo, não existir nenhum lugar importante da cidade que ele não tivesse filmado. Do alto de sua arrogância e da falta de sintonia com o significado da viagem – e da cobertura – ele não percebia, na paisagem ainda predominantemente socialista da capital russa, as marcas históricas da eleição que sepultaria de vez o império soviético.

Do outro lado da corda esticada às vezes está um daqueles repórteres que costumam chamar o colega de “meu cinegrafista”. Por arrogante, ele não reconhece no outro o direito de fazer sugestões sobre o andamento da reportagem. Por ignorante, pede planos, ângulos ou movimentos de câmera que, se tentados, resultariam catastróficos e inúteis na hora da edição. Praticamente todo cinegrafista tem, no currículo, pelo menos um episódio em que o trabalho da equipe foi prejudicado ou comprometido pela soberba dos repórteres e pelo uso indevido do poder de comando que as chefias de redação lhes outorgam.

### **Terreno minado**

Clima saudável na equipe, é importante lembrar, é o de menos. Repórteres e cinegrafistas – e os produtores, quando presentes – devem se entender e caminhar juntos, mesmo de cara feia, acima de tudo em nome da qualidade das informações e das imagens que levam de volta para a redação. Isto porque uma equipe de telejornalismo – indisfarçável ao chegar, barulhenta, em carros grandes e cheios de caixas, tripés, baterias e fitas – tem o perigoso poder de influenciar ou até de alterar a cena que pretende registrar. Um gesto, uma palavra, uma reação podem desencadear reações e situações incontroláveis.

Uma câmera e um microfone mal-administrados formam, por exemplo, terreno fértil para todo tipo de exibicionista, do político cara-de-pau àquelas torcidas organizadas de qualquer esporte que só ficam eufóricas à luz dos *spots*, na hora da pergunta do repórter. Ao mesmo tempo, intimidam ou afastam testemunhas e fontes poten-

ciais de informação. A dificuldade de obter flagrantes autênticos e a perda de naturalidade de entrevistados não-exibicionistas também se multiplicam à simples chegada de uma equipe de TV.

Uma câmera ligada pode ainda se tornar armadilha a serviço de oportunistas. Como o grupo de manifestantes que, nos anos 1980, tirou vantagem de uma entrada ao vivo corriqueira de uma repórter da TV Globo, na Zona Sul do Rio. Fingindo-se de simples curiosos, eles ficaram em silêncio até o momento em que a repórter foi chamada. Quando ela começou a falar, ao vivo, eles gritaram, por trás dela, o famoso refrão: “O povo não é bobo, abaixo a Rede Globo”. Conseguiram alguns segundos de notoriedade e a demissão da repórter, injustamente responsabilizada pelo contrabando político durante a transmissão.

Há ainda outras situações que somam à possibilidade de grave deturpação da realidade o risco físico da equipe. Como no caso das imagens que uma afiliada da Rede Globo no Mato Grosso gerou<sup>1</sup> para a sede da emissora no Rio de Janeiro, no início dos anos 1990. Fazendeiros tinham conseguido prender três assaltantes que tentavam roubar uma das propriedades da região e avisaram a afiliada. O repórter, o cinegrafista e o técnico da emissora acabaram chegando à fazenda antes da polícia e começaram a trabalhar, registrando a imagem dos assaltantes amarrados, no chão, cercados por fazendeiros e peões. Logo depois do início da filmagem, um dos fazendeiros apareceu com um balde plástico cheio de álcool e despejou o líquido sobre os três assaltantes. Em seguida, sob o olhar cúmplice dos que estavam na roda, sacou uma caixa de fósforos e tocou fogo neles.

Cada segundo da morte dos três rapazes, gritando de dor e desespero enquanto eram queimados vivos, foi registrado pelo cinegrafista da afiliada da TV Globo. Até o momento em que restaram apenas o silêncio, a fumaça e os corpos carbonizados. No Rio, foi o então diretor da Central Globo de Jornalismo, Armando Nogueira, quem decidiu como a emissora daria a notícia no “Jornal Nacional”.

---

<sup>1</sup> Jargão jornalístico: verbo “gerar” é empregado sem objeto direto, para dar o sentido de gerar sinal de televisão.

Determinou que a cabeça lida pelo locutor contivesse uma clara advertência sobre a gravidade da história e das imagens. E que a edição do material terminasse uma fração de segundo após a imagem do fogo tomar conta dos três assaltantes. Assim foi feito.

Ao impacto das imagens seguiu-se uma intensa polêmica, nas redações, sobre se o cinegrafista devia ou não ter filmado aquela selvageria. Havia quem argumentasse que, por ser a causa provável daquele surto de exibicionismo homicida dos fazendeiros, a equipe de TV deveria simplesmente desligar a câmera e se retirar da fazenda. Outros defendiam que o repórter deveria intervir na situação, protestar contra a execução sumária e, com isso, deixar claro que o crime não ficaria impune. E havia aqueles que defendiam o comportamento dos jornalistas, argumentando que o simples fato de desligar a câmera naquelas circunstâncias, com a polícia ainda ausente, deixaria a equipe em situação quase tão vulnerável quanto a dos assaltantes, diante dos fazendeiros.

### **Tentações em cena**

O caso do Mato Grosso exemplifica apenas um entre os múltiplos desafios éticos e profissionais que uma equipe de TV encontra em campo, longe do comando da redação e dos chefes teoricamente sábios e mais experientes. Quase todos estes desafios estão associados a outra característica marcante do telejornalismo: a necessidade absoluta de a câmera estar próxima do fato.

Nos jornais, um bom repórter, sem sair da redação, com os números de telefone certos à mão, pode reconstituir de forma espetacular, por exemplo, uma batalha sangrenta da guerra de traficantes num morro do Rio de Janeiro. Na TV, um bom repórter, por melhor que seja o seu texto – e ainda que tenha os mesmos telefones certos – jamais conseguirá resultado semelhante na tela, sem as imagens do conflito e de seus personagens.

A condição de repórter de TV cria ainda uma outra situação de risco: a de “salvador da pátria” involuntário. Em 1999, a repórter Graziela Azevedo, da TV Globo de São Paulo, viveu esta experiência, depois de um gesto banal durante a cobertura de uma blitz de

trânsito no centro da cidade. Sensibilizada com a situação de um motoqueiro que chorava descontrolado, depois de sua moto ter sido apreendida por várias irregularidades, Graziela deu cinco reais ao rapaz, sugerindo que ele se acalmasse e fosse para casa. Cinco horas depois, o mesmo rapaz estava pendurado no pára-raios de um prédio de 30 andares no centro da cidade, cercado por bombeiros e policiais e ameaçando se jogar se Graziela – e só podia ser ela – não fosse ao terraço conversar com ele.

Depois de muita tensão, em comum acordo com o chefe de redação da TV Globo – o que incluiu não transformar seu gesto em reportagem – Graziela foi levada até o terraço e, a uma distância segura, conseguiu convencer o rapaz a se entregar aos bombeiros. Era obviamente preferível que ela não fosse. Mas ninguém poderia garantir o que teria acontecido se ela ficasse na redação. Afinal, São Paulo, como qualquer megalópole, tem suicidas autênticos e suicidas exibicionistas. Difícil é saber quem é quem.

Existem ainda as situações em que o repórter ou o cinegrafista, bem-intencionados, acabam por se envolver nos impasses dramáticos ou violentos que documentam. Como aconteceu no final dos anos 1980, num cerco policial a uma agência do Banco do Brasil em Pernambuco, onde assaltantes mantinham vários clientes e funcionários, entre eles uma grávida, sob a mira de revólveres. Depois de horas de tensão, o experiente e destemido Chico José, da TV Globo, se ofereceu em troca da grávida.

Os assaltantes aceitaram e a polícia, logo depois, acabou abrindo o cerco para que os ladrões fugissem, levando Chico e outros reféns. Seguiu-se uma grande caçada pelo interior do Nordeste, até que os reféns fossem libertados. Seguiu-se também, a partir daquele incidente, uma decisão da direção de Jornalismo da TV Globo de proibir, de forma expressa e incondicional, a participação de seus funcionários em qualquer negociação com seqüestradores.

Para uma equipe de telejornalismo, portanto, há mais riscos nas ruas do que o das perguntas mal-formuladas e enquadramentos errados. Os níveis rasteiros de cidadania que ainda temos no Brasil, por exemplo, criam uma circunstância perversa: quanto mais pobres

e miseráveis os lugares e pessoas a serem mostrados na reportagem, mais freqüentes são os momentos em que os integrantes da equipe de TV são tratados como promotores, juízes, policiais, prefeitos, psicólogos, assistentes sociais e advogados, entre outras categorias e serviços que não costumam chegar a milhões de brasileiros.

Cabe argumentar que as pessoas até têm o direito de fazer esta confusão de papéis. Afinal, a TV, quando presta atenção nelas, costuma encontrá-las já imersas no desalento ou no desespero da exclusão social e da ignorância impotente. Quem não deve institucionalizar esta relação confusa, acreditando que vai mudar o país com o microfone em punho, é o jornalista de televisão. Não porque seja feio ou bonito fazê-lo. Simplesmente porque não dará certo. Nenhum país melhora ou deixa de ser injusto por obra de apenas uma de suas instituições, por mais poderosa ou importante que ela seja.

O papel dos jornalistas, aliás, tem sido muito mais o de mostrar, de forma dramática, como as instituições, todas elas, não funcionam para determinados indivíduos, comunidades ou categorias. Daí a achar que a imprensa, TV incluída, substitui as instituições é um equívoco que pode ter três motivações básicas: voluntarismo, curável com o tempo e a experiência; vocação errada, para os que, ladrões ou não, se descobrem futuros políticos ou administradores; ou picaretagem, para os que inventam alguma forma de faturar com a infelicidade alheia – como nos ditos programas jornalísticos e populares da TV, cheios de indignação caloteira e assistencialismo barato.

Restaria ainda abordar outro fio de navalha profissional típico do telejornalismo: o risco de morrer ou de se machucar seriamente em reportagens perigosas e corajosas, consideravelmente mais alto que o sofrido pelos repórteres da mídia escrita, por todas as razões acima descritas. Mas a bárbara execução de Tim Lopes por traficantes de uma favela do Rio, em 2002, provocou, além da dor e da indignação em escala nacional, uma onda de reflexão tão abrangente, profunda e apaixonada na imprensa e na sociedade que seria redundante repetir, neste capítulo, as duras lições do episódio.

Cabe, no entanto, um alerta para que o tempo e a distância não tornem verdade dois absurdos proclamados em meio à revolta pela

morte de Tim. Um foi a insinuação de que os chefes de Tim, na TV Globo, o pressionavam regularmente a viver situações de risco como aquela que foi sua derradeira e fatal tentativa de documentar a exploração sexual de menores em bailes *funk* da favela. O outro absurdo foi o de supor que seja possível fazer telejornalismo sério de denúncia num país como o Brasil sem correr riscos. Tim Lopes sabia que era perigoso. E amava o que fazia desde quando era apenas um desconhecido “produtor de reportagem”, muito antes, portanto, de se tornar mártir e bandeira de luta dos colegas de profissão.

### **Edição, a hora de escolher**

“Quanto tempo?”

“Dois minutos...”

“Nem pensar!”

Em qualquer redação de TV do planeta, o diálogo, respeitadas as variações nacionais de idioma e temperamento, é a síntese do momento em que outro protagonista fundamental da equação do telejornalismo, o editor, recebe do repórter o comando da maratona da realização de uma reportagem. Trata-se de uma passagem de bastão tão inexorável quanto a da hora em que o repórter recebe a pauta do produtor, antes de sair para gravar. O editor, ao esbravejar contra o tempo de duração de matéria proposto pelo repórter, não está sendo necessariamente intolerante, antidemocrático, ranzinza ou castrador. Está apenas assumindo a necessidade brutal que o telejornalismo tem de escolher, sintetizar, acomodar e hierarquizar as informações, para existir e continuar sendo percebido como telejornalismo.

Nunca cabe tudo. Pode ser no Jornal Nacional, no News at Ten, principal telejornal da rede britânica ITV, ou no MGTV Primeira Edição da EPTV de Poços de Caldas. Para resolver o impasse, não vale o apresentador chegar ao fim do telejornal e dizer:

“Caro telespectador, infelizmente, por falta de tempo, não exibimos hoje uma série de reportagens muito, muito interessantes. Contamos com sua compreensão”.

A solução começa quando entra em cena o editor, também conhecido como “editor de texto”, infeliz expressão criada para dife-

reenciando-o do editor de imagem, profissional não necessariamente formado em jornalismo e responsável técnico pelo formato audiovisual final da matéria.

### **Troca de olhares**

O choque da passagem de bastão do repórter para o editor nem sempre é suave porque o primeiro chega totalmente envolvido com a matéria que acabou de gravar, o que é legítimo e compreensível. O editor, por seu lado, está comprometido até a alma com a missão de avaliar e dimensionar o impacto de cada matéria, em comparação com as outras previstas e esperadas pelo programa. O que é, também, legítimo e compreensível. A falta de flexibilidade nesse delicado encontro de águas costuma gerar momentos de tensão na hora nervosa do fechamento. Até o momento em que o editor exerce a prerrogativa hierárquica da palavra final.

Apesar de atender pelo nome editor “de texto”, este profissional, entre suas primeiras obrigações, tem de aceitar que a palavra, o instrumento que ele teoricamente mais domina, é apenas uma coadjuvante na equação do telejornalismo. Muitos, principalmente os egressos da imprensa escrita, chegam para trabalhar nas redações de TV acreditando que a imagem existe para “ilustrar” o texto da matéria. Só o tempo consegue mostrar a eles que esta concepção corresponde a apenas uma parte do trabalho, na hora em que se edita uma reportagem de TV. Com o tempo, eles descobrem que, em uma genuína matéria de televisão, é o texto que “ilustra” a imagem. Descobrem, enfim, que o texto é, para a imagem, um companheiro inseparável, sim, mas obrigatoriamente discreto, contido, enxuto, coadjuvante e, de certo modo, imperceptível.

A imagem jornalística já carrega um texto no seu DNA. Para se chegar a esta conclusão, basta voltar no tempo, sintonizar a memória e lembrar o impacto de imagens jornalísticas como aquela noite esverdeada e cheia de clarões no céu de Bagdá, o desfazer da segunda torre gêmea, a batida na curva Tamburello, os pedaços do cérebro de John Kennedy espalhados no capô traseiro da limusine, o cruzar da câmera com aquela jovem vietnamita desfolhada pelo napalm, o

devastador aceno de Risoleta Neves na porta do avião, as terríveis crianças africanas e a incompreensível perfeição dos movimentos de Nadia, aquela ginasta romena. Quem não entender o silêncio que se impõe nessas horas nunca será um bom editor “de texto”.

### **Entre ursos e revoluções**

A importância e a prevalência da imagem sobre o texto, no telejornalismo, não se circunscreve, é claro, a estes exemplos especialmente emblemáticos e históricos. Ela se renova diariamente no varejo do jornalismo diário, do flagrante do urso que arrancou o braço do tratador no zoológico de Hong Kong ao close da lágrima da professorinha do Nordeste, que manteve os alunos pobres na classe na base de pratos de sopa.

É nesta encruzilhada perene, entre a espetacular inutilidade do flagrante do urso e o dramático registro de uma tragédia social, que vive o editor de texto. Se ele descambar e exagerar para o lado do urso, perde o jornalismo, em seu sentido mais nobre. Se ele se envolver demais com a causa justa e perder a mão na quantidade e na duração das denúncias de injustiça, o jornalismo também perde, neste caso pela altíssima possibilidade de a repetição tirar-lhe a capacidade de emocionar ou causar impacto. Quem tiver a receita exata do equilíbrio entre o urso e a professorinha, que a apresente.

Muitos editores de texto são originários das redações da imprensa escrita e levam, para a TV, um valioso patrimônio: a sólida formação dos jornais, no que diz respeito à qualidade da apuração, à profundidade do mergulho nos assuntos, ao volume de informações sobre os temas geralmente acompanhados pela mídia e ao grau maior de especialização que o jornalismo impresso, por ter mais espaço, exige.

Levam, também, a experiência de só ter um instrumento para fazer jornalismo: a palavra. Para estes profissionais, o desafio e o aprendizado na TV é a descoberta da força da imagem, do papel crucial que ela tem na sustentação da edição e de como ela é decisiva e condicionante do volume de informação que se pretende passar durante a matéria de televisão.

Há também os editores de texto formados na própria TV. É o caso dos que deixam de ser repórteres, por opção pessoal, por falta definitiva de intimidade com a câmera ou com o microfone, por estarem fora do padrão “jovial” predominante nas emissoras brasileiras – que regularmente empurram grandes repórteres para outras funções, em troca de rostos novos e bonitos – ou simplesmente pelos atrativos da função de editor: a possibilidade de se aprofundar nos processos e estilos da linguagem audiovisual e a vocação pelo exercício do poder editorial. Em outras palavras, a já citada vocação para escolher, sintetizar, acomodar, hierarquizar e, é claro, escrever as informações não apenas de uma matéria, mas de várias, de um telejornal inteiro.

### **Parceria na ilha**

O repórter dos sonhos do editor de telejornalismo é aquele que, mesmo envolvido com sua própria matéria, nunca perde a sintonia com a temperatura do noticiário do dia, tem o chamado “olhar de editor” para o espelho do programa ou telejornal e, mais importante, respeita o compromisso de contar sua história no tempo negociado ou estipulado com o editor.

Este tipo de repórter costuma acompanhar sua “cria” discretamente na ilha de edição, só interferindo excepcionalmente, nesta fase. Por isso, tem como recompensa um tratamento diferenciado na redação. Suas avaliações são ouvidas e respeitadas pelos editores e seus pedidos de tempo – a mais – para as matérias são levados em conta. E por não ser um causador contumaz de sobressaltos na hora do fechamento, acaba tendo sempre um papel central nas grandes coberturas.

Há repórteres que, de tão amadurecidos nesta relação complexa com as outras instâncias do telejornalismo, conquistam naturalmente o direito de serem – com a ajuda de um editor de imagens – os editores de suas próprias matérias. Em geral, são aqueles profissionais que sabem diferenciar matérias “especiais” – para eles – das que são realmente especiais para o público. Sabem também que uma entrevista “exclusiva” não é obrigatoriamente interessante ou cheia

de novidades. E que ineditismo não é necessariamente sinônimo de importância jornalística.

Entre os profissionais de TV, os editores de texto de telejornais diários como o Jornal Nacional talvez sejam os que mais intriguem aqueles auditores independentes que, a partir dos anos 1990, passaram a rondar as redações em busca de cortes, economias e melhorias na relação custo-benefício dos empregados. Se observados apenas por volta de uma da tarde, tranquilos, lendo jornal, navegando na internet ou em conversas amenas, bem que poderiam ser considerados obsoletos ou dispensáveis, no relatório final com as recomendações de otimização, feitas pelos auditores.

Se observados no mesmo dia, cinco horas mais tarde, aflitos, aos gritos, martelando deixo nas páginas do computador, checando nomes de entrevistados, conferindo informações com repórteres e produtores para redigir cabeças de três matérias ao mesmo tempo, com o jornal quase no ar, os auditores certamente concluirão que não há gordura para se tirar desta categoria. A explicação para este paradoxo é simples: a atividade e a importância do editor de telejornalismo crescem com o passar das horas do dia.

De manhã, com base nas pautas prévias e na cobertura esperada dos fatos do dia, ele pratica uma espécie de futurologia. Organiza as informações já disponíveis, levanta imagens e textos de arquivo para se inteirar dos assuntos sob sua responsabilidade (e para ter opções para complementar a edição do material que vem da rua), faz contatos regulares com as equipes ou praças para monitorar o andamento das reportagens e mantém o editor-chefe informado sobre o calibre das matérias, para evitar erros de avaliação na hora em que o espelho do jornal for montado. Até que chega a hora da verdade: o fechamento.

### **A linha de chegada**

A pressa, no fechamento de um telejornal, é amiga da concisão. E o é, porque não existe qualidade mais apreciada em um editor “de texto” do que a capacidade de decidir certo e rápido, mesmo, e principalmente quando o repórter chega da rua com duas ou três fitas gravadas e não sabe exatamente que história tem na mão. Editar

bem, nessas horas, é saber entrevistar esse repórter perdido, arrancar dele a informação da cabeça da matéria e sugerir uma estrutura – ou um “esqueleto” – para a edição.

Editar bem é ainda ouvir atentamente as observações e sugestões do editor de imagem, parceiro fundamental, muitas vezes subestimado e cuja importância está cristalinamente demonstrada neste livro, no capítulo de Rafael Freitas. Quem não age assim dá sobrevida a um vício que teima em não desaparecer das redações: aquele do repórter que apenas despeja as fitas que trouxe da rua na mesa do editor de imagem e corre em direção a um computador para escrever seu precioso texto, sem deixar qualquer explicação ou *briefing* sobre o conteúdo do material gravado.

A experiência dos fechamentos demonstra que este é o caminho mais curto para uma edição ruim ou incompleta. Os bons repórteres sabem que, quanto mais informados os editores de imagem e “de texto” estiverem sobre as chamadas fitas brutas, maiores serão as possibilidades de aproveitamento total da apuração. E menor, muito menor, será a taxa de erros.

Editar bem num telejornal é, também, definir logo o que há de relevante ou imprescindível para constar no *off*. É identificar, mesmo em *fast forward*, no monitor da ilha, a imagem forte que não pode ficar de fora da matéria. É ainda zelar pelo cumprimento do manual da redação, suas diretrizes éticas e seus padrões de texto e formato. O que significa ter respostas certas e imediatas para dúvidas como:

- É Busqueta ou Buschetta?
- A gente pode chamar o juiz de *Lalau*?
- Fernandinho Beira-Mar é líder ou chefe?
- José Dirceu foi guerrilheiro ou terrorista?

### **A página fatal**

Há, é claro, os repórteres que chegam da rua tendo, além das respostas a estas dúvidas, o esqueleto da matéria na cabeça, o lide na ponta da língua e o texto do *off* já rabiscado, em cima da perna, durante a viagem de volta à redação. Nestes casos, o editor limita sua atuação ao trabalho de supervisão, ganha um tempo precioso

para cuidar das matérias e dos repórteres ainda em busca de um lide em outras ilhas, e pode se dedicar, com mais calma, a uma tarefa tão simples quanto arriscada: a montagem e liberação, para aprovação do editor-chefe, das páginas do espelho, com a correta inserção dos textos para os apresentadores e dos dados que vão orientar um time inteiro de profissionais que, diga-se, só serão apresentados à matéria na hora de levá-la ao ar.

O momento supremo de responsabilidade dos editores “de texto” acontece quando eles, através das páginas do espelho – ou de informações verbais passadas em cima da hora –, literalmente entregam o conteúdo do telejornal às outras áreas da emissora, encarregadas da exibição. É quando diretores de TV, operadores de áudio, operadores de caracteres, coordenadores de tempo, operadores de VT, iluminadores e operadores de *teleprompter* rezam, juntos, o mesmo espelho.

Às vezes, acontece, vão todos, também juntos, para o buraco negro da falha técnica, por motivos perversamente simples e, ao mesmo tempo, decisivos. Uma palavra trocada ou um número incorretamente colocado na página pelo editor “de texto” são suficientes para que um telejornal desabe inteiro no ar, deixando a tela completamente escura ou inundada pela perplexidade de um apresentador que não sabe o que fazer.

A responsabilidade do editor “de texto” não se encerra num telejornal operacionalmente limpo, sem tropeços na apresentação, inteligível em termos de paginação, fluente em ritmo e compreensível no texto. Cabe também, ao conjunto dos editores “de texto” e, conseqüentemente, ao editor-chefe que os comanda, zelar para que o programa, além de bonito e operacionalmente impecável no ar, seja, como qualquer noticiário da imprensa escrita, do rádio ou do webjornalismo, fiel aos fatos, preciso, abrangente, equilibrado e editorialmente responsável.

Neste momento da equação do telejornalismo, o produtor, o cinegrafista, o repórter e o editor de imagem, protagonistas precursores das matérias, tornam-se telespectadores e, teoricamente, nem precisam estar mais na redação.

Só a notícia.

# Vida de repórter

*Carmem Petit*

Ainda que a pauta pudesse ser árida, eu e o repórter cinematográfico Julio Cezar Motta a esperávamos com ansiedade. O dia seria animado. Mas ao chegar à redação, às sete da manhã, minha equipe recebeu outra incumbência do chefe de reportagem: mostrar um curso de jôqueis mirins. Seria nossa primeira parada.

Eu, o cinegrafista e o motorista, que também era assistente de câmera, nos dirigimos para a Zona Sul do Rio de Janeiro. Ao chegar ao local indicado pela pauta, não encontramos nada que pudesse render matéria. A aula não era naquele dia e os jôqueis não estavam. Só havia, claro, os cavalos. Ficamos surpresos. A pauta deveria ter sido confirmada pela produção. Ligamos para a redação e relatamos o problema. Como era muito cedo para a segunda pauta, o chefe de reportagem pediu que insistíssemos. Esta é uma situação para a qual o repórter deve estar preparado: muitas vezes, a percepção de quem está na redação é diferente da de quem está na rua. É preciso negociar ou entender quando não há negociação.

Os ânimos da equipe pioravam a cada minuto, porque ouvíamos pelo rádio barulho de bombas estourando. Nossa matéria do dia estava fervendo e o chefe insistindo naquela pauta. Como não havia mesmo o que fazer, fomos, enfim, deslocados para a tão esperada matéria: a privatização do sistema Telebrás. Minha equipe ficou responsável pela cobertura do lado de fora do prédio da Bolsa de Valores, no centro da cidade. Três mil policiais faziam a segurança do local. Mal chegamos e houve confronto entre a polícia e os manifestantes que protestavam contra o leilão. Corre-corre. Bombas. Pessoas feridas.

Apurar a notícia em situações como essa é difícil. O repórter tem que estar atento e afinado com a equipe. Não basta que ele veja um fato e relate. Televisão precisa de imagem, por isso a relação entre repórter e cinegrafista deve ser de cumplicidade, de parceria. É preciso também saber onde procurar a informação correta, saber como se proteger da enxurrada de pedras portuguesas que voavam pelos ares e ainda assim reunir informações. Se temos um ferido, precisamos de imagem e uma sonora (é como chamamos a entrevista em televisão).

Naquele dia, cinco horas de trabalho em meio ao caos se transformaram numa reportagem de dois minutos. Você pode estar se perguntando: por onde começar numa situação dessas? Na verdade, a primeira coisa a ser feita é tomar ciência do ambiente ao seu redor, prestar atenção aos detalhes. Algumas vezes, instantes de calma podem ser o prenúncio de confusão.

Foi assim que minha equipe notou o início de mais um confronto após a retirada pela PM de um caminhão com parlamentares contrários à privatização. A polícia montada e o batalhão de choque fecharam a rua Primeiro de Março em frente ao prédio da assembleia legislativa. Silêncio. Em poucos minutos, manifestantes já haviam montado barricadas na rua da Assembleia e começaram a lançar pedras e morteiros. A polícia revidou com bombas de gás lacrimogêneo. Começamos a correr pela rua da Assembleia procurando o melhor lugar para registrar aquele tumulto. Paramos numa rua transversal e a sensação de ardência no rosto e nos olhos tirou minha visão por alguns instantes. O porteiro de um prédio ajudou, indicando uma pia onde pude lavar-me. Recuperada, juntei-me ao cinegrafista e ao assistente.

Depois de minutos sem trégua, ouvimos alguém gritar que tinham atado fogo à lanchonete de uma grande rede de *fast-food*. Corremos para gravar a cena e ainda encontramos um homem que quase fora linchado pelos manifestantes por ter sido confundido com informante da polícia.

Tanta correria sem esquecer o *deadline*<sup>1</sup>. Quando o tempo para entregar a matéria estava acabando, achamos um local tranquilo para

---

<sup>1</sup> Jargão jornalístico: prazo limite dado pelo editor para que o jornalista finalize a produção da reportagem.

escrever o *off* e gravamos. Isso mesmo, no jornalismo diário dificilmente o repórter volta à redação para elaborar o roteiro, a não ser em caso de matérias especiais. Na rua, a equipe nunca perde o contato com a redação, especialmente com o chefe de reportagem e o editor.

O dia-a-dia da profissão nem sempre é tão movimentado, mas o bom repórter exibe o mesmo vigor para cobrir tanto um turbulento processo de privatização quanto uma exposição de arte. O compromisso dele é com a informação e seu receptor. Precisa, portanto, de responsabilidade.

Em 2003, o caso de uma jovem assassinada virou manchete dos principais telejornais do país. No afã de solucionar o caso, a polícia apresentou um rapaz que nada tinha a ver com o crime. O rosto dele apareceu na TV, com destaque, e dias depois foi encontrado o verdadeiro culpado. Nenhuma menção foi feita ao erro, certamente porque se tratava de um jovem pobre com alguma passagem pela polícia. Ninguém se lembraria dele. É claro que aqui o erro não foi apenas do repórter.

Infelizmente, a acusação de inocentes e a divulgação de suas imagens pela imprensa são comuns. O episódio mais conhecido é o da Escola Base (1994), cujos donos foram acusados, injustamente, de molestar sexualmente os alunos, e tiveram as vidas arruinadas. A imprensa se baseou em informações oficiais de um delegado afoito, laudos médicos e nos depoimentos dos pais das crianças. O crime, descobriu-se depois, não aconteceu, mas os envolvidos já tinham sofrido linchamento moral. O caso mostra como a relação do repórter com suas fontes deve ser cuidadosa, mesmo que ela seja oficial. O trabalho da reportagem tem que se pautar sempre pela responsabilidade e pela ética.

Infelizmente, não é apenas a televisão que comete deslizes. Alguns anos atrás, repórteres de vários veículos de comunicação cobriam o fechamento de uma clínica de aborto no subúrbio carioca. Minutos depois, uma mãe desesperada e um irmão transtornado surgiram à procura de uma das moças que estavam no local. Como ficaram sabendo do episódio? A mãe ouvia um popular programa de rádio quando um experiente repórter entrou ao vivo, pelo telefone, e

deu os nomes de todas as pacientes detidas na clínica. Conseguiu os nomes com um investigador de polícia.

A relação ou a proximidade com a fonte, às vezes, pode limitar o trabalho. Indo para outro extremo, analisemos a Guerra do Iraque, em que os mais de 500 repórteres que acompanharam de perto as tropas americanas e britânicas no *front* (eram chamados de “*embedded*”) não foram capazes de mostrar os horrores da guerra. Primeiro, porque sua fonte de informação era única e não confiável. Segundo, havia o dilema ético e a censura dos militares. Como mostrar a guerra sem que parecesse o triunfo dos guardiões da democracia mundial? As vítimas que não apareciam na cobertura das TVs ocidentais pipocavam nas emissoras do Catar, do Líbano e da Arábia Saudita. Só que, mais uma vez, a cobertura era unilateral.

Na nossa guerra diária do Rio de Janeiro, a imprensa também não consegue descrever com precisão o drama das comunidades que vivem no meio do fogo cruzado. Quantos tiroteios e mortos foram ignorados nos nossos telejornais? Fazer a cobertura de qualquer confronto em áreas de risco requer cuidado e responsabilidade do repórter. Normalmente, só a polícia dá informação, e é muito difícil checá-la: o outro lado está à margem da lei e não se pode enaltecê-lo. Os moradores, maiores vítimas dessa guerra, com medo, se calam. Quando decidem falar, temos que preservá-los ao máximo. Não podemos esquecer que nós, repórteres, saímos de lá e vamos para as nossas casas; eles continuam no meio do fogo cruzado.

A ausência do poder público, em muitos casos, torna a imprensa, sobretudo a televisiva, redentora aos olhos da população. Quantas vezes repórteres já ouviram: “vê se vocês mostram nossos problemas para ver se eles fazem alguma coisa”. O repórter tem a consciência de que não é ele quem faz, mas ele pode dar voz ao cidadão.

### **Repórter de manual**

Não sei se a história é verdadeira ou apenas boato, mas não deixa de ser curiosa. Em 1995, o Museu Nacional de Belas Artes organizou uma exposição do escultor francês Auguste Rodin. Após a chegada das peças, uma coletiva reuniu grande parte da imprensa. Eis que lá

pelo meio da entrevista, uma repórter de TV levanta-se e dispara: “Mas afinal quando é que o Rodin vai chegar?” (silêncio de constrangimento). Para quem não sabe, Rodin morreu em 1917. Realidade ou boato, a história ilustra bem algumas situações que presenciamos cotidianamente na rua. Alguém ainda tem dúvidas de que o repórter deve estar bem informado?

Há alguns profissionais que costumam chamar de repórter de manual. É possível identificá-los à distância ou nas matérias culturais, principalmente de exposições. Escrevem textos que mais parecem um *press-release*<sup>2</sup> mal-feito, uma receita de bolo. Fazem um jornalismo tatibitate e acreditam que seu telespectador médio é uma espécie de Homer Simpson, patriarca símbolo da mediocridade americana.

Prestem atenção a dois trechos de *off* ouvidos em telejornais diferentes na mesma semana: “quem chega ao jardim zoológico tem a impressão de estar entrando num grande parque...” ou ainda “o motorista não encontra vagas vazias”. Poderiam ser deslizes ou desinformação dos repórteres. Primeiro porque o zoológico é, de fato, um parque e vaga cheia não é vaga, certo?

A expressão repórter de manual identifica aquela pessoa que descobre uma fórmula para fazer VT<sup>3</sup> e é capaz de contar a história de uma rebelião em presídio da mesma maneira que falaria sobre o aniversário da cidade. Uma chefe, certa vez, descreveu esse tipo de trabalho como “embrulha e manda”.

Curiosidade, iniciativa, bom texto, conhecimento da língua portuguesa e espírito crítico são características fundamentais para um bom repórter em qualquer veículo de comunicação. Na televisão não é diferente, embora alguns ainda acreditem que um rostinho bonito é meio caminho andado. Se olharmos os canais internacionais como a BBC, CNN e a TV5 compreenderemos que o bom jornalismo não depende de belas mocinhas de cabelo “chanel” e *blazer*.

---

<sup>2</sup> Jargão jornalístico: *press-release* ou somente *release*. Texto informativo distribuído à imprensa pelas assessorias. Muitas vezes esses textos de divulgação motivam jornalistas a se pautarem.

<sup>3</sup> Jargão jornalístico: são as iniciais de videoteipe. É a matéria jornalística de televisão, que está, ou ainda será, gravada em teipe para veiculação posterior.

Curiosamente, a TV estimula vaidades. Quantas vezes ouvimos que fulano ou beltrano quer ser apresentador ou repórter para satisfazer o próprio ego? Se alguém pensa em fazer televisão por este motivo é melhor rever seus conceitos. A rotina de um repórter de TV não tem nada de glamorosa, pelo contrário. Tampouco alguém fica rico. Aqui vale lembrar uma frase de Harris Watts, autor de *On camera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC*: “o vídeo não é o espelho do seu banheiro”.

### Parceiros

No telejornalismo, pelo menos um relacionamento não pode ter ruídos: o de repórter e cinegrafista. O trabalho de um depende do outro. Lembro-me de uma pauta sobre um lutador de vale-tudo que quase morrera pelo uso de anabolizantes e acabara de travar uma batalha contra a leucemia. Faríamos<sup>4</sup> o treino dele numa academia, conversaríamos com o técnico do atleta e com o médico que o atendera no Hospital do Câncer. Ao discutir a pauta com o repórter cinematográfico Mozer Santos, sentimos que aquela matéria poderia render mais. Como tínhamos tempo, pedimos para fazer o restante da produção na rua.

Fomos a outra academia onde encontramos uma fisiculturista que negou usar os esteróides, embora seu corpo demonstrasse o oposto. Mesmo assim, precisávamos de alguém que admitisse estar usando.

Por meio de um conhecido do cinegrafista, chegamos a um rapaz que topava dar entrevista sem mostrar o rosto e ainda faria uma aplicação para que pudéssemos filmar. Aqui você poderia perguntar se nossa atitude foi ética. Seria indução a um crime? A idéia de gravar o jovem se drogando foi sugestão do próprio, embalado até por certa vaidade.

Numa longa conversa antes da entrevista, o rapaz se mostrou consciente e, ironicamente, despreocupado em relação aos riscos do

---

<sup>4</sup> Jargão jornalístico: o jornalista de televisão utiliza o verbo “fazer” com o sentido de fazer cobertura jornalística ou produção da matéria. “Faríamos o treino” significa que a cobertura do treino seria realizada pela equipe de reportagem.

uso de anabolizantes. Chegou a afirmar (e depois repetiu durante a gravação) que quando começasse a sofrer os efeitos colaterais mais sérios, dali a poucos anos, a medicina já estaria evoluída o suficiente para tratá-lo. Diante daquilo, avaliamos que a imagem de alguém utilizando as drogas e dando aquelas declarações seria um importante alerta para milhares de jovens aficionados pelo culto ao corpo. No caso desta reportagem, tivemos alguns minutos para tomar a polêmica decisão, mas há casos em que o repórter ou o cinegrafista tem apenas um átimo, um piscar de olhos, para decidir.

Nosso personagem tinha também foto da festa de aniversário de uma conhecida fisiculturista que morrera anos antes sob suspeita de uso de anabolizantes. Na imagem, as velinhas do bolo tinham sido substituídas por ampolas de esteróides. Fechamos<sup>5</sup> a matéria, mas o editor-chefe achou melhor não usar a foto da atleta para não expor a família. Ficamos eufóricos com o resultado do trabalho. Foi o que se pode chamar de esforço de reportagem.

O repórter apura e escreve, o cinegrafista filma e o assistente cuida do áudio; todavia, a reportagem de TV só fica perfeita quando cada um pode dar sua contribuição ao trabalho do outro. Na minha primeira matéria para um jornal de rede, eu, o repórter cinematográfico Benjamin Reis e o assistente José Carlos tivemos que subir a encosta do morro Dois Irmãos para registrar o trabalho de 50 operários que faziam a contenção da rocha ameaçada por um pedaço de pedra de 3,5 toneladas que se soltara. Após mais de uma hora de caminhada em terreno inclinado, ainda subimos 650 degraus de uma escada de madeira. Tudo isso segurando tripé, câmera e mais alguns apetrechos. Desgaste físico e fascínio pelo que ouvíamos eram compartilhados pela equipe.

Passamos a semana seguinte com dores na panturrilha, mas descobrimos histórias curiosas como a do mestre-de-obras, de 38 anos, que fazia o mesmo trajeto de 470 metros de altura três ou quatro vezes por dia, numa rotina de cerca de 10 horas de trabalho.

---

<sup>5</sup> Jargão jornalístico: diz-se “fechar a matéria”, quando a equipe já produziu todos os detalhes e personagens que comporiam a matéria, e roteirizou (pelo menos idealmente) a sua edição.

## O repórter em campo

José Hamilton Ribeiro talvez seja um desconhecido para as novas gerações. Correspondente de guerra, perdeu uma das pernas ao pisar numa mina durante a cobertura da guerra do Vietnã, em 1968. Atualmente, faz matérias para o Globo Rural, da TV Globo, com uma singeleza que falta a muitos profissionais de hoje. Homem de fala mansa, jeitinho do interior, José Hamilton define bem o trabalho da reportagem: “repórter é como goleiro, tem que ter sorte”.

A rotina da reportagem nem de longe lembra aquelas ingênuas cenas de novelas em que a imprensa é retratada quase como uma caricatura. A grande matéria pode demorar a aparecer. Muitas vezes, vem disfarçada e somente a sensibilidade do profissional pode detectá-la. Ou pode ser uma jogada de sorte, em que apenas um goleiro da melhor estirpe consegue agarrar.

Em 1995, o país ficou chocado ao assistir, na hora do almoço, à execução de um bandido pela polícia próximo a um dos maiores *shoppings* do Rio de Janeiro. A equipe que registrou o momento estava no lugar certo, na hora certa e agarrou o chute-surpresa.

O repórter está sempre atrás de boas histórias para contar. Assim, um protesto de moradores da Baixada Fluminense que pediam o bloqueio do acesso de mil caminhões ao Aterro Sanitário de Gramacho, em Jardim Gramacho, Duque de Caxias, revelou personagens surpreendentes. Aconteceu há alguns anos. Ao ouvir os relatos das pessoas, chamou-me atenção a existência de uma pequena comunidade, localizada a 500 metros do local, e chamada pelos próprios moradores de Etiópia brasileira. Obrigadas a viver do lixo, as famílias sofriam de doenças comuns em lugares insalubres, mas a dignidade ferida os impedia de admitir as enfermidades para a câmera. Numa pequena casa, de chão batido, uma mãe cuidava dos cinco filhos e recolhia água da chuva para as necessidades diárias num latão descoberto no quintal.

Antes de revelar estas histórias, muitas vezes percorremos um caminho tortuoso. Ao mesmo tempo em que registra os fatos, a câmera cria um distanciamento entre o repórter e o entrevistado. Estabelecer confiança para que os personagens falem abertamente na TV exige

habilidade. Há os tímidos, os vaidosos, os bem-articulados, os que dão voltas e não respondem nada... Aprender a identificar personalidades e descobrir a melhor maneira de interagir com elas são trunfos para qualquer repórter de TV.

### **Os desafios do texto na TV**

Escrever para TV não é mais simples nem mais fácil do que fazer uma matéria para jornal ou revista. Cada veículo guarda certas especificidades que devem ser observadas pelo repórter.

O texto de TV existe para ser ouvido pelo telespectador e, como numa conversa entre amigos, é preciso criar intimidade com nossos interlocutores desde as primeiras palavras. Clareza, objetividade e concisão são fundamentais, principalmente porque, ao contrário dos textos impressos, o receptor da mensagem não pode voltar ao parágrafo anterior para reler e entender.

“Escrever é cortar palavras”. A frase já foi atribuída ao filósofo Voltaire e ao poeta Carlos Drummond de Andrade. E para quem gosta de citações há ainda: “Corte todo o resto e fique no essencial”, de Ernest Hemingway. Ambas poderiam traduzir o que é escrever para TV, mas nada disso funciona se você não sabe o que dizer.

Uma boa apuração é o começo. É indispensável também definir, desde o início, como vamos conduzir a matéria, já que falamos de pessoas, de como suas ações afetam nossas vidas ou de como os fatos podem atingi-las. A taxa de juros, o preço dos títulos do governo brasileiro no exterior e as reuniões do Conselho de Política Monetária somente interessam, se soubermos qual a importância deles para cada um de nós. Note que a televisão sempre mostra a história de alguém (um personagem, como chamamos). Pode ser numa matéria sobre enchente ou sobre a mudança nas regras do imposto de renda.

O discurso televisivo atinge faixas variadas da população, contudo, isso não deve limitar nosso vocabulário. Um dicionário reúne, em média, mais de 200 mil verbetes. Ao analisar edições de dois dos principais telejornais do país, no livro *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial*, Guilherme Jorge de Rezende detectou o uso de apenas 147 palavras diferentes em um e 212 em outro. Percebeu ainda

que os verbos ser, estar e ter ocupavam um terço das construções verbais dos noticiários analisados. Isso seria um reflexo de que o texto da TV brasileira está empobrecido, em nome do amplo entendimento?

Escrever não é fácil, ainda mais quando os segundos limitam o número de palavras. A tarefa pode se tornar angustiante, dramática.

Os manuais trazem inúmeras dicas de palavras e expressões a serem evitadas. Em caso de dúvida, consulte-os, mas não esqueça que, embora esteja falando para milhões, o seu telespectador deve sentir-se único, especial. Alguém que convidamos para um dedo de prosa.

Enfim, o desafio de contar boas histórias é como embrenhar-se numa floresta cheia de armadilhas. Pode ser uma aventura encantadora desde que encontremos os personagens e as armas certos para cada possível batalha. Dominar o idioma, saber o significado de cada palavra e usar o vocabulário com precisão ajudam um bom aventureiro.

Na TV, imagem e palavra são soberanos. Escrever com estilo exige trabalho, persistência, humildade e prática, muita prática. Lembre-se: jornalismo não é literatura. Para quebrar as regras é preciso conhecê-las.

# Ancoragem

*Heródoto Barbeiro*

Há um mito em torno da ancoragem na mídia eletrônica que precisa ser desfeito. Muitas pessoas entendem que o âncora<sup>1</sup> é o dono do programa, que é a pessoa que sempre dá a última palavra no que vai e no que não vai para o ar. É um engano. Pensar dessa forma é não entender que o jornalismo é feito em equipe e que o âncora faz parte de um trabalho coletivo. Essa falsa definição se deve a uma interpretação equivocada do jornalismo americano. É verdade que os âncoras do rádio e da TV americanos são famosos, ganham bem, são de reconhecida credibilidade e alguns são conhecidos dentro e fora dos Estados Unidos. Contudo, não são nem donos do noticiário, nem semideuses, nem artistas. São apenas jornalistas.

O engano se acentuou quando o SBT, emissora em que eu trabalhava, formatou o telejornal TJ Brasil e escolheu um formato de programa que destacasse o papel do apresentador. O modelo, todos conhecem, é aquele em que Boris Casoy lia o *teleprompter* para uma câmera e se virava para fazer comentários opinativos para outra. Seu rosto ficava maior na tela e suas intervenções eram incisivas. Esta fórmula foi tomada como sinônimo de âncora no Brasil. Daí o conceito se estendeu para o rádio e passou a ser apropriado como uma forma de mostrar importância e destaque na profissão.

---

<sup>1</sup> A palavra âncora é utilizada no sentido deste texto no gênero masculino, por se tratar de uma tradução portuguesa da inglesa *anchor-man*, termo usado pelo jornalismo norte-americano para designar este tipo de apresentador de TV de que trata o texto.

Desenvolveu-se então o conceito de que o papel de âncora era o de editar, apresentar e dar opiniões definitivas sobre os assuntos. Uma espécie de *magister dixit*. Jornalistas, professores de jornalismo e alunos difundiram esse modelo, que se popularizou no Brasil. Daí em diante, os telespectadores e ouvintes passaram a identificar o âncora como alguém que opina livremente, no radiojornalismo e no telejornalismo.

A definição mais próxima de *anchor-man*, no entanto, é a de um profissional que apura, elabora e entrega uma notícia de credibilidade ao público. Sem comentar. Aliás, raramente o âncora americano comenta a notícia. Parte-se do princípio de que o público não quer saber o que ele pensa, mas quais as informações que ele apurou sobre um determinado assunto. Parte-se do princípio de que ninguém quer ter a cabeça feita por quem quer que seja e que as pessoas não querem ser objetos da História, mas sujeitos. Pessoalmente, prefiro esta definição. Âncora é o jornalista que participa do processo de produção do noticiário e entrega as notícias da forma mais isenta possível. Só excepcionalmente ele comenta de forma explícita. O que não quer dizer que ele não influencie a elaboração do noticiário. Aliás, todos os que participam do processo opinam, de uma forma ou de outra. O âncora da CNN, Bernard Shaw, dizia: “É um absurdo aquele estilo dos âncoras latino-americanos que comentam a notícia e emitem opinião. Isso não é jornalismo.”

O âncora não é artista. Nem estrela do noticiário. A notoriedade que a função lhe proporciona, às vezes, costuma ser confundida com notoriedade pessoal. De outro lado, confunde-se afetação com seriedade jornalística. Este padrão, porém, está sendo questionado por programas mais coloquiais e que permitem que as reações humanas sejam transmitidas ao público. Hoje, ao contrário do que era tido como regra no Brasil, um fato engraçado que provoca riso em qualquer lugar do mundo pode provocar riso durante a apresentação de um telejornal. O paradigma segundo o qual esse tipo de manifestação tira a credibilidade do âncora e do jornalismo caiu por terra com os inúmeros exemplos atuais. Todos os que põem o jornal no ar devem continuar pensando, sempre. Aliás, jornal fechado – no sentido de estar tudo absolutamente previsto nos mínimos detalhes

– costuma ser uma contribuição para a desatualização. Além disso, nada está tão bom que não possa ser melhorado.

O papel do âncora é pilotar o jornal no ar e fora dele, no estúdio. Ele não pode parar nunca. Mesmo quando entram reportagens gravadas ou intervalos comerciais, ele deve estar se preparando para o que vem pela frente. É importante a sintonia com o produtor e outros jornalistas no estúdio, que se antecipam e estão sempre gerenciando o que vai acontecer nos momentos ou blocos seguintes. *Script*, anotações, jornais e textos devem ser selecionados anteriormente. E o âncora precisa decorar a seqüência do programa. Não pode ser surpreendido nunca, sob pena de comprometer o andamento do jornal. É preciso estar concentrado em tudo o que vai acontecer, principalmente nas entrevistas, entradas de repórteres ao vivo, participações de comentaristas e quadros do programa.

O estúdio de um jornal dinâmico não se confunde com um templo zen budista. Por ele transitam técnicos, repórteres, apuradores, redatores e pessoas que estão comprometidas com o programa que está no ar. Por isso, é recomendável usar fone de ouvido. É uma forma de se isolar do ambiente e se concentrar no que está indo ao ar. É importante, também, que o âncora apresente o jornal tendo à mão um teclado de computador com as páginas úteis da internet – *sites* e agências de notícias, caixa de e-mail dos ouvintes ou telespectadores – para manter a interatividade do veículo. Também ajuda muito manter o *script* organizado e acompanhado do material de apoio.

É importante, ainda, ir anotando as idéias que surgem e que podem ser usadas na seqüência, nos programas que se seguem ou no jornal do dia seguinte. O âncora não pode se desconcentrar nunca. Qualquer distração pode comprometer o trabalho de toda a equipe e a qualidade do programa. Assim, é bom nunca esquecer que microfone vaza e que, por isso, qualquer comentário, qualquer um, pode ir ao ar. Esta é uma das razões, entre inúmeras outras, pelas quais os técnicos devem ser envolvidos no programa. Eles não são apertadores de botões. São seres pensantes que podem e dão grande contribuição ao desenrolar do jornal. Um exemplo comum é a “edição ao vivo”: o âncora entrevista alguém ao vivo e o técnico a grava simultanea-

mente. A um sinal do âncora, o técnico marca um ponto eletrônico correspondente à fala mais importante. No final da entrevista, o âncora destaca aquele trecho e o técnico está pronto para colocá-lo no ar. Para conseguir este resultado é preciso treino e confluência de interesses na equipe. Nada mais.

O improvisado é necessário, porém não pode substituir o que foi preparado anteriormente. É melhor, sempre, se estiver escrito. Assim, evita-se uma distorção do papel do âncora: o mito do verborragismo, que enaltecia o fato de um âncora conseguir falar eternamente, sem qualquer apoio, apenas com seu talento. Na verdade, o que acontecia era que, logo depois dos primeiros minutos, ele passava a se repetir, repetir e daí em diante a meta passava a ser, simplesmente, o que se conhece atualmente como besteirol. Ninguém consegue improvisar bem sobre todos os assuntos. Isto não deve ser confundido com presença de espírito, sempre necessária para amarrar as matérias, ligar fatos simultâneos, lançar diferentes fontes de um mesmo assunto, conversar com repórteres e comentaristas e entrevistar. É preciso treino, até para chamar de novo uma reportagem que não entrou no ar, e chamar o intervalo. Não se deve deixar para treinar no ar. Os ouvintes vão perceber.

No momento que o jornal entrar no ar deve prevalecer a autoridade de cada um em sua função. Não baixa o espírito de liderança em ninguém repentinamente. Gosto de dizer que deve funcionar como uma orquestra de *jazz*. Todos tocam juntos e cada um faz o seu solo no momento apropriado. É preciso muita calma nessa hora. Por isso, as discussões ideológicas, filosóficas ou mesmo o que diz o manual de redação devem ser deixados para depois que o programa terminar.

O sucesso pessoal é uma conseqüência do trabalho sério, duro e de muito tempo. É o reflexo de anos e anos de busca contínua da credibilidade e do aprimoramento cultural e técnico constante. É bom se lembrar que isenção e a ética são atributos dinâmicos e precisam ser perseguidos diariamente. Nesse raciocínio os jornalistas estão éticos ou isentos e não são éticos ou isentos. Finalmente, o melhor caminho para ser um bom âncora é o de Cláudio Abramo: “jornalismo é o exercício diário da inteligência e a prática diária do caráter”.

# O vôo solo do videojornalismo

*Luis Nachbin*

## **Introdução**

*Um homem com uma câmera* deveria ser mais do que um longa-metragem, uma obra-prima dirigida pelo cineasta russo, Dziga Vertov. Deveria ser a regra nas emissoras de televisão. Em 2005, é difícil de acreditar que todo e qualquer repórter não carregue, além da caneta e do bloco de papel, uma câmera de vídeo. Que todo e qualquer telejornalista – pelo menos o enorme número de recém-formados – não seja capaz de captar imagens adequadamente. E que o videojornalista – a “equipe” de uma só pessoa – ainda seja visto, com frequência, como uma alternativa barata e de qualidade duvidosa. Constata-se facilmente que o videojornalismo, ou videoreportagem, ainda está longe de ser um modo de produção bem aceito pelas maiores empresas de comunicação do país. O videojornalismo não é novidade. Ainda no fim da década de 1980, a TV Gazeta, de São Paulo, experimentou a utilização do chamado “repórter-abelha” em seu núcleo jornalístico. Bons resultados foram obtidos, mas um aspecto, na época, apareceu como barreira ainda impossível de transpor: a qualidade técnica das produções videojornalísticas. Os equipamentos profissionais eram volumosos. Pelo menos três pessoas se faziam necessárias em uma cobertura: um cinegrafista, um operador de VT – para manusear um pesado videocassete (VCR), ligado à câmera – e um repórter, livre da parafernália eletrônica, capaz de se movimentar e apurar as notícias.

Vinte anos atrás já existiam, sim, equipamentos de captação de vídeo relativamente leves. O problema estava na qualidade técnica gerada por estes formatos – VHS ou S-VHS. As cores e a definição

de imagens em VHS não têm qualidade *broadcast* – ou seja, não atingem minimamente o padrão exigido para serem “lançadas” no ar. Os “abelhas” da TV Gazeta, munidos de câmeras VHS, não conseguiram competir, pelo menos tecnicamente, com a qualidade que as equipes convencionais obtinham.

Ainda na virada da década de 1980 para 1990, muitas televisões no Brasil já haviam trocado as câmeras acopladas a VCRs por *camcorders* – câmeras que permitem a inserção da fita em seu próprio corpo. Assim, um profissional desapareceu do mercado telejornalístico: o operador de VT. As *camcorders* trouxeram um enorme ganho de qualidade e mobilidade às chamadas ENGs (*Electronic News Gathering*), ou equipes de externa. No entanto, também não eram adequadas ao modelo videojornalístico. Pesavam em torno de 10 quilos, sem contar os acessórios indispensáveis – bateria, fita, tripé, luz e microfone. Nós, os “abelhas”, já existíamos – mas ainda precisávamos de consideráveis avanços tecnológicos para chegarmos à “vida adulta”.

### O repórter-abelha

Estive em São Paulo algumas vezes por conta de seminários e congressos de telejornalismo. Invariavelmente ouvia a referência “abelha” em perguntas da platéia. Confesso que sem muita simpatia, nas primeiras vezes. Videojornalismo é um modo de produção que muda consideravelmente as relações de trabalho, a forma e o conteúdo das reportagens. Deve ser visto com o máximo de seriedade. O rótulo “abelha” me parecia pouco nobre, para dizer o mínimo. Aos poucos, porém, a minha percepção mudou. Normalmente, ainda prefiro me apresentar como videojornalista, mas já não vejo mais problema em me inserir como parte de uma pequena e promissora “colméia”. Imaginemos um fato jornalístico qualquer. Uma entrevista coletiva do presidente da República; a reforma do asfalto em uma rua movimentada no centro da cidade; ou uma final de campeonato entre dois grandes rivais, com estádio lotado. Nessas três situações, a aparição de uma abelha – o inseto – provavelmente geraria pouca ou nenhuma interferência. Até mesmo na coletiva do presidente, dependendo do grau de apreensão e concentração de todos, é pos-

sível que a abelha sequer fosse notada. Não se pode garantir que a interferência será nula. Mas, com certeza, será mínima – ainda mais se o repórter-abelha tiver sido devidamente preparado para trabalhar com discrição. Interferência mínima ou zero. Estamos diante de uma das principais vantagens do formato videojornalístico. Supostamente, documentários reproduzem a vida real e matérias telejornalísticas informam sobre fatos reais. Mas, como acreditar em “realidade” se, diante do objeto de filmagem, estão um cinegrafista, um repórter, um produtor, um diretor, um iluminador? A espontaneidade da situação se perde na mesma proporção em que se monta uma parafernália eletrônica para capturá-la.

A médio prazo, nossos cientistas poderão criar uma espécie de “abelha-robô”, munida de *chips* e dirigida por controle remoto. À distância, o cinegrafista e/ou o diretor poderá fazer com que ela execute um movimento panorâmico da esquerda para a direita, terminando com um rápido *tilt down*<sup>1</sup> para corrigir o enquadramento do personagem principal. Em seguida, o minúsculo robô poderá recuar a lente trazida para a posição grande angular e então esta microcâmera vai executar um belo e estável *dolly in*<sup>2</sup> até enquadrar, em *close*, o rosto do entrevistado.

A possibilidade descrita acima me parece fascinante até o momento em que utilizo a expressão “microcâmera”. Se o telejornalismo atual já lança mão deste recurso de maneira freqüentemente irresponsável, imagine quando pudermos comandá-lo à distância, sem a necessidade do envio de um jornalista ou farsante? Esta é uma discussão de cunho ético extremamente relevante. O “repórter-abelha” não deve e não pode se transformar em uma espécie de “espião do telejornalismo”.

A redução da equipe de trabalho ao número mínimo pode gerar aspirações perigosas e condenáveis. A possibilidade de não ser notado não deve ser confundida com maiores facilidades para burlar a lei.

---

<sup>1</sup> Jargão jornalístico: é o movimento da câmera sobre seu próprio eixo para baixo, no intuito de filmar a ação. O *tilt up* seria o movimento contrário, isto é, realizado para cima.

<sup>2</sup> Jargão jornalístico: É o movimento de câmera, com ajuda da *dolly* (grua e carrinho), com o intuito de fechar o enquadramento ao filmar a ação. O *dolly out* é o movimento inverso, de recuo do carrinho para se distanciar da ação e, conseqüentemente, abrir o enquadramento.

Invasão de privacidade é crime. O videojornalista precisa de autorizações para gravar tanto quanto os outros profissionais do ramo. Por estar sozinho, por intimidar menos do que uma equipe tradicional, acaba transitando nos bastidores das mais diversas situações com relativa naturalidade.

### **Abelhas sem fronteira**

No início de 2003, viajei até o sudeste da Ásia – sozinho, como de hábito – para gravar em quatro países: Cingapura, Malásia, Camboja e Laos. O meu objetivo era o de documentar histórias em vizinhos tão diferentes como estes quatro. Cingapura é uma cidade-estado riquíssima. A renda *per capita* média do cingapuriano supera 24 mil dólares. Logo acima, geograficamente, está a Malásia – um dos chamados tigres asiáticos cuja economia cresceu a taxas altíssimas no fim do século XX. Ali perto, o Camboja está se reerguendo depois de décadas de destruição causada pela Guerra do Vietnã, golpes de Estado e o genocídio levado a cabo pelos revolucionários do *Khmer Vermelho*, de 1975 a 1979. Finalmente, o Laos – país ainda relativamente fechado, agrário e sob governo comunista desde 1975.

Com a mobilidade característica de uma abelha, pude circular agilmente por toda a região. Eu tinha feito ampla pesquisa e carregava um planejamento de produção meticuloso. No entanto, como já era previsível, novas histórias surgiam na medida em que a minha interação aumentava. De avião, ônibus, barco, jipe ou motocicleta, eu também seguia atrás das novas pautas em potencial. A experiência que tive no Laos, em particular, me parece um bom exemplo.

Desembarquei na capital laosiana, Vientiane. De lá, peguei um vôo doméstico até a pequena cidade de Phonsavan, a pouco mais de 300 quilômetros. Aluguei um jipe e contratei um guia local. A minha idéia era a de gravar em algumas tribos da etnia Hmong, uma das mais antigas do planeta. Levamos horas e horas viajando por estradas bem precárias. O Laos é um país de terreno montanhoso, o que dificulta o deslocamento por terra.

As pessoas no vilarejo me receberam muito bem. Nenhum contato havia sido feito, já que lá não há telefone, muito menos internet.

O tradutor, a meu pedido, disse a eles que eu era um jornalista brasileiro realizando um trabalho independente. Aquele material áudio-visual acabaria virando um programa Globo Repórter, mas este foi um acordo implementado depois da minha volta ao Brasil. A ida ao sudeste da Ásia foi uma decisão minha, unilateral. Mais adiante falarei sobre a negociação de projetos independentes. Pois bem, nos confins do Laos se repetiu a reação a que já me acostumei: as pessoas olham para a minha presença solitária, de mochila nas costas, e imediatamente me autorizam a gravar. A aceitação do “abelha” é infinitamente mais fácil em comparação com a equipe convencional.

Sempre faço questão de ressaltar, antes de iniciar a filmagem, que aquele material talvez venha a ser visto por milhões de pessoas. Em geral, a reação é de descrédito. Poucos consideram que apenas um homem com uma câmera seja capaz de fazer televisão de forma profissional. Enquanto gravava no Laos, já imaginava que o provável destino daquelas fitas seria o Globo Repórter. Então, me lembro de ter dito, através do tradutor: “Acho que mais de 30 milhões de pessoas vão assistir às imagens que vou fazer”. Esta informação, passada para a tribo de um país com cinco milhões de habitantes, foi motivo de riso. O videojornalista, em muitos contextos, é visto como um sujeito excêntrico bem equipado. Como alguém que está caprichando no vídeo caseiro a ser mostrado para a família e amigos.

A etnia Hmong, historicamente, depende das plantações de papoula para subsistência. Da papoula é extraída, dentre outros subprodutos, a matéria-prima para o ópio e a heroína. Alguns estudos indicam que as tribos Hmong fumam ópio no Laos há pelo menos dois mil anos. A droga não costuma fascinar a juventude laosiana – mais seduzida, hoje em dia, pelas bebidas alcoólicas industrializadas. Orientado por mim, o guia perguntou a respeito das famílias que consomem ópio com mais frequência. Um morador, então, apontou para duas ou três cabanas. Fomos até uma em que o pai da família estava prestes a iniciar a preparação do ópio.

Era um camponês que se queixava de dores nas costas. Usava o ópio com fins terapêuticos. Tinha 49 anos e trabalhava em plantação de arroz. Meu guia e eu nos apresentamos. Conversamos por

15 ou 20 minutos. Quando percebi que os dois lados já se sentiam razoavelmente confortáveis, instruí o guia a perguntar se eu poderia ligar a câmera. O dono da cabana riu. Respondeu que sim, caso eu não fosse da polícia. O consumo de ópio, no Laos, não é legalizado. Mas a repressão – moderada – se dá apenas nos centros urbanos. O governo atual do Laos está no poder desde 1975 e sabe que várias tribos consomem ópio há dois milênios, ou mais. A população rural é maioria no país. Documentei o ritual do ópio, assim como várias outras situações naquela comunidade. Em pouco tempo, percebia que estava circulando por lá com surpreendente comodidade. Um sorriso e um pedido de licença eram suficientes para que tivesse acesso a qualquer cabana, a qualquer atividade.

Gostaria de relatar, ainda, uma outra experiência durante a minha viagem ao sudeste asiático. Fiz uma vasta pesquisa sobre a Malásia – especialmente sobre aspectos ligados à religião dominante – o Islamismo. Aproximadamente metade da população malaia é muçulmana. E o meu objetivo jornalístico era o de tentar acompanhar o dia-a-dia de uma jovem muçulmana. Documentar o cotidiano dela e, se possível, conduzir uma entrevista absolutamente franca – durante a qual perguntaria sobre namoro, sexo, drogas, liberdade, democracia, guerra ao terror e outros possíveis temas tão complexos e delicados quanto.

Eu não conhecia absolutamente ninguém na Malásia. Minha meta esbarrava em uma dificuldade óbvia: como viabilizar esta pauta? Quem, na Malásia, se deixaria gravar por um “abelha” brasileiro nunca visto antes? No cronograma de produção, eu tinha reservado uma semana em Kuala Lumpur, a capital do país.

Em Cingapura, o primeiro fato animador: conheci um casal que me passou o contato com uma conhecida em Kuala Lumpur. Era uma jovem de 20 e poucos anos que não aceitou a proposta de ter uma câmera presente ao cotidiano dela durante três dias. Através desta moça, consegui mais um contato. Uma ligação telefônica foi o suficiente para marcar um encontro com a nova entrevistada em potencial, de 25 anos. Fomos a um restaurante. Ela apareceu acompanhada de uma amiga. Estava curiosa em relação à proposta que havia recebido, e igualmente insegura.

Depois de alguns minutos de conversa, Nur Islajuita – a moça malaia com a qual convivi nos três dias seguintes – quis saber quem mais fazia parte da minha equipe. Repeti o que já havia dito por telefone. É provável que ela quisesse, no restaurante, uma confirmação do que havia ouvido na primeira ligação telefônica. Discretamente, ela e a amiga trocaram um olhar e um sorriso cúmplices quando ratifiquei que a minha “equipe” estava toda ali. Naquele momento, tive absoluta convicção de que a resposta dela seria “sim”. Eu, um “abelha”, causaria pouca interferência ao cotidiano dela. Nur Islajuita se sentiu imediatamente mais segura.

Ao fim do terceiro dia, nos sentamos num parque muito agradável de Kuala Lumpur. Gravei uma entrevista de aproximadamente uma hora. Ela se prontificou a falar sobre todos os assuntos da minha pauta. Se abriu diante da figura solitária do videojornalista. Alguns meses depois, recebeu cópia do material veiculado. Pela internet, me relatou que não se sentiu nem um pouco constrangida com a franqueza do que viu na fita.

## O mercado

De volta ao Brasil, procurei a direção do Globo Repórter. Fiz um relatório sobre todo o material gravado para a editora-chefe do programa, Silvia Sayão. Ela demonstrou interesse e rapidamente acertamos que a minha viagem ao sudeste da Ásia viraria uma edição, na íntegra, do programa. Como a produção já estava finalizada, não tive dificuldade em somar custos e honorários meus – a minha remuneração por aquele trabalho – para chegar a um valor final. O acerto foi fácil. O videojornalismo também é um modo de produção relativamente barato.

Há várias empresas de televisão, no mundo inteiro, que têm videojornalistas como funcionários fixos. Outros tantos videojornalistas – a grande maioria – trabalham de forma independente. Neste segundo caso, o profissional terá que dispor de algum capital para investir nas ferramentas de produção. É fundamental achar um bom equilíbrio entre o mínimo necessário de parafernália eletrônica – a fim de que a captação tenha qualidade elevada – e o peso a ser car-

regado. Um exemplo claro é a iluminação. O videojornalista não pode sequer pensar em transportar torres de luz. O benefício gerado não compensaria a perda de mobilidade. A essência do trabalho do “abelha” ficaria comprometida.

Duas bolsas relativamente leves são suficientes para acomodar o meu material de gravação. Em um mochila de porte médio estão:

- uma câmera digital – no momento, uso uma da marca Sony, modelo PD-150 3 CCDs;
- algumas fitas mini DV-CAM – pequenas e leves;
- 3 baterias também de tamanho reduzido – cada uma capaz de suportar um dia inteiro de gravação (sob hipótese alguma pode uma produção parar de trabalhar porque as fitas acabaram ou as baterias estão descarregadas);
- 3 microfones – um de lapela, usado para gravar áudio nas entrevistas em que o ruído ambiente é relativamente baixo; um “microfone de mão” – expressão usada no jargão jornalístico – para situações em que o ruído ambiente pudesse ser um problema; e um microfone direcional, ao qual muitos profissionais se referem como *boom*, para captar áudio-ambiente e depoimentos relativamente curtos, especialmente aqueles que não permitem algum tempo de preparação;
- um fone de ouvido para monitorar o áudio;
- uma luz portátil, acoplável ao topo da câmera, para iluminar o primeiro plano – tanto um rosto durante uma entrevista, quanto um objeto;
- uma lente grande angular conhecida como olho-de-peixe;
- dois filtros: um UV, que protege a lente dos raios ultravioleta; e um polarizador, que melhora a leitura das cores;
- micro-toalha e líquido especiais para limpeza das lentes e filtros;
- uma capa de chuva para a câmera;
- utensílios variados, como fita adesiva de alta resistência, cola e canivete multifuncional.

Todo o material acima descrito pesa, aproximadamente, sete quilos. Em outra bolsa, levo um tripé de pouco mais de três quilos.

## A virada profissional

Minhas produções videojornalísticas, sem exceção, têm seguido pelo caminho independente. A primeira experiência se deu quando eu ainda trabalhava como repórter de esportes da Rede Globo – de 1994 até 1997. Em julho de 1997, munido de uma câmera no formato *Hi-8*, aproveitei o meu mês de férias para empreender uma viagem à Índia. O destino final foi o estado de Goa. A passagem da colonização portuguesa por aquela região rende a Goa alguns traços culturais que não são encontrados em outras partes do país. Fui atrás de histórias de futebol.

Ainda no terceiro ou quarto dia de gravação, descobri que o principal time de Goa contava com quatro brasileiros – dois jogadores, o técnico e o preparador físico. No entanto, eles estavam no nordeste do país – mais precisamente na cidade de Guwahati, próxima das fronteiras com o Butão e Bangladesh. Iam disputar, dois dias depois, uma das semifinais da Copa da Índia. Não tive dúvida. Comprei um bilhete aéreo Goa-Calcutá, e de Calcutá peguei uma conexão para Guwahati. A história realmente valia a pena: aqueles eram os primeiros brasileiros no futebol indiano.

De volta ao Brasil e ao meu cotidiano de repórter convencional, pedi ao diretor de esportes da Rede Globo, Luiz Fernando Lima, autorização para editar um piloto<sup>3</sup> da minha viagem. Pude usar a infra-estrutura da empresa e contar com o precioso auxílio de um dos melhores editores da casa – Lenildo Cardoso. Aproximadamente oito horas de material gravado se transformaram em um piloto de quatro minutos. Exibi a fita para o diretor Luiz Fernando, que ficou bastante entusiasmado com a novidade. Juntos, decidimos que o melhor caminho seria o meu desligamento como funcionário da empresa. Começavam, na virada de 1997 para 1998, os meus dias como videojornalista independente.

---

<sup>3</sup> Jargão jornalístico: edição jornalística de caráter experimental. Precisa ainda ser aprovado pelo editor ou diretor do programa em que se deseja veicular o produto. Também se utiliza esta expressão para outras mídias. Cantores ou bandas iniciantes apresentam gravações-piloto para serem analisadas pelos dirigentes de gravadoras.

Com a Rede Globo, ficou consolidada uma saudável parceria informal. Passei a pesquisar e oferecer projetos ao núcleo de esportes. A negociação fluía com facilidade. O que estava sendo oferecido por mim representava horizontes novos para a empresa, a custos relativamente baixos. De janeiro de 1998 até fevereiro de 2000, realizei produções independentes, solitárias, nos seguintes países: China, Japão, México, Tunísia, Itália, Mongólia, Finlândia, Islândia, Ilhas Faroé, Irã, Canadá, Zimbábue, África do Sul, Portugal e Tailândia.

Em abril de 2000, recebi um convite do programa Muvuca, apresentado por Regina Casé, na Rede Globo. Minha metodologia de pesquisa, então, se adequou às novas necessidades. Se antes eu pesquisava livremente e oferecia o projeto ao comprador em potencial – no caso, o núcleo de esportes da Rede Globo – agora era a equipe do Muvuca quem determinava o tema sobre o qual eu deveria pesquisar. Logo na primeira negociação, Alberto Renault, diretor de criação, me pediu para levantar histórias interessantes ligadas à telefonia celular. Na época, a Finlândia era o país com o maior índice de telefones celulares *per capita* – aproximadamente 8 em 10 finlandeses tinham pelo menos um aparelho. Levantei algumas pautas, pesquisei custos e apresentei o projeto “Finlândia/Celular”. Acertados os valores e o conteúdo da proposta, embarquei para a Escandinávia. Ainda no mesmo ano, produzi reportagens no Chipre, na Bósnia e no Sri Lanka – todas veiculadas no Muvuca.

Em fevereiro de 2001, tomei a decisão de enfrentar um desafio mais complexo. Levei a minha primeira proposta de produção ao Globo Repórter. Qualifico este desafio como mais complexo por se tratar de um programa inteiro, com 45 minutos de duração, a ser produzido por um único profissional – o videojornalista. Para minha surpresa, a direção do Globo Repórter recebeu a minha iniciativa muito bem. Não houve, em momento algum, qualquer questionamento sobre a eventual capacidade de um “abelha” dar conta desta missão jornalística.

O Globo Repórter é um programa tradicional da grade de programação da emissora, exibido em horário nobre e com índice de audiência permanentemente elevado. Como se diz no jargão de tele-

visão, é um programa em que o “acabamento” é realizado com todo o capricho. Isto quer dizer que se investe na qualidade da pesquisa, das imagens, do conteúdo e da edição. Na minha cabeça, havia a seríssima dúvida quanto à possibilidade de um videojornalista satisfazer as expectativas listadas acima.

A proposta que apresentei recebeu o seguinte título: “Transiberiana, a estrada de ferro mais longa do mundo”. Mais uma vez, o comprador – no caso, o Globo Repórter – e eu acertamos, previamente, conteúdo e preço do projeto. No início de março, ainda em pleno inverno siberiano, embarquei rumo a Moscou. Da capital da Rússia, iniciei a tal viagem de trem que só terminou um mês depois no extremo oriente do país – mais precisamente na cidade de Vladivostok. Ao longo do caminho fiz várias paradas para gravação. O conteúdo discutido inicialmente sofreu algumas alterações em função do surgimento de novas histórias. A proposta-macro, no entanto, se manteve.

Vale salientar que a montagem do projeto transiberiano, assim como todos os demais, foi feita na ilha de edição do comprador do projeto. Acompanho de perto, sempre, toda a pós-produção. Mas nunca gosto de assumir, sozinho, a responsabilidade por esta etapa final do processo. O trabalho videojornalístico pode ser considerado extremamente autoral. Uma única cabeça determina o conteúdo e a linguagem estética durante a captação de áudio e vídeo. Neste caso, a presença do chamado “olhar frio” do editor me parece indispensável. Está mais próximo do olhar da audiência e evita distorções geradas pelo envolvimento do autor com o próprio material bruto.

Uma vez veiculado o Globo Repórter sobre a Transiberiana e tendo sido satisfatório o resultado final, percebi que pouco importava se o produto videojornalístico teria dois minutos ou uma hora de duração. Convivi com esta preocupação ao longo de mais de nove mil quilômetros sobre trilhos, na Rússia. No fim, cheguei à conclusão de que relevantes são a preparação do profissional e o tempo disponível para o empreendimento. O videojornalista, assim como a equipe convencional de televisão, deve estar treinado para viabilizar tanto uma rápida cobertura factual quanto uma reportagem de

fôlego, ou até um documentário. São dois modos de produção que, embora distintos, necessitam igualmente de uma boa direção. Um não é necessariamente superior ou inferior ao outro. A grande distância entre a equipe e o “abelha” está no fato de que um é aceito pelo mercado brasileiro desde os primórdios do telejornalismo. O outro, ainda não.

Produzi, como videojornalista, outros dois programas Globo Repórter – no sudeste asiático, como já mencionei, e na Índia – além de um documentário sobre a guerra ao terror. Neste último caso, trata-se de um *road movie* em que cruze os Estados Unidos de carro, de ponta a ponta – começando em Nova York e terminando em São Francisco. Gravado o documentário, parti para a fase de negociação com algumas TVs a cabo – ainda não finalizada no momento em que escrevo estas linhas.

A vantagem deste processo está na liberdade absoluta, plena, para tomar toda e qualquer decisão durante a produção. Não existe, ainda, comprometimento algum com compradores. A desvantagem óbvia está na relativa insegurança quanto à comercialização. Como em qualquer outro ramo profissional, no audiovisual o empreendedor também deve estar apto a correr riscos. Há sempre algum grau de incerteza quanto ao retorno do investimento.

### **Um caminho para poucos**

O videojornalismo é uma proposta de associação do trabalho intelectual, de criação, a um esforço físico considerável. Talvez por este motivo seja tão mais praticado nos Estados Unidos e em alguns países da Europa, em comparação com o Brasil. A grande maioria dos nossos jornalistas formados é de classe média, ou média-alta, e não está acostumada a realizar trabalhos mais pesados. Em casa, ao longo de toda a infância e adolescência, raramente teve que derrubar uma parede, pintar a casa ou trocar o piso da cozinha e dos banheiros. Até mesmo tarefas do cotidiano, como varrer o chão ou cortar a grama, não costumam recair sobre o jovem de classe média-alta.

Alguns dos nossos videojornalistas em potencial – e convivo com muitos deles como professor da PUC-Rio desde 1995 – se mostram

dispostos aos 20 anos. O fascínio pela mobilidade e multifuncionalidade os leva a uma dedicação inicial grande. Aos 25 ou 26 anos, é provável que ainda estejam relativamente bem dispostos ao esforço corporal. Mas a maioria tem se perdido – como videojornalista, vale deixar bem claro – por volta dos 30 anos, justamente quando sinais de maturidade profissional são percebidos no jornalista. Faço este comentário com pesar porque é justamente neste momento que crescem as chances de o videojornalista vingar.

Se não, vejamos bem como pode ser definido este profissional multifuncional. Ele é um cinegrafista, um iluminador, um técnico de som, um repórter, um produtor e um diretor – incorporados em uma única pessoa. Uma boa dose de experiência é fundamental. Trabalhos de alta qualidade desenvolvidos por videojornalistas recém-formados existem, mas não são comuns.

Conheço exceções que merecem menção. No ano de 2000, Marco André Lima – jornalista formado pela PUC-Rio em 1999 – exibiu uma série de três videoreportagens excelentes no programa *Esporte Espetacular*, da Rede Globo. Mais recentemente, André Basseggio, no *Fantástico*, e Bruno Natal, no *Esporte Espetacular*, também emplacaram material de primeira linha. Ambos não têm mais do que cinco anos de vida profissional.

## **New York One**

Quando li pela primeira vez sobre os videojornalistas, numa edição da *Revista Imprensa* de 1996, pensei: “Só pode ser um super-homem do telejornalismo”. O mito do super-herói caiu quando visitei a *New York One* – emissora a cabo que se propõe a realizar ampla cobertura local, na cidade de Nova York. A NY1 implantou, a partir de 1991, uma filosofia de trabalho muito clara: onde houver algum fato de relevância jornalística, lá estará um *videojournalist*. Quantidade de “equipes” espalhadas e qualidade juntas – esta era a idéia.

Entreí na sede da NY1 em dezembro de 1996. Fui recebido pelo diretor da emissora, apresentado às instalações da redação e, em seguida, autorizado a acompanhar o dia-a-dia de um videojornalista. No caso, uma videojornalista. Alguns preconceitos meus, na época,

ainda me indicavam que o videojornalismo poderia ser uma atribuição muito mais masculina do que feminina. Com o tempo, passei a pensar o contrário: as mulheres podem ser melhores videojornalistas do que os homens, na medida em que são mais sensíveis. E captação de imagens – onde posicionar a câmera, a composição dos planos, a luz, o melhor momento de gravar etc. – é um exercício constante de sensibilidade.

A “abelha” nova-iorquina, cujo trabalho iria acompanhar, de fato era muito pequena. Media pouco mais de um metro e meio, tinha braços finos e se vestia com muita classe. Era o auge do rigoroso inverno nova-iorquino – naqueles dias, a temperatura estava, constantemente, abaixo de zero. E ventava – quem conhece o vento de Nova York, sabe do que estou falando. Ainda assim, ela calçava um sapato fino e usava saia – além de cachecol de lã, par de luvas e casaco longo. Fazia questão de manter a elegância enquanto realizava tarefas braçais.

Sem o menor problema, ela retirou todo o equipamento do núcleo técnico da NY1 e o transportou até o carro, estacionado na rua mesmo. Colocou uma parte no porta-mala, outra no banco de trás e se dirigiu ao *City Hall* – a sede da prefeitura. Estacionou o carro num local já reservado e foi fazer a primeira cobertura do dia. Eram nove e meia da manhã. Por volta do meio-dia, um motoqueiro recolheu a fita com aproximadamente 20 minutos de material bruto e a narração do texto em *off*. Almoçamos nas redondezas e dali seguimos para a segunda cobertura. Na minha cabeça, já estava bem claro que aquele conceito de trabalho era produto de uma boa preparação, e não de alguma capacidade física ou intelectual descomunal.

Os videorepórteres da NY1 tinham passado por um período de três meses de treinamento intensivo, em tempo integral, antes de entrar no ar. Não se transforma um jornalista convencional – seja de jornal, rádio, televisão ou internet – em videojornalista da noite para o dia. Empresas que agem assim, movidas a expectativas imediatistas, contribuem para o descrédito do formato. Com frequência, se lê crítica sobre a qualidade do produto final exibido pelos videojornalistas. Em geral, aspectos estéticos estão entre os

mais questionados. Noções deficientes de fotografia, que implicam composições amadoras, e movimentos de câmera truncados estão entre os mais comuns.

Tendo a concordar com parte das críticas. Assisto, eventualmente, a trabalhos videojornalísticos de baixa qualidade, gerados por profissionais ainda despreparados para o exercício da função. Um excepcional cinegrafista, com prêmios no currículo, não necessariamente está pronto para virar um videojornalista. Longe disso. Vai precisar de um bom período de treinamento até entender e dominar o exercício da multifuncionalidade. O mesmo raciocínio se aplica ao repórter televisivo. Exerci esta função por um ano na TV Educativa e três anos na Rede Globo. Convivi com alguns dos melhores cinegrafistas do telejornalismo nacional e aprendi incontáveis técnicas de trabalho com eles. No entanto, ao fim daquela experiência, estava claro que eu precisaria de um período de treinamento até virar videojornalista. Foi exatamente o que fiz.

### **Nova linguagem ou exploração do trabalho?**

Com frequência espantosa, na minha opinião, se diz que o “abelha” é um desrespeito aos colegas de trabalho. Geraria desemprego por representar acúmulo de funções. Em oito anos de pesquisa sobre o assunto, esbarrei com seguidas referências à lei número 972 de 17 de outubro de 1969, criada para reger a profissão de jornalista. De acordo com algumas interpretações da referida lei, não caberia ao repórter cinematográfico o exercício da função de repórter de texto, ou vice-versa. Nenhuma das duas funções também poderia encarregar-se da iluminação de cenas – tarefa que, necessariamente, competiria a um terceiro profissional.

Em 1969, de fato a necessidade de equipes numerosas era indiscutível. Ainda se usava filme, e não videoteipe, para gravação de imagens jornalísticas. Comparativamente ao discreto “abelha”, era como se as externas jornalísticas fossem realizadas por uma espécie de “urso polar” – equipes pesadas, com pouca agilidade. Os anos 1990 trouxeram uma revolução ao mercado audiovisual. Os formatos digitais de captação e edição reduziram drasticamente custos e

volume dos equipamentos. Uma câmera capaz de produzir imagens com qualidade para veiculação passou a custar aproximadamente dez vezes menos.

Hoje em dia é possível a aquisição de uma câmera digital com 3 CCDs, no formato *mini DV*, por menos de três mil dólares americanos. A possibilidade de se montar uma ilha de edição portátil também deixou de ser exclusividade dos empresários mais abastados. Em outras palavras, a propriedade dos meios de produção se tornou acessível aos trabalhadores do audiovisual. Impedir que algum profissional pegue uma câmera – agora muito mais facilmente manipulável e pesando até menos de dois quilos – é querer coibir um processo irreversível e que vem gerando crescimento do mercado.

O “abelha” representa uma expansão das possibilidades, e não um encolhimento. É uma proposta nova de linguagem que não deve ser interpretada como tentativa de acabar com as equipes convencionais. Não são poucas as situações de cobertura telejornalística factual que precisam de dois ou três profissionais. Enquanto um estaciona o carro, o segundo grava imagens e o terceiro faz a apuração nos bastidores. O videojornalista seria menos eficiente. Em tantas outras, como já foi discutido, pode ser tão ou mais eficiente e criar uma linguagem diferenciada.

Não foi só o jornalismo que se beneficiou com a revolução digital. São incontáveis as produções cinematográficas que só foram levadas a cabo, nos últimos anos, graças ao surgimento dessas novas ferramentas. A captação em película é inviável para produções com orçamento enxuto. Cineastas renomados, no Brasil e no exterior, vêm usando como metodologia a captação no formato digital e a transferência, somente no fim do processo de pós-produção, de vídeo para filme.

A internet em banda larga, como se sabe, é mais uma mídia com excepcional potencial para o escoamento da produção audiovisual que não pára de aumentar. Mais do que isso: é um ótimo espaço para o “abelha”, especialmente o iniciante, ganhar fluência na linguagem e receber *feedback* da audiência. Ainda assim, o videojornalista – assim como qualquer outro profissional do meio – não deve se lançar em

“vôo cego”. É indispensável, primeiro, uma cuidadosa etapa de preparação conceitual e treinamento prático.

A pressa por resultados afeta o trabalho de muitos “abelhas”, na medida em que as críticas se multiplicam. A eventual baixa qualidade em uma videorreportagem não deve ser vista como uma deficiência do modo de produção, e sim como uma limitação e/ou falta de preparação do profissional. Já existe, no Brasil e no exterior, um número suficiente de excelentes produtos videojornalísticos. Produções que trouxeram novidades à linguagem audiovisual e merecem todos os aplausos.

O momento não é mais o de questionar a existência do videojornalista, e sim de saber usá-lo da melhor maneira possível.



# Quem fica para contar a história?

*Rafael Freitas*

Vivemos atualmente num ambiente de profundas transformações tecnológicas e muito se tem especulado sobre o futuro dos processos de produção na televisão. A paulatina substituição dos videocassetes pelos computadores, o aparecimento da transmissão via banda larga na internet, o processo de digitalização da transmissão televisiva (TV digital) e o fenômeno da convergência tecnológica dos meios de comunicação impõem um novo cenário de possibilidades e desafios para os profissionais de telejornalismo. Entre outras questões, a que mais recorrentemente aparece como um dos aspectos dessas transformações é a redefinição da função do editor de imagem na cadeia de produção jornalística.

Fala-se no seu desaparecimento ou da aglutinação dessa tarefa a mais atividades no circuito de produção. Imagina-se que todo este avanço tecnológico facilitará tanto as técnicas de edição de imagem que, no futuro, este profissional poderá ser descartado e sua função desempenhada automaticamente pelo computador ou pelo próprio editor de texto. Este tipo de raciocínio erra ao limitar a edição de imagem a um mero processo técnico, isto é, a um conjunto de normas e parâmetros nos quais o aspecto de criação da linguagem subjetiva e estilística não existe, ou pior, já está dado, *a priori*, pelo texto.

Trata-se de uma incorreção conceitual que, além de superficial e imprecisa, não permite uma avaliação global e aprofundada das transformações em curso. A generalização desta concepção sobre o trabalho do editor de imagem, sem levar em consideração as nuances

que se estendem por todas as suas áreas de atuação, prejudica a análise do que poderá acontecer no futuro, nas redações de TV.

Há muito o profissional de edição de imagem no telejornalismo (assim como em toda atividade audiovisual) evoluiu, no sentido de construir um conhecimento intelectual, uma subjetividade e uma linguagem própria. Na publicidade, no cinema e nas demais áreas, o que se verifica, com a evolução da tecnologia, é o crescimento da importância da edição de imagem, e não o inverso. Nesse sentido, seria possível também dizer o contrário do que normalmente se supõe, o profissional específico de texto é que poderá desaparecer e aglutinar-se ao da imagem. Quem levará vantagem sobre quem? O editor de texto que sabe editar, ou o editor de imagem que sabe escrever? Eis a rasa questão.

Nem tanto ao mar e nem tanto à terra. O senso comum do chamado “profissional multitarefa” já causa certo temor nas redações de TV. A maior parte dos profissionais começa a ficar receosa de que uma futura reestruturação, em nome de uma maior eficiência propiciada pela evolução da tecnologia, acabe com seus empregos. Repórteres, editores de texto e produtores, entre outros, sentem-se impelidos a dominar as demais etapas da produção profissionalmente – em especial a edição de imagem –, enquanto que editores de imagem, câmeras e assistentes buscam ampliar seus conhecimentos, de forma a permanecer no mercado.

Esse frenético fenômeno de busca do chamado conhecimento multifacetado é uma característica do mundo do trabalho dos tempos atuais. A história do desenvolvimento tecnológico, na indústria e nas demais áreas da economia, mostra que ao mesmo tempo em que se reduz a mão-de-obra necessária para a produção, se impõe a maior intelectualização do trabalhador para assumir as novas funções. Por isso, os estudantes de comunicação atualmente são aconselhados, desde o primeiro dia de faculdade, a se tornarem “profissionais multimídia”, saber fazer de tudo em todos os suportes. É dado como certo que, em pouco tempo, não haja mais espaço para o bom profissional de comunicação com apenas um tipo de habilidade.

Nossa questão é como essa reestruturação atinge o telejornalismo e, em especial, a edição de imagem. Antes de aprofundar a

discussão, vale a pena voltar no tempo e verificar como nasce a edição – e o editor – de imagem no telejornalismo, e de que forma o incremento tecnológico tem influído nessa etapa da produção. Esta retrospectiva permitirá que nós situemos melhor as questões que se apresentam à nossa frente.

### **Pequena história da edição de imagem no telejornalismo**

É a partir do aparecimento do videoteipe, no final da década de 1950<sup>1</sup>, que se inaugura a linguagem do que conhecemos hoje como telejornalismo e, por que não, a própria televisão. Não mais chegariam aos olhos do telespectador os erros e os improvisos da televisão ao vivo. Nascia ali também a edição de imagem. São o videoteipe e a edição de imagem – e de som – que vão possibilitar a invenção da linguagem televisiva.

Diferentemente de outros países, como os Estados Unidos e sua grande indústria cinematográfica, a TV brasileira ancorou-se na experiência e na linguagem do rádio e do teatro como ponto de partida. Isso fez com que toda essa nova perspectiva da televisão tivesse que ser inteiramente inventada. A possibilidade de gravar imagens e sons em uma fita magnética começa a desencadear um novo tipo de linguagem. As reportagens nessa época eram verdadeiras odisséias. Feitas em condições precárias, eram mais lidas que ilustradas e utilizavam como fonte de informação notícias recortadas dos jornais locais. As poucas matérias externas eram realizadas com câmeras de cinema, pois os equipamentos de televisão, muito grandes e pesados, não permitiam a agilidade de coberturas diárias de que um telejornal necessita. No início, utilizavam-se os equipamentos de TV em externa praticamente apenas para a transmissão de esportes por não necessitarem de muito deslocamento<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> O videoteipe foi inventado pelos cientistas americanos Charles Ginsberg e Ray Dolby, no ano de 1956.

<sup>2</sup> O videoteipe foi usado pela primeira vez no Brasil em 1958, com a apresentação de “O Duelo”, de Guimarães Rosa, pelo programa de teleteatro “TV de Vanguarda”, da TV Tupi de São Paulo. A estréia do novo equipamento foi precária, pois ainda não havia possibilidade de montagem do material. Quando a fita terminou, as cenas finais tiveram de ser feitas ao vivo.

A operação da edição era estritamente técnica e complicada. As fitas de duas polegadas de largura<sup>3</sup> eram frágeis e se partiam a todo instante, enroladas em grandes carretéis. No início eram emendadas como os filmes (largamente usados nessa época), através do corte das pontas e a colagem delas com fitas adesivas, o que resultava em pulos na imagem impensáveis nos dias de hoje. A função do editor de imagem começa então como estritamente de operação técnica, comandada pelo repórter ou pelo editor de texto. Uma função parecida com a do montador de filmes de cinema, que fazia tudo sob orientação do diretor.

A preocupação inicial era com a preservação do material gravado e o cuidado de que as poucas edições com adesivos não atrapalhassem o entendimento das matérias pelo telespectador. Como no Brasil não existiam profissionais especializados em TV, funcionários oriundos de outras funções dentro da emissora – tais como contínuos, assistentes de estúdio, pessoal de limpeza etc. – foram promovidos a aprendizes da nova função: o “operador de VT”.

Esses pioneiros da televisão tiveram de aprender seu ofício literalmente no tranco da máquina. Aos poucos, começaram a descobrir as potencialidades daquela função. Até a chegada das primeiras e gigantescas máquinas eletrônicas de edição de vídeo, no início dos anos 1960, nada de muito diferente se podia inventar em relação à edição de imagem, a não ser a pequena justaposição das cenas. Esses primeiros equipamentos eletrônicos propiciaram alguma melhora em relação à edição de vídeo na televisão, principalmente no que diz respeito à precisão e limpeza dos cortes (ainda muito longe dos padrões atuais). Ainda assim, os equipamentos ainda eram muito morosos para a agilidade de que necessitava o telejornalismo. Era preciso muita paciência e tempo para editar poucas seqüências, o que desestimulava a criação de uma linguagem mais ágil e dinâmica. Efeitos de vídeo, então, nem pensar.

---

<sup>3</sup> Esse formato ficou conhecido como “Quadruplex” devido à posição das cabeças de leitura do vídeo que se encontravam em forma de quadrante.

Somente na década de 1970 a televisão conhece seus maiores avanços tecnológicos, comparáveis, no impacto, aos que se implementam atualmente. A transmissão em rede via satélite (1970) e a transmissão em cores (1972) deram novo impulso ao veículo e o tornaram popular. A conquista da cor exigiu a instalação de novos equipamentos que, menores e mais aprimorados, permitiram mudanças na linguagem da televisão ao introduzirem maior agilidade de captação e edição, ao mesmo tempo em que trouxeram novos efeitos eletrônicos<sup>4</sup>.

As coberturas esportivas se aprimoram e tornam-se a porta de entrada para a utilização de novos recursos como o *replay* e o *slow motion*<sup>5</sup>. As fitas magnéticas ficam mais resistentes e menores – uma polegada – e passam a ser acondicionadas em caixas (cassetes). Nessa época ocorre o crescimento do telejornalismo de maneira geral, firmando-se na posição de veículo com maior influência na opinião pública. Com o crescimento, ganha corpo o tipo de linguagem tradicional do telejornalismo de matérias curtas – *off*, passagem e sonora – com uma dinâmica de edição de imagem que tinha como objetivo prioritário prender a atenção do telespectador. O Jornal Nacional, da Rede Globo, passa a ser o primeiro programa regular de telejornalismo transmitido em rede nacional<sup>6</sup>.

Com o aumento do volume das imagens captadas e arquivadas, a edição de imagem torna-se extremamente importante na criação das matérias. Já era possível a utilização de equipamentos de edição bem mais rápidos. Ao mesmo tempo, esses novos equipamentos

---

<sup>4</sup> Este novo formato de equipamento, lançado pela Sony em 1970, chamava-se U-matic. Tornou-se o padrão profissional da televisão brasileira até a introdução dos equipamentos Betacam no início dos anos 1980.

<sup>5</sup> Recursos que são os responsáveis, respectivamente, pela repetição das imagens já transmitidas (*replay*) e pela transmissão das imagens em velocidade lenta do VT (*slow motion*), se constituindo como um efeito especial.

<sup>6</sup> O Jornal Nacional estréia no dia 1º de setembro de 1969. Apresentado por dois locutores: Heron Domingues (o repórter Esso) e Léo Batista. Inaugurou um novo estilo de jornalismo na TV brasileira: por ser em rede nacional; ter obsessão pelo que está acontecendo em tempo real, o “agora”; apresentação visual requintada e fria, tornando o apresentador formal e distante; assuntos diversos e variados, devido aos inúmeros correspondentes no exterior e em outros estados.

exigiam um grande cuidado técnico em relação aos padrões de cor, luminância e saturação.

A seleção das imagens que iriam fazer parte da reportagem tornava-se essencial, devido à grande diversidade de opções. Os editores de imagem começam a ter uma participação importante na cadeia de produção jornalística ao terem de aliar a rapidez necessária à edição de uma matéria com qualidade da informação visual que disponibilizam ao público. Começam a perceber que, na televisão, a imagem não é apenas um complemento, uma ilustração da notícia. Na televisão, é a base que dá ritmo e carrega valiosa informação. Apesar de que imagens e palavras caminham juntas, quando há conflito entre elas na TV, a imagem é a informação que predomina. A função do editor de imagem, portanto, acompanha as modificações trazidas pela tecnologia e passa a ser um imprescindível colaborador dos editores de texto, produtores e repórteres.

Do antigo operador de VT, o profissional agora precisava ter, além do conhecimento técnico, noções de jornalismo, linguagem audiovisual, criatividade subjetiva, informação cultural e estética. Nesse longo processo de adaptação, são criadas as culturas profissionais que persistem até hoje dentro das emissoras. Uma delas é a da subordinação do editor de imagem à supervisão do editor de texto, no processo de edição de imagem.

Os primeiros profissionais de edição de vídeo em geral não tinham mesmo qualquer tipo de formação específica em jornalismo ou televisão. Essa circunstância dos tempos pioneiros gerava uma considerável distância intelectual entre os profissionais de texto e de imagem. Esta diferença acabava ocasionando tensões e desconfianças na divisão do trabalho. E a supervisão do profissional de texto acabou sendo a forma de enfrentar os impasses.

A partir dessa perspectiva histórica é possível entender a exigência dos manuais de telejornalismo, que afirmam, ainda hoje, ser necessário o acompanhamento da edição de imagem pelo profissional de texto. Ou seja, a orientação desse profissional também em relação à própria dinâmica do trabalho específico de edição de imagem. Este *status* subordinado do editor de imagem dificultou o comprome-

timento intelectual e a responsabilização do trabalho deste, assim como uma melhor divisão do trabalho nas redações de jornalismo, uma vez que os dois profissionais ficavam “presos” à realização de uma única tarefa.

Com o incremento dos equipamentos de edição, surgem as primeiras ilhas<sup>7</sup> dotadas de mesas geradoras de efeitos e caracteres. As ilhas de pós-produção jornalística passam a ser usadas para a edição de matérias mais longas, especiais ou que necessitavam de melhor acabamento visual. As primeiras mesas de efeito permitiam somente a utilização de efeitos mais simples, como fusão de imagens, *slow motion* e *fast motion* e os mais diversos tipos de efeitos de cortina (*wipe*). Apenas a introdução desses poucos recursos já representava novos caminhos e linguagens a serem experimentados e descobertos. O editor de imagem, antes relegado a uma ilha de edição que só lhe permitia “cortar” imagens e sons, começa a ter um naipe de recursos que lhe exigirá um maior aprofundamento estético e intelectual. Assim, surge a linguagem da grande reportagem na televisão, das matérias especiais, dos programas dominicais e semanais, que exigiam melhor acabamento e uma ênfase muito mais aplicada na edição de imagem como diferencial.

Nos anos 1980 mais incrementos são incorporados aos equipamentos de televisão, e a própria utilização do vídeo se populariza com a introdução dos videoteipes em VHS (*video home system*) e outros novos formatos. Surgem as primeiras produtoras independentes que abrem o mercado de trabalho, antes restrito às emissoras de televisão. O próprio público fica mais exigente com o que assiste, uma vez que o vídeo passa a fazer parte do seu cotidiano. O telespectador agora pode diversificar sua própria programação em casa, entre filmes e vídeos independentes, nacionais ou estrangeiros. No final da década de 1980, em razão da popularização do aparelho, algumas redes

---

<sup>7</sup> Jargão jornalístico: chama-se ilha de edição o pequeno espaço, geralmente uma sala, onde ficam os equipamentos de edição. São compostas geralmente por dois videoteipes e dois monitores, essas chamadas de ilhas de corte seco. As mais sofisticadas exibem maior número de videoteipes (geralmente três), mesa geradora de caracteres e efeitos. São conhecidas como ilhas de pós-produção.

passaram a copiar seus programas mais famosos em vídeo residencial para vendê-los ao grande público.

As emissoras, atentas a este movimento, reconhecem que precisam estar sempre inovando e chamando a atenção do telespectador. Entre as preocupações, está a qualidade da imagem e da edição. Além das grandes coberturas esportivas nacionais e internacionais, o jornalismo é responsável, nessa época, por transmissões de grande repercussão social no país, tais como campanhas de mobilização popular por eleições diretas, pela anistia e pela Constituinte. Na mesma década, os antigos equipamentos U-matic começam a ser substituídos pelo padrão Betacam de apenas meia polegada de bitola, que ainda hoje se encontram em operação. Ainda mais ágil, compacto e com melhor definição de imagem, o sistema Beta tem, como principais características, a rapidez na edição e a baixíssima perda de qualidade na reprodução e na copiagem.

Surgem os efeitos de computação gráfica, os cenários virtuais e novos efeitos especiais em três dimensões, que possibilitam a reprodução, em vídeo, dos poderosos recursos visuais utilizados pelo cinema. Enfim, torna-se possível pensar e criar quase tudo em linguagem de vídeo. E o editor de imagem agora precisa ser ainda mais bem-informado para poder dar conta dos diversos tipos de linguagem e de equipamentos de que dispõe. Esta condição vai se intensificar mais e mais com a introdução do microcomputador.

A revolução tecnológica da comunicação e da informática nos anos 1990 atinge toda a sociedade. Multiplicam-se velozmente o consumo de celulares e microcomputadores, estes cada vez mais rápidos e estáveis. Renovam-se inteiramente os suportes de vários tipos de mídias, como a substituição das fitas de áudio K-7s e vinis pelos CDs, das fitas de vídeo VHS pelo DVD. Surge a internet como rede de comunicação mundial, livre e aberta, por onde todos os tipos de mídia e conteúdos podem ser acessados e produzidos.

Acompanhando essas mudanças e a ampliação do mercado de comunicação em geral, começam a aparecer, no Brasil, os primeiros cursos superiores com ênfase na formação audiovisual. É o caso dos cursos de Comunicação Social com habilitação em rádio e TV da

UFRJ, da USP e da UFPE, todos do início dos anos 1990. Preocupam-se em formar pessoal capaz de refletir e explorar a linguagem audiovisual na televisão e nas demais mídias.

Dessa forma, completa-se o ciclo de conhecimento que atingiu, em diferentes épocas, as mais diversas profissões e atividades hoje já estabilizadas, passando da prática cotidiana ao exercício da reflexão. Não seria diferente com a experiência da comunicação audiovisual que ultrapassa e incorpora a linguagem telejornalística. Hoje, a maior parte dos novos profissionais de televisão vem dos bancos da universidade e são recebidos pelos programas de estágio, anulando a antiga diferença intelectual entre profissionais do texto e da imagem. Sendo uma das importantes causas da redefinição das funções dos profissionais de telejornalismo.

### **Edição não-linear**

Ainda nos anos 1990 assiste-se ao início das operações do vídeo em computador. Os primeiros, caríssimos, ainda estavam longe das emissoras no uso cotidiano do telejornalismo. Além disso, o tempo de digitalização<sup>8</sup> das imagens era extremamente grande, o que inviabilizava a sua utilização para a edição no dia-a-dia. Os benefícios da edição por computador ainda estavam longe de serem percebidos nas emissoras – que já contavam com um parque analógico montado e em funcionamento – e a sua utilização começa inicialmente como um fenômeno de produtoras de vídeo. Interessadas em equipamentos mais compactos (geralmente para o mercado publicitário e cinematográfico), adaptáveis a diversos tipos de mídias, com melhor manutenção e mais recursos, uma vez que a edição em computador, além da altíssima qualidade de imagem e precisão, dispensa a utilização de equipamentos sobressalentes de efeitos, caracteres etc.

Apenas no final da década de 1990, o telejornalismo começa a incorporar os novos equipamentos de edição digitais, agora mais baratos, difundidos e acessíveis para as emissoras. Tais transformações inserem-se como parte de todo o processo de reestruturação tecnoló-

---

<sup>8</sup> Diz-se digitalização ou renderização o processo de transcrição da imagem e do som da fita para a informação binária (digital) usada pelo computador.

gica, pelo qual hoje as televisões passam com as discussões acerca da TV digital e da convergência tecnológica.

Inicialmente esses equipamentos acabam por substituir as ilhas analógicas de pós-produção, e espera-se que dentro de pouco tempo substituam também os equipamentos de corte seco utilizados no telejornalismo diário. Em meados de 2004, a Rede Globo começou a operar com câmeras digitais e a implementar um sistema de servidor que permitirá a substituição completa dos aparelhos analógicos dentro de médio prazo. Presume-se que as demais emissoras caminharão no mesmo sentido.

O microcomputador na edição de imagem apresenta um conceito completamente inovador: a possibilidade de se fazer uma edição não-linear<sup>9</sup>. Como as informações de áudio e vídeo estão armazenadas digitalmente dentro do computador, é possível dispor dessas informações de maneira aleatória, não fazendo diferença se é o fim ou o começo da matéria que se está editando.

É possível estender seu tempo, encurtá-lo, substituir trechos curtos por longos, longos por curtos, como em um jogo de encaixe com peças ajustáveis. Além disso, a edição fica visível na tela facilitando a interação do editor com o material editado, podendo uma mesma edição ser refeita quantas vezes for necessária. A edição não-linear ainda oferece uma enorme gama de efeitos e recursos – como a utilização de diversas faixas de áudio e vídeo simultaneamente e a interatividade com outros programas gráficos – que eram impossíveis de serem conseguidos nos aparelhos analógicos, inclusive nas ilhas mais preparadas, o que tem gerado uma sensível melhora na qualidade da edição de matérias.

A organização dos trechos de imagens e sons brutos fica disponível para utilização praticamente da mesma forma como estamos acostumados a visualizar os arquivos contidos no computador. Pode-

---

<sup>9</sup> Nos equipamentos analógicos, a edição é feita por meio da fita magnética; isto é, um meio físico que permite apenas a edição linear. Ao editar uma matéria nesse equipamento, não é possível inserir um trecho entre outros dois já editados. Somente é possível fazê-lo, refazendo a edição posterior ou copiando para outra fita o que já foi editado, lembrando-se de inserir o que se deseja. Isso gera uma perda de tempo e de qualidade da imagem. No jargão profissional: não é possível abrir a matéria.

se personalizar o painel de controle de acordo com o gosto de cada um, como na maior parte dos programas de edição de texto, o que leva a conclusões precipitadas sobre a facilidade da operação de edição de imagem no computador.

No computador um novo conhecimento se impõe com a absorção das condições técnicas do aplicativo usado (existem dezenas deles<sup>10</sup>), assim como um razoável domínio de informática e da língua inglesa.

Em resumo, a introdução da edição não-linear, se, por um lado, facilita, em termos, os processos de edição de imagem, por outro, exige maior capacidade de construção da linguagem audiovisual, além de possibilitar maior intervenção da edição de imagem no telejornalismo.

### **TV digital e convergência tecnológica**

Com a implementação da TV digital, uma nova linguagem audiovisual terá de ser desenvolvida. Apenas a ampliação da área da tela da televisão – das atuais proporções 4:3 para 16:9<sup>11</sup> – e o aumento considerável de definição da imagem<sup>12</sup> já exigem uma redefinição estética para todos aqueles que trabalham com televisão, de câmeras a diretores. Uma imagem parecida com as dimensões da tela de cinema acarretará em uma exigência muito maior por qualidade no enquadramento, iluminação, maquiagem... Como no telejornalismo a preocupação maior é com a notícia, será preciso um esforço dos profissionais para adequar responsabilidade com informação e a boa utilização estética da imagem.

A edição de imagem terá de se preocupar também com os diversos mecanismos de interatividade que a TV digital promete trazer como a presença de *hiperlinks* na tela – ícones clicáveis pelo telespectador em busca de mais informação –, assim como atentar para o fato de que uma dimensão maior da imagem pode acarretar espaços

---

<sup>10</sup> Tais como AVID, News Cutter, EDIT, Final Cut, Adobe Premiere, DVD Studio Pro, After Effects etc.

<sup>11</sup> Proporção horizontal e vertical.

<sup>12</sup> Os televisores analógicos apresentam 525 linhas de vídeo, já o aparelho digital alcança 1.080 linhas, com uma resolução quase sete vezes maior.

vazios de informação visual.

Outra possibilidade é a capacidade de se disponibilizar para o telespectador outras versões de uma mesma matéria, com entrevistas maiores e com maior tempo de duração. A televisão digital será capaz de transmitir uma carga tão grande de dados que poderão ser disponibilizados gráficos, artes, fotos, textos, ou mais conteúdo editado para os telespectadores. Em uma partida de futebol, por exemplo, será possível escolher os mais variados sons ambientes, a escalação dos times, o histórico, o *replay* dos gols anteriores, a ficha dos jogadores etc. Um filme poderá ser assistido na língua que se desejar. Todos esses recursos podem ser utilizados também pelo telejornalismo como uma forma de complementar as informações para o público como se os telespectadores estivessem “navegando” pela TV.

Com a definição do padrão e do modelo da televisão digital brasileira prometida pelo governo federal, para 2006, entrará em processo final o que os especialistas têm identificado como convergência tecnológica dos meios de comunicação. Tal convergência digital promete reunir as diferentes características dos equipamentos de telecomunicações (celulares, telefones, comunicação via rádio), da internet (e todos os recursos existentes nos microcomputadores) e da radiodifusão (TV e rádio) em um integrado sistema de mídias que dialogam e interagem entre si, num aproveitamento simultâneo dos conteúdos produzidos digitalmente. O impacto dessas modificações começa a ser sentido com a possibilidade do acesso à internet e envio de *e-mails* por celular, a exibição de filmes e televisão na rede e a disponibilização de recursos de interatividade na televisão (hoje restrito aos canais por assinatura).

Em um mundo cada vez mais interligado por meio de imagens que criam hábitos, estimulam culturas, conceitos e preconceitos, o trabalho de edição de imagem deverá somar importância para o telejornalismo e as demais formas de comunicação audiovisual.

### **O novo perfil: editor de imagem/produtor no telejornalismo**

Com todas as transformações tecnológicas e intelectuais do editor de imagem ao longo do tempo no telejornalismo, pode-se come-

çar a vislumbrar as tendências que apontam no caminho do trabalho nas redações de TV.

Evidentemente o trabalho de edição de imagem não é uniforme em todas as áreas em que este profissional atua no telejornalismo, assim como os vários cargos que o profissional de texto assume. Existem grandes diferenças nos trabalhos desenvolvidos, por exemplo, por um editor de imagem responsável pelo jornalismo diário e por aquele que se preocupa com matérias para os programas de revista em geral.

No primeiro caso, é um editor que trabalha sobre grande pressão devido à possibilidade de que notícias recentes (ou até mesmo engarrafamentos) impliquem uma edição de imagem terrivelmente rápida – às vezes em questão de minutos – para que a matéria possa ir ao ar. Matéria boa é a que vai ao ar, é o que se diz. Sua principal preocupação é com o tempo e a qualidade de informação visual e sonora que impõe na notícia.

O tipo de editor de imagem inerte nas ilhas à espera de alguém que lhe traga as fitas e o instrua na edição está acabando. Atualmente os editores de imagem podem e devem ser incorporados às reuniões de pauta para que influam também nos destinos do veículo em que trabalham. A opinião dos editores de imagem sobre o que se está levando ao ar é essencial para que todos reflitam sobre como o telejornal está sendo assistido visualmente. O editor de imagem tem muito a contribuir com sugestões de clipes e matérias em que o aspecto visual é mais interessante.

Dessa forma, os editores de imagem podem começar a participar mais das produções, buscar arquivos, pensar em músicas e efeitos para as matérias, em conjunto com os outros profissionais. É importante também que tenham ciência das matérias produzidas na rua, para que nas emissoras já possam começar a pensar em alternativas e soluções para a edição que se seguirá, o que não significa apenas olhar o espelho, mas sim responsabilização imediata.

Em alguns telejornais já não existe diferenciação de crédito nas matérias, assinando conjuntamente como edição os dois profissionais envolvidos no texto e na imagem. A antiga postura do editor de texto e do repórter selecionando as imagens que vão ao ar e tratando

do o editor de imagem como um técnico não tem mais cabimento no telejornalismo moderno. Isso leva à falta de comprometimento intelectual do profissional envolvido, sem falar que se trata de uma postura arrogante e autoritária. O trabalho profissional em conjunto pressupõe sugestões em relação às duas direções tanto no texto quanto na imagem, sem subordinação, a não ser o do bom senso e do chefe imediato. O que será visto pelo telespectador é o trabalho coletivo, e não individual.

A nova característica de produtor/editor de imagem fica ainda mais evidente naqueles que trabalham com mais tempo de reflexão nos programas especiais e de revista. Incorporados à dinâmica de criação dos programas e assim inseridos na preocupação com a criação de uma linguagem para cada matéria, pensam pautas, produzem e saem com as equipes, quando possível. Nada melhor para um editor de imagem do que pensar a matéria diretamente na locação que está sendo gravada, interagindo com o câmera, pensando em ângulos e soluções visuais.

Essa participação mais efetiva dos editores de imagem é uma realidade há tempos em produtoras de vídeo que não ignoraram a capacidade de criação de seus profissionais de vídeo. Parece que está ficando clara a perspectiva de o editor de imagem assumir a condição também de produtor de notícias, facilitando, assim, o envio de equipes para coberturas nacionais e internacionais e dinamizando o envio de matérias prontas com todos os recursos disponíveis da edição. Na TV esse tipo de relação já começa a dar os primeiros passos, sobretudo nos programas em que a edição de imagem tem um destaque maior na elaboração das matérias.

Tais percepções são apenas algumas das evidências de como a edição de imagem tem evoluído em importância com o desenvolvimento tecnológico. Assim, a interação desse novo profissional com repórteres e editores de texto tem se mostrado extremamente benéfica na experimentação de novas e diferentes formas de contar histórias e notícias.

# Telejornalismo local\*

*Lilian Saback*

Numa dessas épocas de frio em que as praias do Rio são visitadas por pingüins, tínhamos um vivo<sup>1</sup> marcado para falar de outros assuntos no Largo da Carioca, no centro da cidade. Com a chegada dos pingüins, liguei correndo para o departamento de transporte e pedi para mandar a unidade móvel para a praia. Fui informado de que o carro não tinha nem saído da emissora porque havia risco de um pneu estourar. O carro arriscaria ir até o Largo da Carioca, a poucas quadras da emissora, mas até a praia nem pensar. A gente não poderia falar de pingüins, ao vivo, do Largo da Carioca. Perdemos o vivo com a notícia do dia: os pingüins.

O relato é do jornalista Elifas Levi, que, nesta e em outras manhãs de trabalho, enfrentou muitas dificuldades decorrentes da falta de estrutura da TV Educativa do Rio de Janeiro. Como ele, outros profissionais em todo o país lidam diariamente com situações adversas para vencer o desafio de levar ao ar um telejornal local.

Cada cidade, como cada emissora, tem a sua realidade. Por isso, torna-se muito difícil padronizar a produção de um bom telejorna-

---

\* Agradeço aos colegas Carlos Jardim, Domingos Trevisan, Elifas Levi, Inêz Herzog, Luiz Guedes, Márcio Sternick, Renata Affonso e Ricardo Boechat, que gentilmente relataram suas experiências trabalhando em telejornais comunitários. Agradeço também ao departamento de *marketing* do Ibope que forneceu os índices citados.

<sup>1</sup> Jargão jornalístico: “vivo” na linguagem do telejornalismo significa uma entrada ao vivo durante o telejornal.

lismo local. Ainda assim, na tentativa de entender como as emissoras de canal aberto pensam e planejam o seu chamado *local* – uma redução do nome “editoria local” – e também como elas buscam soluções para as dificuldades do dia-a-dia, levantaremos, neste capítulo, questões que costumam cercar a produção de um telejornal comunitário. Nosso referencial serão os telejornais locais produzidos no Rio de Janeiro, em 2004. Na parte final, apresentaremos algumas lições importantes do *local* para qualquer pessoa que queira conhecer telejornalismo ou atuar na profissão.

### **O poder local da TV Globo**

No final da década de 1990, cada uma das emissoras abertas do Rio de Janeiro já reservava, em sua grade, pelo menos 30 minutos para jornalismo comunitário. A maioria adotou o formato tradicional de telejornal, mas algumas investiram também num modelo polêmico de cobertura policial no qual as notícias são apresentadas ao público num misto de programa de auditório e telejornal.

A TV Globo sempre foi a emissora carioca que mais produziu jornais locais. A partir dos anos 1980, fortaleceu o telejornalismo comunitário ainda mais, veiculando pequenos *flashes* ao longo da programação que eram precedidos pela vinheta Globo Cidade e que tinham, como tema predominante, a cobertura ou a denúncia de problemas urbanos urgentes ou de serviços públicos insatisfatórios ou inexistentes. Além dos *flashes*, a TV Globo decidiu exibir três telejornais locais por dia, cada um com uma característica própria, ainda que os formatos fossem bem parecidos.

Em 2004, a programação jornalística local da Globo começava cedo com o Bom Dia Rio e seus 40 minutos de duração. Este telejornal, embora comunitário, ganhou um conteúdo diferenciado por ser o único da emissora – como em outras afiliadas da Rede Globo no país – a formar uma rede estadual. Sem fugir da obrigação de reportar o dia-a-dia na região metropolitana (Rio de Janeiro, municípios da Baixada Fluminense, Niterói e São Gonçalo), o Bom Dia Rio sempre teve um olhar mais atento para os acontecimentos do interior do estado. Como todos os telejornais que vão ao ar cedo, o

Bom Dia Rio sempre precisou começar a ser pensado no dia anterior, com a produção e edição de matérias, e também durante a própria transmissão, recorrendo ao *link* para colocar no ar *flashes* ao vivo sobre assuntos ou acontecimentos das primeiras horas do dia.

O outro *local* da TV Globo, o RJTV Primeira Edição, no ar às 12h, na hora do almoço, foi planejado para dar uma ênfase maior à prestação de serviços, mas já sem a preocupação de produzir um jornal estadual. Assunto do interior do estado, só no caso de fato de repercussão ou em colunas fixas com foco na economia rural. A principal dificuldade encontrada pelas equipes deste jornal é vencer o curto tempo disponível para produzir e editar o material. O repórter em geral inicia a apuração da matéria às oito da manhã e tem, no máximo, até às 11h para “amarrar” a reportagem, montar – ou “esqueletar” – sua estrutura e levar – ou gerar via *link* ou ainda mandar pelo malote de um motoqueiro – para a emissora, onde o VT será editado. Não é por outro motivo que o RJTV Primeira Edição e outros telejornais locais da hora do almoço têm entrevistas em estúdio e *links*, dois formatos que dispensam a correria da edição.

O último jornal local do dia na TV Globo, o RJTV Segunda Edição, transmitido à noite, é também o mais curto dos *locais* da emissora, permanecendo no ar em torno de 15 minutos. Apesar do tempo de duração reduzido, no entanto, é o que tem mais audiência e, conseqüentemente, repercussão, por causa do número bem maior de telespectadores ligados na TV e geralmente ávidos pelas informações mais importantes do dia. Por ter este perfil, o RJTV Segunda Edição sempre foi considerado internamente o Jornal Nacional da editoria Rio.

Para realizar os três telejornais locais do dia, a TV Globo sempre contou com uma estrutura técnica e humana incomparavelmente maior que as das outras emissoras de TV aberta. Vale para o Rio de Janeiro e para qualquer outra grande cidade: só pode privilegiar a cobertura local quem contar com uma estrutura técnica eficaz e um número satisfatório de profissionais à disposição das chamadas editoriais regionais. Só assim é possível manter uma equipe circulando pela cidade o dia todo, pronta para reportagens e

também para entrar ao vivo rapidamente. Esta, entretanto, não é a realidade de todas as emissoras...

### **Quem não tem, sofre**

As concorrentes da TV Globo no Rio de Janeiro sempre foram um retrato invertido da imperiosa necessidade de investimento, quando se trata de telejornalismo local. Em 2004, por exemplo, condicionadas por equipes pequenas e poucos recursos técnicos, elas só conseguiam manter um *local* por dia, em 2004. A Central Nacional de Televisão (CNT), mesmo seguindo este padrão no jornalismo – como as afiliadas cariocas do SBT, da Bandeirantes e da TVE –, usava um *slogan* em que se proclamava “a emissora com a maior programação local do estado do Rio de Janeiro”, baseada no tempo, no ar, dos programas e atrações exclusivas do Rio, mas não necessariamente jornalísticos.

CNT, SBT e TVE, por produzirem seus únicos telejornais locais na hora do almoço, sempre tiveram de disputar audiência com o RJTV Primeira Edição, da TV Globo, em condições técnicas flagrantemente desiguais. Para produzir 25 minutos de notícias, a CNT contava, em dezembro de 2004, com apenas duas equipes de reportagem, munidas de um equipamento ultrapassado. Com uma estrutura dessas, o trabalho sempre tinha que começar muito cedo. Cada repórter da CNT fazia, em média, três reportagens por dia para o *local*, e ainda tinha de preparar versões do mesmo material para o telejornal de rede da emissora. Com uma estrutura assim, nem sempre foi possível ter – e cumprir – uma pauta voltada para a prestação de serviços. E o que era pior: muitas vezes, uma matéria local forte, de grande repercussão na cidade – como, por exemplo, um rompimento de tubulação de gás em um bairro –, tinha de ser abandonada para que a equipe disponível cumprisse uma pauta prevista para o noticiário em rede nacional da emissora.

Na mesma época, a situação da sucursal carioca da TV Bandeirantes, por exemplo, não era muito diferente. O reduzido número de repórteres costumava obrigar a apresentadora do *local* a atuar como repórter. No SBT, para que o telespectador não percebesse a falta

de pessoal, a solução muitas vezes encontrada pelos editores foi a de cortar da edição a passagem do repórter, transformando a matéria em uma nota coberta<sup>2</sup>.

Equipe pequena prejudica a cobertura diária de qualquer emissora, principalmente no telejornalismo local. Por isso, em dias de muitas notícias importantes no Rio de Janeiro, uma das formas encontradas pelas concorrentes da TV Globo foi fechar “parcerias”. As chefias de reportagem definiam, juntas, a cobertura do dia e, num acordo informal, definiam os assuntos que cada uma cobriria. No final do dia, o material produzido por elas era trocado, como figurinhas de um álbum infantil. Este tipo parceria, por mais pobre que seja a emissora, não costuma ser necessário, por exemplo, na cobertura internacional ou mesmo na editoria política. Quase tudo se resolve com imagens de agências nacionais e internacionais ou simples textos sem imagens, as chamadas “notas peladas”. Na cobertura local, este expediente é impraticável.

### **Serviço e cidadania, apesar de tudo**

Mesmo com todas as dificuldades de pessoal, o SBT apresentava, em 2004, como prioridade de seu telejornalismo local, “a cobertura das áreas mais carentes do estado, com muita informação de prestação de serviço”. Isso era feito com colunas fixas no telejornal, uma delas inspirada num quadro local do “SPTV Primeira Edição”, da TV Globo de São Paulo: um palanque móvel percorria a cidade, recolhendo reclamações e buscando soluções para os problemas da sociedade. A equipe da emissora orgulhava-se de, através da pressão feita junto às autoridades, conseguir solucionar muitos problemas da população.

A TV Educativa seguia, na época, a mesma filosofia do SBT, e, além de acompanhar os principais acontecimentos da região metropolitana e do interior do estado do Rio de Janeiro, destacava os

---

<sup>2</sup> Jargão jornalístico: nota coberta é a matéria preparada na redação por um editor de texto, com base em informes de agências internacionais e outras fontes, lida em *off* pelo apresentador do noticiário. As imagens de origens várias (arquivo, agências etc.) são pré-selecionadas para, na ilha de edição, cobrir o texto do *off*, conforme indicado no roteiro.

assuntos que afetavam a população. “Infelizmente a violência é uma prioridade porque é uma realidade do Rio, assim como a crise na saúde, na educação, no transporte, a poluição das praias, enfim tudo que diz respeito à cidade”, explicava, na época, um dos editores.

No telejornal local da TVE, a estrutura frágil acabava afetando o ritmo e o formato do programa. Nem sempre as entradas ao vivo duravam o tempo que mereciam jornalisticamente. Em outras palavras, às vezes os “vivos” duravam mais tempo para preencher o espaço previsto para matérias que acabavam não sendo produzidas ou editadas por falta de equipe ou equipamento, na correria do fechamento para a hora do almoço.

A pressa e a luta inglória contra a precariedade faz vítimas regularmente no telejornalismo local. Uma delas foi um editor que, no desespero para levar ao ar uma entrevista importante, arriscou dar um “*play*” no material bruto<sup>3</sup> no ar, sem editar. Ele correu para a ilha de edição com a fita de reportagem e deixou-a no ponto de uma fala importante da entrevista. Correu de volta à redação e preparou a página que o apresentador leria, ao “chamar” o trecho escolhido da entrevista. Correu então para o *switcher*<sup>4</sup>. Deu tudo errado. Na hora em que a fita foi posicionada para exibição, o ponto escolhido da entrevista se perdeu. O apresentador leu a cabeça e o que foi ao ar acabou sendo um ininteligível *sem pé nem cabeça*. A informação saiu truncada. Melhor teria sido preparar uma nota pelada<sup>5</sup> para o apresentador com a síntese da entrevista. Teria, mas em televisão não existe “teria”.

## Entre revistas e tiroteios

Para enfrentar a precariedade, algumas emissoras que possuem só um *local* por dia adotam um modelo de telejornal com menos

---

<sup>3</sup> Jargão jornalístico: material bruto é aquele que não foi editado.

<sup>4</sup> Jargão jornalístico: *switcher* é o local onde fica todo o controle de uma unidade de produção.

<sup>5</sup> Jargão jornalístico: nota pelada é uma notícia redigida na redação para ser lida ao vivo pelo apresentador sem apoio nenhum de imagem. Hoje, elas são cada vez mais raras, mas nos primeiros 40 anos da televisão, era assim a maioria das notícias internacionais.

noticiário factual e, conseqüentemente, menos demanda de equipe e estrutura técnica. O principal ingrediente do telejornal passa a ser, então, a matéria produzida, o que acaba dando a ele um formato que as redações chamam de “revistado”. É quando o telejornal começa com temas factuais fortes que não poderiam ser deixados de lado e logo passa para reportagens sobre comportamento, arte e cultura, assuntos que requerem menos correria e logística do que o chamado *hard news*. Em 2004, por exemplo, a TV Bandeirantes do Rio de Janeiro adotava esta proposta de “resgatar a valorização da cidade”, deixando de lado a cobertura policial, apesar de a violência urbana ser uma pauta quase obrigatória na cidade, na época.

Na mesma época, o telejornal local do SBT no Rio de Janeiro tinha uma postura semelhante. A emissora identificara as crianças e mulheres como a audiência principal do canal, no horário. Por isso, optou por oferecer reportagens leves no telejornal. Do noticiário policial, entravam apenas os casos de repercussão e os que se encaixavam num contexto de discussão, contribuindo de alguma forma para a sociedade. A notícia do assassinato de uma mãe pelo filho dependente químico, por exemplo, era dada, mas também debatida por psicólogos e autoridades. Segundo os editores do *local* carioca da Bandeirantes, o objetivo era tentar entender o drama vivido por aquela família e, desta forma, ajudar outras pessoas que enfrentavam problemas semelhantes.

Nem sempre foi assim no SBT. No início da década de 1990, a emissora causou impacto ao colocar no ar o programa *Aqui e Agora*. A idéia era apresentar a realidade sem cortes e mostrando “a vida como ela é”. Na prática, o programa acabava priorizando o noticiário policial. A fórmula, independentemente de sua qualidade, fez sucesso e acabou sendo copiada por outras emissoras ao longo dos anos. Em 2004, a afiliada da Rede Record no Rio ainda investia nesta mistura de entretenimento e telejornalismo em torno das reportagens policiais. O objetivo, nas palavras de um integrante da redação, era “regionalizar a programação e tirar um pouco a fama de paulista da emissora”. A forma encontrada para alimentar quase uma hora de programação com assuntos policiais foi a de receber denúncias por

telefone pelos telespectadores. As matérias de prestação de serviço e cultura, por sua vez, eram veiculadas em boletins com cerca de um minuto e meio de produção, indo ao ar durante a manhã e no início da tarde.

O grande diferencial dos informativos que seguem o modelo Aqui e Agora é o tratamento dado à notícia. Neles, ao contrário do que acontece nos telejornais tradicionais, onde o texto é mais apurado e a informação mais precisa, a narração é feita pelos repórteres e busca apresentar o fato ao telespectador como se fosse ao vivo. A edição, quando há, é dinâmica e com poucos cortes. As reportagens, apesar de longas, pecam pela pouca precisão e pelo imediatismo, necessitando sempre de complementos feitos pelos apresentadores, no estúdio, ou por repórteres, em *links*. Por causa da precariedade estrutural das emissoras que adotaram o modelo no Rio, a logística da produção, apesar do foco em assuntos policiais, nem sempre tinha a agilidade que o programa prometia. Coincidência ou não, em 2004 este tipo de programa já não era o fenômeno do início dos anos 1990. Talvez por este motivo, a própria Record, depois de manter, por um ano, um único *local* no ar no padrão Aqui e Agora, resolveu veicular também outro telejornal, moldado nos padrões tradicionais e com matérias voltadas para a prestação de serviços para a população.

### **O que fica no ar**

Passado o fenômeno dos programas popularescos e apesar de a violência freqüentar os telejornais quase todos os dias, o telespectador do Rio de Janeiro mostrou, com o tempo, que ainda preferia a notícia contada da forma mais clássica do jornalismo: com clareza e objetividade. Os programas jornalísticos que adotaram a linguagem policial travestida em jornalística para contar os fatos com muito sensacionalismo continuam atendendo, com certeza, a uma parcela do público dos telejornais locais, mas, de acordo com os dados recolhidos por instituições de pesquisa, os maiores índices de audiência ainda são das emissoras que produzem o telejornal no formato padrão.

Em pesquisa de campo realizada em dezembro de 2004 pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), dos

cinco programas de jornalismo mais assistidos no período, no Rio, o RJTV Segunda Edição aparece em segundo lugar, com 32% da audiência domiciliar, só perdendo para o Jornal Nacional.

### **Programas de maior audiência no Rio de Janeiro, gênero jornalismo**

Programa	Emissora	Audiência domiciliar %	Audiência domiciliar	Audiência individual %	Audiência individual
Jornal Nacional	Globo	42	1.362.000	20	1.954.000
RJTV Segunda Edição	Globo	32	1.033.000	14	1.376.000
Jornal Hoje	Globo	23	769.000	10	984.000
Plantão de Jornalismo	Globo	20	649.000	9	892.000
Jornal da Globo	Globo	18	591.000	8	816.000

Fonte: Ibope Telereport  
Período: dezembro de 2004

### **O aprendiz e o improviso**

#### *Os prós e os contras do faz-tudo*

A porta de entrada da TV para a maioria dos repórteres de vídeo é o telejornal comunitário. O *local* é uma verdadeira escola. É cobrindo a cidade onde vive que o jornalista recém-formado vai descobrir os mecanismos e segredos da profissão. Em algumas emissoras, o novato pode até se transformar num verdadeiro faz-tudo: produz, vai para rua apurar e, em casos extremos, se necessário, edita a matéria. Por isso, as emissoras menores, com poucos recursos, podem ser, além de uma ótima escola, uma excelente vitrine para quem está começando na profissão. Ao contrário do que muitos pensam, o trabalho faz-tudo dá visibilidade e, se bem feito, serve como *portfolio* para quem está começando na profissão.

O jornalista Márcio Sternick, por exemplo, gosta sempre de lembrar que começou sua carreira trabalhando no CEDOC<sup>6</sup> da Rede Globo e só conseguiu migrar para o departamento de jornalismo depois de passar alguns anos na ECO TV, uma emissora da Região dos Lagos do estado do Rio de Janeiro. Lá, Sternick era pauteiro, produtor, repórter, editor e até motorista da equipe. É claro: aprender no improviso nem sempre é produtivo, mas em situações como a de Sternick também pode ser enriquecedora para o jovem profissional.

A falta de equipamentos e de pessoal permite ao jovem jornalista de televisão experimentar e calibrar, sem medo, duas armas fundamentais do bom telejornalismo: a ousadia e a criatividade. Carlos Jardim, em 2004 responsável pela coordenação das matérias oferecidas diariamente pela TV Globo do Rio ao Jornal Nacional, conta que no início de sua carreira como repórter da TV Educativa do Rio de Janeiro resolveu o problema da falta de equipamento “com muita cara-de-pau”.

Nas enchentes que atingiram a região serrana do estado do Rio de Janeiro no final dos anos 1980, por exemplo, Jardim ligou para o então secretário estadual de segurança, identificou-se e simplesmente pediu emprestado o helicóptero da secretaria para sobrevoar e filmar a área castigada pela chuva. O helicóptero não só foi cedido como salvou a cobertura. Jardim atuou como um ousado produtor. Faltavam a ele condições para trabalhar, mas não o desejo de fazer um bom trabalho. Alguns anos depois, já como editor da poderosa TV Globo, Jardim experimentou uma outra situação: a de ter à sua disposição todos os recursos técnicos de que precisava para trabalhar: “A primeira vez que aconteceu um desastre mais grave, alguém gritou na redação: “Sobe o Globocop”, e ele foi. Achei fantástico”, lembra.

Se a notícia não pode ser contada com toda a qualidade técnica que a TV permite, o jornalista deve ser criativo na busca de soluções. Mesmo sendo um veículo de comunicação que tem, como diferencial dos demais – som e imagem em movimento ao vivo –, a TV

---

<sup>6</sup> CEDOC é o Centro de Pesquisa e Documentação da Rede Globo.

comporta formas alternativas de veicular uma informação. Quando, por exemplo, não é possível ir até o local, a notícia pode ser contada em nota pelada. Se o fato foi registrado somente pelo cinegrafista, existe a possibilidade de uma nota coberta. Se o repórter chegou ao local da matéria sem tempo hábil para a produção de uma reportagem, pode fazer um *stand-up*<sup>7</sup> com o resumo da história.

Durante outra enchente no Rio de Janeiro, em 1986, uma equipe de TV ficou literalmente ilhada quando o carro de reportagem quebrou no meio de uma avenida alagada. Sem alternativa para deixar o local, a repórter entrou no primeiro ônibus que passou e seguiu para a emissora apenas com a fita na mão. O conteúdo da fita era até fraco, já que o cinegrafista só pudera gravar os estragos ocorridos no pequeno percurso que haviam feito. No entanto, as imagens foram editadas e cobriram um texto em *off* que contava parte da tragédia testemunhada pela equipe. Outros dados sobre a enchente foram narrados em nota pelo apresentador do telejornal. E assim, a tarefa estava cumprida: o telespectador foi informado sobre a enchente. Este exemplo mostra que a criatividade, a capacidade de improvisação e o profissionalismo são necessidades de qualquer equipe de reportagem, tenha ela muitos recursos ou não.

### **Local ou rede?**

Para definir o conteúdo do telejornal local é fundamental entender, em primeiro lugar, que nem sempre um assunto que acontece na cidade é tema para o *local*. O repórter precisa ter um olhar cuidadoso sobre todos os eventos da cidade. Num eventual encontro de chefes de Estado realizado no Rio de Janeiro para, por exemplo, discutir o apoio ao Haiti, a cobertura deve ser feita sob dois enfoques: um para o telejornal que será transmitido em rede nacional, com as principais informações e decisões do encontro, e outro para o jornal local, com as mudanças no trânsito, a mobilização das tropas do Exército para

---

<sup>7</sup> Jargão jornalístico: *stand-up* é a informação contada pelo repórter na rua, com a câmera fechada nele. Normalmente esse recurso é utilizado, quando o repórter não dispõe de imagens para relatar informações importantes para a matéria. Portanto, nesses casos, o repórter aparece em frente à câmera para passar a notícia.

garantir a segurança e outros reflexos do evento na vida da cidade, incluindo até reportagens sobre como as autoridades internacionais desfrutaram das belezas locais.

Com esta visão comunitária, o telejornal local se transforma num importante instrumento de prestação de serviços. Nele, os editores precisam ter a preocupação em atender a população. O *local* deve informar, por exemplo, sobre as campanhas municipais de saúde, os concursos públicos, e ainda as ações ilegais que atinjam os moradores da cidade. O telespectador é um cidadão-contribuinte e quer ser informado a respeito das questões da sua cidade, quer ver denunciadas na televisão as injustiças sofridas por ele ou por qualquer outro morador de sua comunidade.

As denúncias são sempre boas pautas, independentemente de serem de pequena ou grande repercussão. A dona-de-casa que, pela manhã, foi surpreendida com o aumento do pãozinho sente-se representada ao assistir, na hora do almoço, uma reportagem que questione esse aumento. A mesma dona-de-casa aplaude o registro, no telejornal, da prisão de um fraudador dos cofres públicos ou a cassação de um político corrupto da cidade.

Assuntos não faltam, mas, para levar ao ar um bom jornal local, é preciso descobrir que tipo de notícia é importante para o público do *local*, ter uma equipe sintonizada com esses objetivos e valorizar as chamadas das matérias na escalada<sup>8</sup>, nas passagens de blocos e até nas cabeças<sup>9</sup> lidas pelo apresentador.

Nem sempre é fácil cumprir a missão de prestar serviço ao cidadão, telespectador, contribuinte e consumidor. Às vezes, o próprio telespectador tem dificuldade de entender este papel. Como aconteceu durante uma manifestação dos taxistas, quando uma equipe de reportagem da TV Globo teve o seu carro atacado por manifestantes que interpretaram algumas matérias da emissora como desfavoráveis à categoria. Meses depois, a mesma categoria procurava a mesma TV

---

<sup>8</sup> Jargão jornalístico: Escaladas são as chamadas dos principais assuntos na abertura do telejornal.

<sup>9</sup> Jargão jornalístico: Cabeça é o texto lido pelo apresentador que chama a reportagem.

Globo para divulgar decisões dos taxistas que afetariam a vida dos moradores da cidade. Entre um e outro episódio, o que importa, para a sobrevivência do bom telejornalismo, é o telespectador ver atendidos, na tela, seus direitos e seus interesses de cidadão que paga impostos – ou o que vive em condições deploráveis.

O público do telejornalismo local ou comunitário quer, acima de tudo, que seus problemas que viram notícia provoquem outras notícias, de preferência com as soluções cobradas das autoridades e acompanhadas pela imprensa. E os profissionais do telejornalismo local só poderão atender a este público cumprindo a função social da profissão de jornalista, e atuando como bons contadores de histórias, isentos, precisos e objetivos.

### **Referências bibliográficas**

- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão: a influência do jornalismo e os jogos olímpicos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- CURADO, Olga. *A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo*. São Paulo: Editora Alegro, 2002.
- MEMÓRIA GLOBO. *Jornal Nacional: a notícia faz história*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- PEREIRA JR., Alfredo Eurico Vizeu. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: PUCRS, 2001.



# Editoria Internacional: o mundo e nós na TV

*Lenira Alcure*

A primeira pergunta a ser feita a respeito de uma editoria Internacional, tanto na imprensa escrita como falada, é sobre a abrangência de cobertura. Em outras palavras, que assuntos, temas e pessoas são objetos do trabalho de repórteres e editores da chamada Inter?

A maior parte dos informes internacionais chega até os telespectadores a partir do filtro de agências que disponibilizam imagens e textos, mediante contrato com as emissoras. A manutenção de correspondentes brasileiros no exterior é cara demais para a maioria das empresas. Mesmo uma TV Globo, com equipes em vários países, nem sempre conta com imagens próprias, recorrendo assim àquelas que são fornecidas principalmente pelas americanas CNN e Associated Press (APTN), e pela britânica Reuters.

Até meados dos anos 1990, quando a internet aposentou os antigos aparelhos de telex<sup>1</sup>, agências como a France Press, a espanhola EFE e a italiana ANSA, além da AP e da Reuters, forneciam páginas e páginas de informes escritos, a partir de correspondentes no mundo inteiro. Hoje, no caso da redação da Globonews<sup>2</sup>, por exemplo,

---

<sup>1</sup> Os aparelhos de telex usam fitas perfuradas, a partir da digitação de um texto em um teclado acoplado, transmitindo o sinal telegráfico por linha telefônica. O receptor reconverte o sinal em texto: nas priscas eras anteriores à internet, as tiras com as notícias eram erroneamente chamadas *telegramas*. O termo ainda sobrevive em algumas redações, mas as máquinas desapareceram, substituídas pela internet.

<sup>2</sup> Em meados de 2005, a Globonews passou a adotar experimentalmente um sistema diferenciado de edição digital que suprimiu a gravação de fitas na Inter. Na TV Globo, no entanto, o sistema com fitas ainda permanece operando, e deverá continuar até 2007.

o acesso ao material escrito das agências internacionais e ainda das brasileiras Agência Globo e Estadão é via internet, constantemente monitorado por alguém da Inter. Ao mesmo tempo, uma boa parte da informação também chega, junto com as imagens, em reportagens recebidas e gravadas continuamente, na redação, especialmente as transmissões 24h da CNN, da APTN e da Reuters.

A Rede Globo dispõe também de contratos que permitem a gravação e utilização de outros fornecedores na sala principal de recepção de sinais de satélite da rede. A CNN em *Español*, por exemplo, que traz um grande número de matérias da América Latina, faz parte das possibilidades de utilização da rede, mas ainda é pouco utilizada, até porque as imagens geradas vêm *sujas*, isto é, com créditos e logo da emissora de origem. Com a edição digital, pela maior facilidade de acesso (antes as fitas tinham que ser apanhadas em local afastado da redação), a Globonews passou a utilizar mais este recurso, mas na maioria das vezes, o cardápio que nos é oferecido é limitado a ter quase sempre um olhar primeiro-mundista e/ou americano.

Assim, não é tanto o mundo exterior ao Brasil que constitui a fronteira de atuação de uma editoria internacional, mas sim o mundo tal como nos é dado, aquele sobre o qual falam as principais agências de notícias, as televisões e os jornais internacionais. O que é notícia no *New York Times* tem muito mais chance de aparecer também aqui do que a maioria das matérias que saem no Clarín, ou no Página 12, de Buenos Aires, ou no Indian Times, de Nova Déli, por exemplo, embora nos três jornais haja muitas reportagens com informações que talvez tivessem muito mais a ver com a nossa própria realidade. Se o raciocínio vale para a imprensa escrita, muito mais em televisão, em que as imprescindíveis imagens provêm, na maior parte das vezes, de fontes anglo-americanas, ou no máximo européias.

Fala-se no avanço da comunicação, que se tornou globalizada, fazendo com que o mundo ficasse menor ou pelo menos mais próximo. Graças às novas tecnologias, rapidamente tomamos conhecimento ao vivo e em cores do que está acontecendo: em poucas horas, ficamos *sabendo tudo* sobre a onda gigante que varreu o Sudeste Asiático no final de 2004, aprendemos que ela foi provocada pela movimen-

tação das placas continentais, e que as pessoas ali não tinham como se precaver da tragédia, por causa da falta de sistemas de alerta em países pobres. E ainda, o tanto que soubemos foi o bastante para mobilizar em todo o planeta uma imensa corrente de solidariedade. O que é evidentemente extraordinário e benéfico.

Mas é verdade também que, salvo nas grandes desgraças, raramente damos destaque a eventos em países vizinhos, como a Argentina ou o Uruguai, e em outros com os quais temos (embora muitos aqui ignorem) pontos em comum, como a Indonésia ou a Turquia. A experiente jornalista americana Bárbara Crossette<sup>3</sup>, que esteve em São Paulo como observadora de uma organização independente, a Knight International Press, disse estar surpresa, de um lado, com a boa qualidade do jornalismo brasileiro, e de outro, com a quase total ausência de matérias sobre países asiáticos, africanos e mesmo latino-americanos.

Ela faz ainda uma distinção entre *international* e *foreign news*, justificando o consagrado uso do adjetivo internacional pela ênfase que se pretende dar às relações entre os acontecimentos da realidade mundial e um determinado país e seu público. Segundo esta ótica, as inter-relações entre fatos ocorridos em qualquer ponto do planeta e o público-alvo da comunicação são fundamentais na perspectiva jornalística.

No caso da TV brasileira, poderíamos resumir assim a questão: em que medida o público deve ser informado sobre acontecimentos ocorridos fora do Brasil? A quem interessa saber a queda do dólar lá fora, a tragédia das *tsunamis*, as eleições presidenciais nos Estados Unidos, no Iraque ou no Uruguai (só para citar alguns dos assuntos em pauta – ou fora dela – nos recentes noticiários de TV)?

Em um texto clássico de 1981, o semiólogo e escritor Umberto Eco<sup>4</sup> lembra dois critérios – relevância e proporção – que assinalam a importância jornalística de um determinado acontecimento, ou seja,

---

<sup>3</sup> A convite do Sindicato dos Jornalistas do Rio de Janeiro, Bárbara Crossette fez uma palestra no Rio de Janeiro, em novembro de 2004, sobre jornalismo internacional.

<sup>4</sup> Em “TV: a transparência perdida”, artigo republicado no livro *Viagem através da irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

justificam a sua apuração, documentação e veiculação pública como *notícia*. Se a relevância nos orienta a selecionar os assuntos por sua importância, poderíamos ainda perguntar se existe uma importância em si, ou se toda importância sempre diz respeito a quem assiste? Para o telespectador, letrado ou não, o que é importante saber entre os milhares de acontecimentos que ocorrem nas mais variadas partes do planeta? E em que proporção? Como diria Marina Colassanti, em uma crônica célebre<sup>5</sup>, “sabemos muito e não sabemos nada (...) A luz ofuscante jogada sobre os detalhes, que equivocadamente confundimos com informação, serve mais para nos cegar do que para permitir a visualização (...) Que sabemos nós dos passos felpudos com que os grandes interesses articulam suas estratégias?”

A mesma perspectiva crítica apresenta o jornalista Carlos Dornelles, ex-correspondente da TV Globo em Londres (1988-1990) e em Nova York (1991 e 1992), em 2005 na sucursal da emissora em São Paulo, em excelente livro, *Deus é inocente, a imprensa não*<sup>6</sup>, imprescindível para todos aqueles que desejam se aventurar pelo campo do jornalismo internacional. Logo no primeiro capítulo reproduz trecho do relatório de 2001 da organização Repórteres sem fronteiras, que inclui os Estados Unidos como um dos países que prejudicam a liberdade de imprensa, alegando razões patrióticas. Um cerceamento bem diferente do que sofremos um dia, nos chamados idos da ditadura, quando a imprensa brasileira buscava formas inventivas de informar, ou pelo menos indicar, que estava sob censura. Na situação atual, não. Até os grandes jornais americanos estão sob suspeita. Sobre as notícias de guerras recentes promovidas pelos Estados Unidos, escreve o jornalista brasileiro: “Como na Guerra do Golfo, nunca se soube e provavelmente nunca se saberá qual foi o número de vítimas dos ataques no Afeganistão. (...) A guerra que a imprensa divulgou foi outra, extremamente eficiente e limpa, com poucas baixas graças à alta capacidade tecnológica das forças americanas. O cerco à informação promovido pelo governo americano e a falta de jornalistas na

---

<sup>5</sup> Em *Só nos escondem o principal*, JB, 14/12/1991

<sup>6</sup> Dornelles, Carlos. *Deus é inocente, a imprensa não*. São Paulo: Editora Globo, 2002.

frente de batalha certamente ajudaram a sedimentar essa visão. Mas a convivência também<sup>7</sup>.

Garantido pela Primeira Emenda à Constituição dos Estados Unidos, o jornalismo americano sempre serviu de modelo ao mundo inteiro, como exemplo de liberdade de opinião. Hoje, não mais. Uma pesquisa recente mostrou que 53% da população americana não consideram a imprensa confiável. Bárbara Crossette confirma que “está ocorrendo uma queda na credibilidade dos jornais e TVs desde o 11 de setembro de 2001. Os escândalos envolvendo histórias fabricadas, citações inventadas, apropriação indébita de notícias de outros jornalistas, fraudes, tudo isso envolvendo corporações como o New York Times, a CBS, o USA Today, levam muitas pessoas a não acreditar mais no que está sendo informado pela mídia. Nos anos 1960 e 1970, a imprensa teve enorme participação na vida americana. Alguns editores se sentiram poderosos demais, sem limites. Com a popularização, vieram os altos salários, fazer parte da mídia passou a ser glamoroso. As reportagens sérias foram perdendo espaço, a notícia passou a um segundo plano”, acrescenta ela.

Voltando a Umberto Eco, podemos perguntar até que ponto a seleção (edição) de determinadas notícias nas telas de TV, com suas exaustivas repetições (quantas vezes já assistimos ao desabamento das duas torres gêmeas do World Trade Center), tanto quanto algumas inexplicáveis omissões seguem ou não os tais critérios de relevância e proporção? Os animais de estimação que fazem a alegria de ocupantes da Casa Branca, ou a estagiária em brincadeiras pouco inocentes no salão oval merecem e por quanto tempo o centro das nossas atenções?

A verdade é que sempre soubemos muito pouco, e mal, constatação essa que não é nova, e já mereceu considerações filosóficas desde a Antiguidade Clássica, com Sócrates, por exemplo, que só considerava sábio *aquele que sabe que nada sabe*, e ainda recomendava o mais difícil: *conhece-te a ti mesmo*.

Hoje, graças à alta exposição, às tecnologias de transmissão de notícias e imagens em tempo real, à sofisticação dos meios e recursos

---

<sup>7</sup> Idem, p. 65.

de comunicação, temos a ilusão, senão a pretensão, de assistir à cena completa, de conhecer o que se passa aqui e no mundo, esquecendo que “só nos ocultam o principal”<sup>8</sup>. Desconhecemos assim o tamanho e a relatividade de nosso próprio conhecimento. Ao tomar a parte pelo todo, corremos o risco de piamente acreditar que estamos bem informados, como uma criança satisfeita com um pacote de biscoitos, mas que nem por isso a deixa bem alimentada.

### **A Inter na TV**

Em todas as emissoras, a equipe encarregada de selecionar assuntos e imagens, preparar os textos em português, editar o que vai ao ar resume-se a pouco mais do que meia dúzia de gatos pingados, por turno, e às vezes nem isso. Entre eles, pontificam cabeças grisalhas ou mesmo brancas (algumas disfarçadas), com uma razoável bagagem profissional, muitas vezes reforçada no exterior. Se no passado, a “velha guarda” constituía a quase totalidade do pessoal da Inter, tanto na mídia impressa quanto no telejornalismo, hoje, no entanto, já se vê um número cada vez maior de jovens, na maioria estagiários, ao lado de outros, não tão jovens assim.

Entre as dificuldades que se apresentam aos mais novos no jornalismo internacional, há uma variedade de temas a exigir do profissional conhecimento em diversas áreas ao mesmo tempo. Diferentemente das demais editorias, onde repórteres e editores se especializam, uns na política, outros na economia, ou ainda nos cadernos de cultura, em eventos esportivos, na crônica mundana etc., na Inter será preciso saltar da ajuda humanitária ao Sri Lanka, ao Iraque ainda em guerra onde se realizam eleições, e daí para o julgamento de Michael Jackson, e ainda para as implicações possíveis da renegociação da dívida argentina. Nesse sentido, é preciso estar 24 horas “antena-do” com tudo o que está acontecendo no mundo.

A primeira tarefa é dar conta das fitas gravadas (este é o caso da maioria das emissoras que ainda adotam a edição linear) com imagens das agências internacionais, transmitidas 24 horas por dia, e que

---

<sup>8</sup> Título da já citada crônica de Marina Colassanti (ver nota 5).

constituem a verdadeira base do que vai ao ar, no telejornal. Uma vez gravada, uma fita de 60 minutos é decupada<sup>9</sup> por assunto, ou seja, é feito um rol (geralmente por um estagiário), relacionando a minutagem de cada matéria, se possível até com indicação das imagens e falas mais significativas. Em um sistema digital, como o da Globonews em sua fase atual, há *olheiros* que elaboram essas listas, diretamente do chamado centro de pesquisa, onde chegam as imagens. A partir delas e das pesquisas feitas através da internet em *sites* de jornais, agências e organismos internacionais, o editor-geral da Inter irá definir que assuntos podem ser oferecidos, como matérias do momento, ao editor-chefe do telejornal no qual elas serão exibidas, em sua versão nacional, digamos assim, já editadas em VT.

A importância desse primeiro passo é fundamental. Porque televisão é imagem – ressalve-se que nem por isso o texto de TV é de menor valor, como defendem alguns. A verdade é que, sem uma escolha adequada das imagens, o bloco internacional (que pode ser até mais de um, conforme a circunstância) seria recheado de notas peladas deixando o telespectador a tal ponto distante dos acontecimentos, que assim se perderia sua necessária atenção.

Uma vez definida a pauta das matérias a serem preparadas na redação da emissora cabeça-de-rede<sup>10</sup>, os editores (de texto) recebem o seu quinhão de matérias. Para escrever, eles tomam por base as imagens disponíveis, inclusive as sonoras<sup>11</sup> enviadas e ainda imagens de arquivo. Esse conjunto é o delimitador do raio de ação do editor responsável pela forma final com que o VT irá ao ar. Em compensação, ele tem a liberdade de reagrupar imagens, usar fontes diversas e, sobretudo, redigir um texto a partir de informações que podem ir muito além e até apontar as contradições do texto original.

---

<sup>9</sup> Jargão jornalístico: decupar é fazer um levantamento detalhado do material bruto gravado em papel para facilitar o trabalho de edição.

<sup>10</sup> Jargão jornalístico: é a sede da emissora-mãe, de onde são gerados os programas que entram em rede nacional. A TV Globo, tradicionalmente uma emissora carioca, hoje tem importantes telejornais gerados de São Paulo e Brasília, que nesses momentos atuam como cabeças de rede. Mas o carro-chefe é ainda o Jornal Nacional, gerado da sede da emissora.

<sup>11</sup> Jargão jornalístico: é o trecho já editado de uma entrevista, onde aparecem as falas escolhidas do entrevistado. Parte de uma sonora pode ainda ser coberta por imagens pertinentes.

Cabe aqui um parêntese: segundo José Carlos Monteiro, da UFF – que já foi professor da PUC-Rio, editor da Internacional de O Globo e, hoje, é editor-geral da Inter da Globonews –, essa tarefa de associar eventos, informações, saber ler e escrever nas entrelinhas, exige dos editores das diferentes matérias a serem veiculadas habilidades que não se resumem a simplesmente saber inglês ou escrever um português correto. No terreno da informação geral, os jovens naturalmente estão em nítida desvantagem. Com raras exceções, os que começam pela imprensa escrita se saem melhor, desde que readaptados a escrever pensando nas imagens, o que não leva tanto tempo assim (embora muitos profissionais de TV digam o contrário). Os textos em jornal ou revista obrigam a um treino maior da linguagem e a um esforço de análise e síntese bem mais abrangentes.

Antes de seguirmos adiante, poderíamos dizer que é preciso desenvolver nos aspirantes ao jornalismo – e não só internacional, diga-se de passagem – a chamada visão helicóptero, capaz de ver alternadamente a floresta como um todo, e cada árvore em particular. Infelizmente, esse tipo de capacidade não se aprende na faculdade, embora encontre aí as condições de seu amadurecimento. No terreno propício do potencial de cada pessoa, as sementes são lançadas muito antes, nas várias épocas em que vão se formando as estruturas de pensamento. São elas que, graças às diversas leituras, à escola, ao meio ambiente e a nós mesmos, nos permitem avaliar, medir, contrabalançar prós e contras, fazer análises e sínteses – em uma palavra, pensar.

O pensamento crítico é indispensável para se fazer um texto original e bem fundamentado, que não iluda o telespectador pela espetacularização da imagem, mas pela adequação de suas associações. Que relativize o óbvio e inocule a dúvida, o questionamento. São Tomé, o apóstolo que só acreditou em Cristo ressuscitado depois que botou o dedo em suas feridas, merece ser o patrono de todos os jornalistas. Botar o dedo significa *aproximar-se* do evento de todas as maneiras possíveis, verificando, vendo, ouvindo e questionando as diferentes versões, lendo e comparando e, com humildade, admitindo que nosso conhecimento é sempre limitado.

Parênteses fechado, sigamos a dinâmica da produção da Inter: pronto o texto, indicadas as imagens que vão cobri-lo, o *off* é gravado pelo apresentador do jornal (ou pelo repórter, no caso dos correspondentes). É sobre esse *off* que, casando áudio e vídeo, o editor de imagens vai chegar à fita final editada. Na maioria dos casos, deixa-se o áudio original, em volume apenas perceptível, sob o áudio em português. Se há cenas com ruídos ou falas de impacto, o áudio original recebe o ganho de áudio principal, convertendo-se em som ambiente<sup>12</sup>. Cala-se o *off* para se ouvir por alguns segundos o som original, nítido, perfeito, com toda sua possibilidade de emocionar, aterrorizar, hipnotizar. Algumas matérias, particularmente as do mundo cultural e até mesmo esportivo, podem exigir ainda a sonorização, que é um trabalho de pós-produção, pelo qual a fita editada ganha pelo menos em algumas partes um áudio novo, com músicas sugestivas ou ruídos especiais, atuando como fundo sonoro (BG<sup>13</sup>) sobre o qual se desenrolam as imagens.

Para todo esse trabalho, as equipes de Inter na redação são mínimas. Como ocorre na mídia impressa, também no telejornalismo há uma especificidade da editoria Internacional que a distingue de todas as demais: nada aqui se parece a uma fervilhante equipe de reportagem, que é a alma de toda editoria nacional ou local que se preze – gente que paute, investigue e apure o mais diretamente possível os fatos marcantes da ocasião. Como já ficou explicado anteriormente, no caso da editoria Internacional a maioria das matérias veiculadas não provém de repórteres da emissora, atuando no local do evento. Mesmo a TV Globo e a Globonews, com escritórios em vários pontos do planeta, nem sempre deslocam seus correspondentes baseados em uma determinada praça<sup>14</sup> para o epicentro dos acontecimentos, embora o façam cada vez mais.

---

<sup>12</sup> Jargão jornalístico: é a indicação de que a voz do *off* do apresentador ou do repórter é interrompida, para que se escute com clareza o som original, como o de bombas, gritos, sirenes etc.

<sup>13</sup> Jargão (não só jornalístico): o termo BG, muito usado em todos os meios audiovisuais, é a abreviação da palavra inglesa *background*, significando um som, em segundo plano.

<sup>14</sup> Jargão jornalístico: é a cidade onde funciona um escritório regional ou internacional de uma emissora. São Paulo é uma praça, Nova York é outra.

As razões dessa ausência são várias. A primeira delas, econômica: os custos cada vez mais altos de manter uma equipe com produtor, cinegrafista<sup>15</sup>, repórter e editor em várias partes do mundo impedem que quase a totalidade das emissoras de TV no Brasil disponham de material próprio. As poucas que conseguem trabalham com pessoal reduzido, com uma vasta área de operação sob sua responsabilidade e um mínimo de deslocamentos. Às vezes, um repórter é enviado especialmente ao local do acontecimento, mas vai trabalhar com um cinegrafista, um produtor e o motorista do lugar. O resultado pode sair prejudicado, porque falta, muitas vezes, a cumplicidade que se forma entre o repórter e o câmara, e que normalmente nasce da convivência, de muitas saídas juntas.

A TV Globo é a emissora brasileira que detém a maior infraestrutura fora do país, com escritórios nos Estados Unidos, na Europa, no Oriente Médio, na Argentina e agora na China. Mesmo assim, quase todos os dias, vemos, ao vivo ou gravado, um *stand-up* de repórter, falando de Nova York ou de Londres, costurando uma notícia com imagens tomadas a milhares de quilômetros e informações disponíveis nas agências de notícias internacionais. A sua simples presença, fora do cenário brasileiro, se traduz para o telespectador em um grau maior de credibilidade: “em Londres, tínhamos até uma esquina, era a esquina onde sempre gravávamos os nossos *stand-ups*”, lembra Valéria Sffeir, hoje na Globonews do Rio de Janeiro, e que foi correspondente da rede na capital inglesa por sete anos, inclusive durante a Guerra do Golfo (1991). “Nós até viajávamos bastante, como no caso de um desastre ecológico na Escócia, do qual fiz a cobertura, no local”. “Mas” – ela reconhece – “quando o repórter não está presente, há sempre uma frustração”.

Esse tipo de frustração foi claramente admitido pela estrela da CNN, a repórter Christiane Amampour, que fez a cobertura (se é que assim se pode chamar) da Guerra do Golfo, em 1991, a bordo

---

<sup>15</sup> Nos primeiros 20 anos da TV brasileira, sem videoteipe, as reportagens eram todas filmadas. Vem dessa época, o uso da palavra *cinegrafista*, com que até hoje são chamados os nossos câmeras.

de um porta-aviões americano. Em uma entrevista na própria CNN, alguns meses depois, ela reconheceu que muitos de seus *stand-ups* realizados do porta-aviões só continham as informações que lhe eram passadas pelas fontes militares dos Estados Unidos. Por isso mesmo, nas três guerras (Croácia, Bósnia, Kosovo) que agitaram a antiga Iugoslávia até 1999, ela fez questão de ser repórter em terra, transmitindo do próprio local dos acontecimentos.

Mas, voltando às esquinas de Londres, ou a qualquer outra grande capital: muitas vezes, não é preciso nem ir até à esquina. Basta utilizar um *chroma-key*<sup>16</sup>, com uma imagem característica de determinado lugar, que o público já decodifica a matéria internacional e o lugar de onde está sendo gerada. Há quem critique esse ar internacional, quando o texto e as imagens exibidos poderiam ser perfeitamente editados aqui no Brasil. Nessa linha de raciocínio, argumenta-se que o telespectador médio brasileiro, com poucas noções de geografia, acaba enganado, uma vez que a presença de um repórter, ainda que em outro local, confere uma falsa credibilidade ao relato, e portanto pode fazê-lo sentir-se mais bem informado, por exemplo, de Londres, sobre o Iraque, do que uma matéria equivalente editada aqui, até com as mesmas imagens, mas como nota coberta.

A favor de matérias geradas à distância do lugar sobre o qual se fala, pode-se argumentar que os repórteres em questão são jornalistas experientes, alguns com militância internacional de muitos anos em televisão ou mesmo na imprensa escrita, como correspondentes de grandes jornais, o que lhes permite acesso a fontes e até mesmo a outros correspondentes que seriam inacessíveis a um novato. Como essas matérias, em sua maioria, vêm do exterior já editadas, o texto narrado em *off* pelo correspondente foi redigido também por ele, refletindo assim a sua própria experiência profissional. Nas palavras de Valéria Sffeir, há nesse casos “um olhar brasileiro que faz a diferença”, até porque “o seu relato torna a notícia mais próxima ao público do Brasil”.

---

<sup>16</sup> Recurso que permite inserir uma imagem (por exemplo, do repórter) sobre outra que lhe sirva de cenário e identificação local – o prédio do Parlamento com o Big Ben, em Londres, o Arco do Triunfo ou a Torre Eiffel, em Paris, a Estátua da Liberdade, em Nova York, são alguns exemplos.

Quando não têm seus correspondentes, as emissoras brasileiras recorrem às notas cobertas em seu noticiário internacional, o que lhes resulta muitas vezes num relato, ainda que correto, mais frio. Algumas utilizam jornalistas especializados ou professores universitários como comentaristas internacionais, suprindo assim o telejornal com uma presença real e necessária.

É ainda usado em larga escala o recurso antigo da narração transmitida via linha telefônica ao vivo e também gravada em audiotape, para ser usado depois. Nesse caso tem-se somente o áudio do repórter, no exterior. Sobre esse *off*, podem ser editadas imagens provenientes de diversas fontes, preservando aquilo que Valéria Sffeir chama com propriedade de “o olhar brasileiro”. Em outras ocasiões – e isso ainda é bastante freqüente – a voz é coberta apenas por uma arte com a foto e o nome do repórter e um mapa, de onde está falando.

As novidades nesse campo são, no entanto, muito grandes. Os avanços tecnológicos nos permitem antever a proliferação de equipamentos cada vez menores, mais leves e melhores. As possibilidades de digitalização de imagens e falas, compactadas e enviadas via internet, devem transformar em pouco tempo o modo de operação das reportagens internacionais. Experiências com videorepórteres já são comuns em alguns canais americanos (como o Bloomberg News, por exemplo) e mesmo aqui no Brasil. Na prática, porém, a utilização de uma só pessoa para produzir, conduzir entrevistas, costurar o texto e, ainda, gravar as principais cenas, tudo ao mesmo tempo, tem se traduzido, na maioria das vezes, em relatos superficiais. Mas, pelo menos do ponto de vista das empresas, e até do público, quem é que se importa muito com isso? “Uma das salvaguardas da imprensa é a sensação de que notícia que vale é a de hoje, mesmo que desmintam tudo que foi dito antes”, lembra em seu livro o jornalista Carlos Dornelles<sup>17</sup>. A televisão do futuro próximo será digital, com equipes mínimas, equipamentos ultraleves, com facilidade de deslocamento e um custo decrescente. Mas o que ela estará transmitindo dependerá do jornalista que hoje está sendo formado. De sua visão ética do mundo e da profissão que escolheu.

---

<sup>17</sup> Dornelles, Carlos, *op.cit.*, p. 127.

## Um salto gigantesco

A transmissão de imagens pela internet<sup>18</sup>, aposentando o velho audiotape, já começa a ser feita, ainda que não se tenha chegado a uma qualidade perfeita. As primeiras experiências foram horrorosas; a velocidade de transmissão não permitia o fluxo de imagens de uma forma natural, a 30 quadros por segundo, mas isso hoje já não é mais mistério. Dentro de pouco tempo, teremos imagens de televisão, com qualidade digital, transmitidas em banda larga, de qualquer parte do globo e que vão nos permitir acompanhar os últimos acontecimentos nas telas dos monitores de computador, sem perda de resolução.

Será e já está sendo um passo gigantesco para um meio que chegou no Brasil há menos de 60 anos. No início da televisão havia imagens somente filmadas e os rolos de filmes eram transportados em aviões de carreira. No caso de material internacional, isso significava atrasos de dois a oito dias, depois do acontecimento. Não é preciso nem ir tão longe: há apenas 15 anos, já na era dos satélites de comunicação, as emissoras tinham que se contentar em receber meia hora por dia imagens e textos colhidos pela Visnews, ligada à agência inglesa Reuters (hoje, parte do sistema BBC), para alimentar as parcas inserções da Inter, no telejornal.

Criada no início dos anos 1980, a rede americana CNN revolucionou o noticiário internacional ao estabelecer um sistema de troca, via satélite, de reportagens entre a central da rede, em Atlanta, nos Estados Unidos, e milhares de emissoras locais, espalhadas no mundo. No Brasil, a extinta TV Manchete, inaugurada em 1983, foi a primeira conveniada com a CNN: matérias realizadas no Brasil eram postas em disponibilidade na rede internacional (CNNI), e em troca ganhava-se o direito de utilizar todo o material coletado em outras partes do mundo, transmitido via satélite. Em pouco tempo, as outras emissoras abertas brasileiras (a TV por assinatura chegou ao Brasil apenas nos anos 1990) também conseguiram receber por uma quantia módica o sinal da CNNI, mas o interesse era pequeno, e a

---

<sup>18</sup> Hoje, está sendo mais usada a transmissão da imagem, via linha telefônica (videofone) e de qualidade ainda discutível.

maioria do noticiário internacional dava apenas conta do que acontecia no circuito Helena Rubinstein (Londres, Nova York, Paris): casamentos *pop* ou majestáticos (o que vem dar no mesmo, é o mundo das celebridades), desgraças idem, mudanças políticas relevantes e ainda catástrofes com grande número de mortos.

Foi somente a partir da Guerra do Golfo, em 1991, que o noticiário internacional ganhou espaço nobre dentro dos telejornais. A presença da CNN, através de Peter Arnett, um experiente correspondente veterano do Vietnã, com imagens geradas de uma antena móvel transmitindo via satélite, impulsionou a rede americana e não apenas ela, mas muitas outras que passaram a oferecer notícias internacionais 24 horas por dia.

Foi nesse rastro que, no Brasil, em 1996, quase ao mesmo tempo em que a TV Manchete à beira da falência fechava as portas, surgiu a Globonews, o primeiro canal brasileiro de jornalismo 24h<sup>19</sup>. O sinal é oferecido aos usuários dos sistemas por assinatura da NET (cabos) e SKY (satélite, com mini-parabólica). O noticiário internacional faz parte de pelo menos 30% da sua programação, tanto nos jornais propriamente ditos, como nas 10 edições do Em cima da hora, transmitido sempre nas horas cheias, ou no Jornal das Dez, como também em vários programas apresentados e reapresentados ao longo da semana, como Milênio, Sem Fronteiras e outros. Em 2001, foi a vez da rede Bandeirantes inaugurar a Bandnews, que se anuncia como o primeiro canal brasileiro de notícias totalmente digital<sup>20</sup>. Ele é oferecido através do sistema por assinatura que inclui TVA (microondas) e DirectTV (satélite, com mini-parabólica) e ainda alguns outros sistemas menores de TV por assinatura.

Com essas possibilidades de notícias, será que estamos mais bem informados sobre o que vai pelo mundo? Números do final de 2004,

---

<sup>19</sup> Sobre esse tema, leia-se o capítulo “TV por assinatura: a Globonews”, em *O Texto na TV – Manual de Telejornalismo*, de Vera Íris Paternostro, Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

<sup>20</sup> Detalhes sobre especificações técnicas, como edição não-linear, *software* de redação e outros podem ser obtidos na página [www.bandnews.com.br/tecnologia](http://www.bandnews.com.br/tecnologia).

apresentados pela Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA), indicam, no Brasil, apenas 3,8 milhões de assinaturas. São casas e empresas onde podem ser vistos os noticiários da Globonews, da Bandnews e ainda das diversas empresas de outros países (CNN, FOXnews, BBC, TV5, RAItaliana, TVEspaña e outras), incluídas no cardápio das operadoras brasileiras de sistemas pagos. Em um universo calculado de 54 milhões de televisores, o número de assinantes não chega, portanto, nem a 10%. Mesmo considerando o fato de que muitos assinantes têm dois ou mais pontos em uma só assinatura, o número final de telespectadores das diversas modalidades de TV pagas não aumenta muito em relação à TV aberta (sinal VHF), essa sim a grande formadora da opinião pública brasileira.

A bem da verdade, diga-se que o telejornalismo da TV Globo, a mais forte do país, mudou muito nos últimos cinco de seus 40 anos de existência. O principal jornal da Rede, o Jornal Nacional, parece ter aposentado de vez as terríveis lapadas<sup>21</sup>, com que se juntava lé com cré, quando ninguém ao final da transmissão era sequer capaz de lembrar o que tinha sido visto no bloco internacional.

Hoje, a rede mantém repórteres em muitas cidades do mundo, a maioria sem vínculo com a empresa, mas que são acionados para dar o seu “olhar brasileiro”, aos principais acontecimentos no mundo. Assuntos considerados importantes – pode ser a cobertura pós-*tsunamis*, o último furacão ou terremoto ou o Fórum Econômico de Davos – provocam deslocamentos de correspondentes, em vez dos clássicos *stand-ups* em qualquer esquina. Algumas vezes, conseguimos até independência de informes. A guerra do Iraque, movida pelo governo Bush na contramão da ONU, dos países europeus

---

<sup>21</sup> Jargão jornalístico: trata-se de um efeito que consiste em editar num só VT imagens de diferentes assuntos, ou do mesmo assunto em diferentes ocasiões e lugares, separadas por efeito semelhante ao de passar a página de uma revista, como se o telespectador estivesse folheando páginas sequenciais, onde não necessariamente a anterior tem a ver com a seguinte. Quando o assunto é o mesmo – exemplo: imagens de nevascas em vários pontos do Hemisfério Norte – ainda se justifica, porque não se perde o sentido do conjunto. Muitas vezes, no entanto, lapavam-se cenas inteiramente díspares, apenas como registro oficial do telejornal, só para dizer que deu essa e aquela notícia, ainda que com um índice zero de retenção do telespectador.

(exceto a Grã-Bretanha) e do Brasil que se opôs à solução armada, recebeu imagens e análises que não foram utilizadas na grande mídia americana.

Residente na Califórnia, um professor brasileiro conta que gravou informes da Globo Internacional para mostrar a seus colegas americanos. Eram imagens americanas que lá não passavam, com alguns dos crimes de guerra feitos em nome da democracia. A maioria não acreditou, achava que eram imagens falsas editadas, mas, de qualquer maneira, a dúvida estava lançada. Aqui no Brasil, foram produzidas matérias especiais com o propósito de oferecer uma visão menos preconceituosa do Islã.

Estruturalmente, ainda é pouco. O problema – e não é só da imprensa – está na herança da percepção colonial brasileira. Estamos, como já foi dito antes, atrelados a dar destaque aos mesmos assuntos que aparecem na TV internacional, sobretudo americana. Cometemos os mesmos vacilos, as mesmas omissões e até as mesmas precipitações. Ainda analisamos pouco ou quase nada.

Para finalizar, um caso que vale reflexão: no dia 31 de outubro de 2004, um domingo, o Uruguai realizou eleições presidenciais, cujos resultados alteraram profundamente o quadro tradicional de alternância política naquele país. Eleito em primeiro turno, com mais da metade dos votos, o socialista Tabaré Vasquez derrotou os *blancos*, do partido Nacional (34% dos votos), e os *colorados*, esses do partido Colorado, do presidente Jorge Battle (10,36% dos votos, o pior resultado de sua história), levando a esquerda, pela primeira vez, a ocupar não apenas a presidência do Uruguai, mas a garantir maioria nas duas casas do congresso.

No dia seguinte, 1º de novembro, o Jornal Nacional deu a notícia em uma nota pelada, sem sequer utilizar imagens de que a TV Globo dispõe da CNN em Espanhol, nas quais certamente poderia ter mostrado cenas de rua, com pessoas votando e o novo presidente. Também não foram feitas quaisquer considerações sobre o significado daquela vitória.

É que, àquela altura, a emissora já montara uma mega operação de cobertura das eleições americanas, deslocando para Washington

sua principal apresentadora, para atuar como âncora, chamando repórteres de primeiro time espalhados entre Boston, Nova York, Miami, Columbus (Ohio) e ainda de Roma, Londres, Paris, Jerusalém e até do Vaticano. A cobertura no exterior ocupou a maior parte do noticiário não apenas na véspera e no dia 2, data da eleição nos Estados Unidos, como nos dias subsequentes, mesmo depois da confirmação da reeleição do presidente George W. Bush.

Em 4 de novembro daquele ano, futuros jornalistas de duas turmas da disciplina de Introdução a Rádio e TV, da PUC-Rio (quase todos entre 18 e 21 anos), receberam um pequeno questionário para responder por escrito, em sala:

- Que países das Américas tiveram eleições presidenciais nos últimos 7 dias?
- Através de que veículos de comunicação você tomou conhecimento desses fatos?
- Você se considera bem informado sobre esse assunto?
- Considera que ele é importante para o Brasil?

Dos 32 alunos que responderam – houve grande taxa de abstenção às aulas, devido aos feriados – apenas sete sabiam que, além das eleições nos Estados Unidos, algum país latino-americano tinha sido palco de eleições presidenciais, e desses, somente quatro citaram, corretamente, o nosso vizinho Uruguai. Nenhum deles recebeu essa informação pela televisão, mas em leituras de jornais ou revistas, ou pela internet. No caso das eleições uruguaias, os quatro se acharam mal informados, mesmo achando que deveria ser importante por se tratar de um país vizinho e parceiro do Mercosul.

Ao mesmo tempo, a maioria (29 alunos) declarou se sentir razoavelmente bem informada sobre as eleições nos Estados Unidos, acompanhadas majoritariamente pela TV Globo. Alguns até opinaram criticamente: “concluí que não é só o povo brasileiro que é sem memória” ou “serviu para confirmar pelo resultado o poder da mídia sobre as massas”, ou “faltou mostrar as propostas e como cada candidato afetaria o Brasil”.

Do grupo pesquisado, vinte e cinco se consideraram satisfeitos com as informações recebidas e cinco deles declararam ter finalmente

entendido o complicado sistema das eleições presidenciais americanas – que foi bem explicado. Na questão de importância para o Brasil, as respostas variaram pouco, alguma coisa entre o óbvio “somos afetados diretamente pelo que acontece nos Estados Unidos” e o genérico “as eleições americanas mexem com o mundo inteiro”.

Que as eleições americanas mexem ou, melhor dizendo, imobilizam o tabuleiro de xadrez das relações internacionais, ninguém duvida. Louve-se ainda a qualidade do material que foi apresentado, repórteres falando de vários lugares, mostrando peculiaridades e tendências reveladas nas pesquisas de opinião – erradas, no final, com o anúncio de previsão de vitória para o candidato democrata. Também ninguém falou que, nas questões de política externa, as diferenças entre republicanos e democratas são mais de estilo que de essência. E que os eleitores americanos pouco estão se lixando para o que acontece fora do seu país, a não ser pelas conseqüências que os atingem. De qualquer jeito, a cobertura sempre valeu, foi um esforço de um ver e ouvir brasileiro, no exterior.

Mas ficam no ar as questões levantadas no início do capítulo: relevância e proporção. Por que a omissão, não apenas no caso das eleições uruguaias, mas de quase tudo o que ocorre na América Latina? Países, em sua maioria, nas fronteiras com o nosso território, com os quais partilhamos uma história comum de colonialismo ibérico, com raízes culturais, religiosas, lingüísticas muito próximas, não têm relevância para nós?

Dirão que o brasileiro não se interessa pela América Latina, nem pela Ásia, ou pela África? Será verdade, ou estaremos nós fadados a uma visão unicultural e unilateral de nossa realidade? Por que, por exemplo, a recente proposta de renegociação da dívida argentina, por mais difícil de ser realizada, foi tachada de indecorosa, caloteira e outros adjetivos pouco simpáticos em alguns de nossos principais jornais televisivos e impressos? Achamos ridículo o país vizinho apenas se recuperando das relações carnais com os Estados Unidos propor 25% do valor de face? Qual o devedor que não puxa as ofertas para baixo até como estratégia para chegar a um meio-termo? O crescimento do PIB argentino repetiu, em 2004, os 8% do ano anterior.

De olho em ganhos futuros, há quem não despreze ofertas, calculando que, de outro modo, talvez ficasse sem nada. Que o Comitê Global de Credores da Argentina, formado pelos Estados Unidos, Japão, Alemanha, Itália, tenha chiado é compreensível. Mas não é papel do jornalista endossar o ponto de vista dos credores, nem ridicularizar a busca de alternativa, antecipando que não vai dar certo. O próprio FMI, responsável em grande parte pela crise argentina, reconheceu que será preciso encontrar uma saída diferenciada, aberta à renegociação. Portanto, melhor faríamos veiculando aspectos ligados aos dois lados da questão, abrindo até espaço para discutir a posição do Brasil. Opiniões podem ser dadas em comentários, entrevistas e painéis, com direito a análises e tendências de vários matizes.

No esclarecimento dessa e de outras questões, um papel importante têm a desempenhar os jornalistas de hoje e os do futuro, não desdenhando as imagens e as reportagens de que até já dispõem, ampliando informes e análises e coberturas sobre aqueles povos, com os quais partilhamos um destino e atribuições semelhantes, o que pode muito bem ser feito, seriamente, sem cair em saudosismo terceiro-mundista dos anos 1960. O acompanhamento, através de livros, seminários, jornais e revistas de vários países, permite ao jornalista da Inter ampliar e atualizar seus conhecimentos. Aprender constantemente sobre a história, a geografia, a economia, as questões políticas e ambientais, a cultura etc. dos diversos povos é um método fundamental para desenvolver a visão helicóptero... ir das causas às conseqüências e vice-versa, até discernir, na medida do possível, no mundo das palavras e das imagens que nos inundam, o principal do acidental.



# O correspondente internacional

*Jorge Pontual*

Será o correspondente internacional de TV uma espécie em extinção? Pode soar como exagero, mas a realidade não está muito longe disso. Nos Estados Unidos, desde o fim dos anos 1980, as redes de TV começaram a reduzir drasticamente o investimento em escritórios no exterior. Em dólares, o custo de produção de uma reportagem para a TV no exterior é estimado em no mínimo o dobro do que custa uma reportagem gravada nos Estados Unidos. E as pesquisas de opinião indicam que o público está cada vez mais interessado em notícias locais, regionais e nacionais, em detrimento do noticiário internacional. Conclusão: o alto custo das coberturas internacionais é dinheiro jogado fora, não tem retorno. Neste caso, o que vale para os Estados Unidos vale para o resto do mundo. Generalizou-se o corte nas despesas com correspondentes estrangeiros, tanto na Europa quanto na Ásia e no resto do mundo.

Hoje, a cobertura internacional mais ampla se restringe aos canais especializados, veiculados por cabo ou satélite. E assim mesmo compete em desvantagem com a cobertura sensacionalista de escândalos locais. As fontes de noticiário internacional para TV se concentram em poucas agências que vendem um *menu* quase igual ao das concorrentes. As mesmas reportagens são vistas no mundo inteiro, uma cobertura internacional homogeneizada e pasteurizada. Os repórteres das grandes redes usam o “pacote” de imagens das agências e se limitam a gravar um texto para o *off* e a aparecer numa passagem

na câmera, em geral gravada do lado de fora do escritório, a milhares de quilômetros do fato noticiado. A TV, como testemunha ocular da História, acaba limitada ao que uma ou duas agências escolhem. Um olhar diverso e independente é coisa cada vez mais rara.

Isso leva a paradoxos como o da recente premiação da equipe de um escritório no exterior de uma grande rede, pela cobertura de uma catástrofe do outro lado do mundo, para a qual nenhum dos jornalistas envolvidos foi enviado (a rede mandou uma dupla de outro país, dias depois, por pouco tempo). A equipe premiada é que foi responsável pelo grosso da cobertura vista pelo público dessa rede. O prêmio foi merecido, porque as matérias e entradas ao vivo, usando material das agências, estavam bem editadas e apresentadas. A equipe trabalhou em dobro, para atender à demanda de todos os telejornais da rede. Um belo desempenho, sem dúvida. Mas há 15 anos, a mesma rede teria enviado várias equipes à região da catástrofe por mais tempo, com um custo exorbitante. Talvez o resultado não fosse muito melhor, já que é difícil competir com as agências de notícias. Mas certamente algo se perdeu na transição do antigo modelo, mais participativo, para o atual, mais distanciado.

Esse “algo” é difícil de definir. Costumava ser chamado de “padrão de qualidade”, na época em que a orientação dos diretores de jornalismo para as equipes era “pensar grande” e não se preocupar com os custos. Por que essa época acabou?

### **Fim de uma era**

Até o fim dos anos 1980, nos Estados Unidos, as divisões de jornalismo das redes de TV eram vistas pelas empresas como um serviço público e não como fonte de receita. Inclusive, a lei de concessão de canais exigia um determinado tempo diário de telejornais na programação de cada rede. Previa-se nos orçamentos o prejuízo operacional do telejornalismo. A ampla cobertura internacional era uma questão de prestígio para as redes. Os outros países seguiam o exemplo americano na medida do possível.

No início dos anos 1980, a rede CBS, a de maior peso na época, tinha 24 escritórios no exterior e jornalistas *frilas*<sup>1</sup> em outros 44 países. Hoje, tem apenas cinco escritórios. Quando há guerras ou catástrofes, equipes são enviadas dos Estados Unidos. Caso contrário, usa-se a cobertura das agências. O mundo não está mais tão presente no noticiário. O mesmo acontece em todas as redes. Grandes conglomerados, como Disney, General Electric, Viacom e News Corporation, são hoje os proprietários das grandes redes e exigem de todas as divisões, inclusive do telejornalismo, uma alta margem de lucro. A legislação mudou e não há mais a exigência do tal “serviço público”. Daí, a demissão de centenas de jornalistas e o fechamento dos escritórios no exterior.

Por certo tempo, desde a primeira Guerra do Golfo, a CNN foi chamada aqui de “a quarta rede do mundo” (coitados, não sabem que a Globo detém esse título há décadas...). Enquanto as redes de TV aberta fechavam escritórios no exterior, a CNN investia na cobertura internacional, inicialmente com muito sucesso. Mas, nos últimos anos, coincidindo com a presidência de George W. Bush, a CNN foi desbancada pela Fox News, que hoje detém o dobro da audiência, liderança conquistada com um jornalismo opinativo, assumidamente conservador, com comentaristas e debates ao vivo em estúdio. A reportagem de campo ficou em segundo plano. A CNN foi obrigada, sem sucesso, a copiar o modelo da Fox e a fechar seus escritórios no exterior e demitir uma enorme leva de jornalistas.

A Guerra do Iraque é um bom exemplo da crise do telejornalismo americano. Pela primeira vez, o Pentágono convidou equipes de TV a acompanharem suas unidades durante uma intervenção militar. O público pôde ver em tempo real a invasão pelas tropas americanas e britânicas. Correspondentes fantasiados de soldados se empolgaram a ponto de assumir uma postura triunfalista, misto de Rambo e Lawrence da Arábia, montados nos tanques a avançar pelo

---

<sup>1</sup> Jargão jornalístico: é o jornalista que trabalha por conta própria. Não tem vínculo empregatício com a empresa jornalística para a qual presta serviço. Ele é remunerado por trabalho realizado.

deserto, cabelos ao vento, fazendo a apologia da guerra. Nem assim as redes escaparam do prejuízo. Os anunciantes detestam ver seus produtos associados a imagens de morte e destruição. As redes alcançaram recordes de audiência, pelo interesse do público, mas não tiveram retorno financeiro. O esforço patriótico não foi um bom investimento.

Passada a euforia da vitória, os repórteres americanos voltaram para casa e a cobertura do Iraque voltou a ser superficial. O sofrimento do povo iraquiano está ausente das telas da TV. A rede CBS deu um furo, com as fotos da tortura de prisioneiros iraquianos por soldados americanos, mas até este assunto explosivo já sumiu do noticiário. O autor do furo, Dan Rather, o mais respeitado e mais odiado jornalista da TV americana, caiu em desgraça logo depois, vítima de uma armadilha com documentos falsos sobre o não cumprimento do serviço militar pelo presidente Bush. Dan Rather fez história como o primeiro repórter a noticiar a morte de John Kennedy, foi o melhor repórter de TV no Vietnã, investigou implacavelmente os desmandos do presidente Nixon. Mas acabou escorraçado, obrigado a deixar o posto de âncora do principal telejornal da CBS. Um triste fim para a era heróica do telejornalismo americano.

Os atentados de 11 de setembro de 2001 desencadearam um *mea culpa* da mídia. Enquanto o presidente Bush perguntava “por que eles nos odeiam?”, os analistas lamentavam a total ignorância do público em relação ao resto do mundo, culpa, em parte, do corte drástico na cobertura internacional. Mas nada mudou. Como a estratégia de Bush foi responder aos ataques pela força das armas, em vez do caminho do diálogo, o mundo continuou a ser visto através de estereótipos e slogans simplistas. Os americanos ainda não sabem por que são odiados.

## **Olhar brasileiro**

Mesmo com todos os cortes que a Rede Globo, como todas as outras, também teve que fazer nos escritórios no exterior, a cobertura do 11 de Setembro e suas conseqüências pode ser comparada favoravelmente à das redes americanas, um exemplo do “algo mais” que

diferencia uma equipe de jornalismo das outras quando faz sua própria cobertura, aí incluído o “olhar brasileiro” dos nossos repórteres.

Nossos jornalistas contam com a vantagem de estarem livres dos chavões e da autocensura impostos aos colegas norte-americanos. A diferença no ar foi flagrante. Exemplos: a Globo deu muito mais tempo do que as congêneres ianques aos protestos contra a Guerra no Iraque em todo o mundo; programas da Globonews deram espaço aos críticos da ideologia neoconservadora de Washington. Ouvi de mais de um nova-iorquino, de volta de visitas ao Brasil, o elogio de que a nossa TV, embora tenha muito menos recursos, estava cobrindo a guerra com mais análise e profundidade do que as redes americanas.

É sinal de que o tal “olhar brasileiro” não significa necessariamente uma visão provinciana, bitolada e deslumbrada diante do resto do mundo. Pode indicar uma curiosidade mais aguda, mais crítica, menos limitada pelos parâmetros do primeiro mundo. Do mesmo modo que os países ricos têm seus próprios pontos de vista, temos a nossa perspectiva. É difícil definir esse olhar brasileiro, mas dá para apontar alguns elementos:

- Nossa posição ímpar nas Américas pela língua diferente, pela História, a cultura, tudo o que nos diferencia dos outros latinos e dos norte-americanos. Seria um bom exercício para o repórter brasileiro examinar como a nossa cobertura difere no tom, no conteúdo, daquelas das redes do México, da Venezuela (são as maiores) e dos outros países. Somos mais sóbrios, menos sensacionalistas? Mais críticos? Mais céticos, menos crédulos?
- O Brasil faz parte da economia global como a maior economia da sua região, obrigado a encontrar soluções próprias para problemas comuns a quase todos, como pobreza, violência, criminalidade, desemprego, meio ambiente, saúde, educação, etc. O correspondente brasileiro no exterior deve procurar ver como esses problemas são enfrentados em outros países, pela perspectiva da experiência brasileira. Mas muitas vezes acaba fazendo o contrário. Exemplo: qual o sentido de fazer matérias sobre como Nova York reduziu a criminalidade, apontando esse

modelo para cidades brasileiras, sem levar em conta a diferença radical entre Estados Unidos e Brasil? Na área da saúde, às vezes uma novidade alardeada pelas agências de notícia é coisa já em uso no Brasil.

– A vitalidade da democracia e dos movimentos populares no Brasil nos torna politicamente mais complexos do que os cidadãos de democracias esclerosadas como a dos Estados Unidos. Em vez de se deslumbrar com a “mais antiga democracia do mundo”, o repórter brasileiro pode se perguntar qual é a real representação política dos trabalhadores; por que questões como pobreza e fome, que afetam os norte-americanos cada vez mais, são ignoradas pelos políticos.

– Hoje existe uma diáspora brasileira com milhões de imigrantes pelo mundo afora. O repórter brasileiro deve aproveitar para aprender com eles o que é ser brasileiro vivendo em outro país, como ver esse país pelos olhos do imigrante. Como é no dia-a-dia a experiência da discriminação étnica e de classe? Por outro lado, o que é viver num país onde um cientista da computação, formado em Belo Horizonte, que encontrei nas ruas de Nova York vendendo amendoim, consegue assim mesmo comprar casa própria, carro, dar boa educação aos filhos e viver em segurança sem medo de assalto? Como é diferente a vida num lugar onde as leis são levadas a sério?

### **Vivendo e aprendendo**

Trabalhar como correspondente no exterior é visto como um prêmio para o repórter. Mas é um trabalho puxado, duro, longe da família e dos amigos, estressante, extremamente perigoso na cobertura de guerras e em geral mal remunerado quando se leva em conta o custo de vida em outros países.

Não é fácil ser correspondente. As pessoas no Brasil imaginam que você é uma espécie de embaixador, que vive e se diverte a grande (o dinheiro mal dá pra chegar ao fim do mês). Viaja sem parar, mais que turista, e supõem que você fica nos melhores hotéis (é de Holiday Inn pra baixo). Veste-se com roupas dos mais caros *designers*

(na verdade compra roupa barata em lojas de desconto). É íntimo do Bush, do Tony Blair, do Kofi Annan (com sorte viu-os de longe numa coletiva). Tem acesso à elite do país onde vive (poucos se interessam pelo Brasil e pelos repórteres brasileiros).

Mas é uma oportunidade extraordinária para conhecer o mundo, aprender, ventilar as idéias, se reinventar e conhecer melhor a si mesmo. No caso dos telejornalistas – que além dos correspondentes incluem repórteres cinematográficos, produtores de reportagem e editores de imagem –, há também o enriquecimento profissional pelo acesso a novas tecnologias, a exposição a um mundo de informação e cultura que nem sempre chega ao Brasil.

No meu caso, a experiência começou como chefe do escritório da TV Globo em Nova York em 1996. Primeiro desafio: como cobrir este país com três repórteres e dois câmeras? Claro que é possível, mas deu um certo desespero. A margem de erro é bem alta. O dia-a-dia vira um quebra-cabeças. Dominar a língua inglesa, aprendida no Brasil, é bem mais duro do que a gente espera. E poucos ouviram falar em Globo, muitos sequer em Brasil. As portas não se abrem com facilidade.

Depois de dois anos na chefia do escritório, deixei a Globo, mas continuei a viver com a família em Nova York, primeiro como correspondente da revista *Época*, depois como repórter *freelancer* (ou *frilas*) para a *Globonews* e telejornais da Globo. O batismo de fogo como repórter veio com o 11 de Setembro. Felizmente fiz parte de uma equipe extraordinária que conseguiu cobrir a tragédia com o tal “olhar brasileiro”.

O repórter de TV no exterior depende, ainda mais do que na sede, de seu principal parceiro que é o repórter cinematográfico. Ao contrário do Brasil, onde existe uma boa infra-estrutura técnica e de pessoal, onde o câmera sai com assistente, operador de áudio, às vezes até iluminador, e sempre um motorista, no exterior ele é um só para tudo, inclusive carregar o equipamento.

Quando é um Orlando Moreira, o repórter mais experiente da Globo no exterior, que está na empresa desde a inauguração, fica mais fácil porque o câmera veterano conhece as manhas do país, sabe

como passar pelas barreiras sem ser notado (e assim me levou até às ruínas do World Trade Center, fomos os primeiros a chegar lá), como se impor e se virar em qualquer situação.

Imagine chegar a um país estranho onde ninguém fala nada que você entenda, destruído por uma guerra civil, e ser obrigado a mandar no mesmo dia uma matéria para o Jornal Nacional, tendo que achar um lugar para gerar o material, em instalações precárias, a um preço extorsivo, e que fica a horas de distância, para onde você dirige por horas debaixo de chuva torrencial, tendo passado noites sem dormir. Orlando tira isso de letra.

### **Trabalho em equipe**

O repórter de TV no exterior sente inveja dos colegas da imprensa escrita, que podem entrevistar gente por telefone ou e-mail, em qualquer lugar do mundo e até sem sair da cama. O de TV tem que ir ao encontro do entrevistado com o câmara e o pesado equipamento. Gravação de TV leva tempo, mais do que se imagina. Para gravar uma entrevista de cinco minutos, na mesma cidade onde se mora, leva-se entre o deslocamento, a montagem da luz, a gravação, a desmontagem e a volta, no mínimo, uma hora e meia.

Mas a TV tem uma grande vantagem, é sempre trabalho de equipe. Quantas vezes o correspondente é salvo pelo repórter cinematográfico, o produtor, o editor, o chefe do escritório, que descobrem algum erro tremendo que passou despercebido.

Uma função não muito valorizada, mas essencial, especialmente no exterior, é a do produtor de reportagem, que é quem faz a matéria acontecer, acha os personagens, cava informações, marca viagens, coordena o trabalho da equipe, já que o repórter não tem mesmo tempo apra isso. Alguns cobras, como David Presas, da Globo, e Cristiana Mesquita, hoje na Associated Press, são capazes de botar uma Olimpíada no ar e cobrir qualquer guerra.

Quanto aos editores de imagem, no exterior eles trabalham num ritmo muito mais pesado do que no Brasil, editando duas, três ou mais matérias por dia, virando a noite para editar as reportagens mais longas, sem ter o repórter ao lado para ajudar. Alguns, com esse

aprendizado intensivo, voltaram ao Brasil levando equipamentos de edição e se tornaram proprietários de grandes produtoras de vídeo.

Sem um chefe, o escritório vira um caos. É preciso que alguém faça a ponte com o Brasil, filtre os pedidos e ordens, coordene as poucas equipes, trace prioridades, controle os custos, dê um xeque-mate por dia.

Falei do Orlando Moreira, mas ele é apenas um entre tantos repórteres cinematográficos brasileiros que brilham no exterior. Tem um que virou professor de telejornalismo na Universidade de New York, o Antonio Brasil. E como na TV quem olha é a câmera, de pouco serve o correspondente ter o seu “olhar” se não estiver em sintonia com o câmera, que pode estar vendo tudo de um jeito bem diverso. São heróis numa profissão na qual, quando se cobre uma guerra, a câmera pode ser confundida com fuzil telescópico. Trabalham em condições físicas e psicológicas extremas e não reclamam.

Há uma adrenalina na operação de TV, especialmente no exterior, que os jornalistas da imprensa escrita nunca conhecerão.

### **Falta concorrência**

Uma grande limitação na TV é o tempo. Cada minuto custa uma fortuna no ar. Matérias longas no Jornal Nacional têm dois minutos. Como, em tão pouco tempo, passar a informação básica e ainda dar o pano de fundo, o contexto da sociedade, da cultura estrangeira, que permitiriam ao telespectador entender melhor a notícia?

Os melhores correspondentes no exterior são aqueles que conseguem realizar essa proeza através de sutilezas no texto e uma participação inteligente e criativa. São os repórteres que ficam na memória do público, como Glória Maria, Ilze Scamparini, Sonia Bridi, Edney Silvestre, Silio Boccanera, Ernesto Paglia, William Waack, Pedro Bial, Marcos Uchoa, Lucas Mendes e o inigualável Paulo Francis, para só citar poucos.

Não há ninguém nessa lista que não tenha feito carreira na Globo, a única rede de TV, até hoje, com escritórios bem montados no exterior e uma rede de correspondentes. Por que as outras redes não investem nisso? Quando um repórter furão como Roberto Cabrini

trocou a Globo pelo SBT, criou-se pela primeira vez uma concorrência saudável para a cobertura no exterior, mas que durou pouco. Uma pena, porque o Brasil não é um só, são muitos, e a Globo deveria ser apenas mais uma opção no controle remoto, e não a única quando se fala de noticiário internacional. Excetuado o esporte, as outras redes desprezam o mundo.

Por falar em esporte, esse é um dos meus dramas como correspondente. Fui escalado para cobrir um campeonato de tênis onde o Guga era o favorito. Avisei que não entendo nada de tênis – nem de qualquer outro esporte. “Não se preocupe”, me tranqüilizaram. “O Orlando é tenista, saca tudo, ele te explica”.

Começa o primeiro jogo e eu: “Orlando, o que está acontecendo? O Guga está na frente?” Orlando, que mora em Nova York há mais de 20 anos, me descreve o lance em detalhes, mas em inglês. “Em inglês não me adianta nada, Orlando. Como é que se diz isso tudo em português?” “Ah, em português eu não sei”. Foi um vexame. Os editores do esporte tiveram que escrever meus textos no Rio e mandar por e-mail. É claro que nunca mais fui escalado para uma cobertura de esportes.

### **Que país é esse?**

Uma coisa que apoquento o correspondente no exterior, logo que chega, é um constante pedido dos editores da base para apurar qual é a repercussão de alguma coisa que aconteceu no Brasil. Um aperto. Os repórteres da imprensa escrita ainda têm a vantagem de poderem achar gente pelo telefone e citar notinhas das agências na internet, que nem sempre são publicadas. Mas para a TV é preciso algo mais concreto, de preferência impresso ou gravado, e gente que fale para a câmera. Infelizmente, em geral os jornais e as TVs no exterior não dão a mínima para o que acontece no Brasil. A repercussão costuma ser igual a zero.

“Mas como?”, pergunta o editor. “O repórter aí, do jornal tal, disse que segundo fulano...” Vá você explicar que o colega talvez tenha inventado (acontece), ou que achou alguém pelo telefone ou e-mail.

O fato é que, no horizonte ou no radar dos norte-americanos e de muitos europeus, o Brasil é um país que se compõe de uma imensa floresta amazônica e a capital, Buenos Aires, onde há muitas cobras e Pelé joga futebol. A eleição do Lula chamou muita atenção, mas o interesse passou logo, deixou de ser notícia. Os massacres em presídios e na Baixada Fluminense saem, mas é só. O Brasil é um enorme ponto de interrogação no mapa. Países como México, Colômbia, Venezuela, até Chile e Argentina ganham mais espaço e interesse. Ainda não somos levados tão a sério.

Mas isso não é motivo para desanimar. Afinal, o papel dos nossos repórteres não é explicar o Brasil para os estrangeiros, para isso eles têm os correspondentes deles. Os nossos têm que explicar o mundo para os brasileiros.

O repórter no exterior vive num fuso horário diferente e inevitavelmente será acordado de madrugada por algum editor que liga do Brasil sem se preocupar com a hora. Mal pode aproveitar a intensa vida cultural da cidade onde mora, porque os ingressos são vendidos com meses de antecedência e sempre aparece uma viagem de urgência. Tem grande dificuldade para conseguir boas entrevistas, exatamente porque para a maioria das pessoas o Brasil não é um mercado que interesse. É difícil cultivar fontes quando se está sempre viajando. E o repórter se sente perdido num vendaval de informação que chega sem parar pela TV, rádios, jornais, internet, e não tem tempo para acompanhar direito o que acontece no Brasil. O perigo é, como os estrangeiros, passar a não entender direito que país é esse.

O jornalista no exterior sempre entra em choque com os editores no Brasil, porque vê as notícias apresentadas de modo diferente. O que está na primeira página do New York Times e no jornal da CBS é importante para o público brasileiro? Como decidir? Como explicar e traduzir o que parece óbvio, mas não é? Será que dona Mariazinha em Lambari entendeu alguma coisa da minha matéria? Teve algum interesse? Ou estou falando só para uma pequena minoria?

Felizmente o repórter de TV no exterior não é ainda uma espécie em extinção, porque sempre vai haver alguém interessado no que vai pelo mundo e até a dona Mariazinha quer saber quem é o novo

papa e quantos morreram nas *tsunamis*. Por mais que as agências de notícia cubram tudo, ou quase tudo, sempre vai haver lugar para aquela matéria diferente, original, com certo humor brasileiro ou emoção bem dosada, um olhar reconhecível como nosso.

No meu caso, é um privilégio poder trabalhar para programas como os da Globonews, gravando entrevistas longas, o que é cada vez mais raro na TV. São pensadores, escritores, artistas, gente que me permite cultivar ótimas fontes e me obriga a ler, estudar, acumular algum conhecimento. O curioso é que muitos entrevistados chegam a comentar que os repórteres norte-americanos raramente lêem mais do que a orelha do livro, quando lêem, e não sabem o que perguntar. Parece que as perguntas do repórter brasileiro são bem diferentes, mais próximas do que um europeu perguntaria. Pelo visto, nós, brasileiros, estamos sempre querendo saber o que está por trás, os verdadeiros motivos, o que não é dito. Pelas contingências da História, tivemos que aprender a ler nas entrelinhas, ver além das aparências, e esse dom é precioso.

### **Dicas para futuros repórteres**

Hoje, qualquer um com três mil dólares pode comprar uma boa câmera e sair pelo mundo. Muitos já fazem isso com sucesso, inovando no telejornalismo. No futuro, talvez mais perto do que se imagina, repórteres de TV vão proliferar com uma incrível diversidade de pontos de vista. Mas serão vistos pelas massas, ou só por poucos, nos *blogs* da vida? Produzirão informação e conhecimento, ou só farão mais barulho na cacofonia geral?

Para quem está começando na profissão e sonha em se tornar correspondente de TV no exterior, algumas sugestões:

- Se quiser ser *freelancer*, com sua própria câmera, adquira antes muita experiência no ramo no Brasil, até se sentir seguro para o salto internacional. Crie uma relação com canais que possam se interessar pelo seu material, aprenda como eles pautam e produzem matérias. O mercado para documentários está explodindo no mundo, é um ótimo momento para encontrar seu caminho.

- Se o objetivo for alcançar o grande público, através de uma rede como a Globo, procure antes viver no exterior, trabalhando e/ou estudando por um bom período, para ter a chance de dominar uma língua estrangeira, de preferência o inglês. Poucos aprendem a falar línguas fluentemente sem sair do Brasil. Não dominar a língua deixa o jornalista na dependência da ajuda de colegas. Evandro Carlos de Andrade, quando dirigia o jornalismo da Globo, demitiu um repórter que trabalhou por muitos anos como correspondente no exterior, ao descobrir que o colega, surpreendentemente, não falava inglês com fluência.
- Leia muito, tanto literatura (de preferência no original) quanto história, com foco especial na América Latina. É vergonhoso quando um estrangeiro nos questiona sobre algum dos nossos vizinhos e descobrimos que não sabemos quase nada.
- Não tenha medo de passar aperto e até risco de vida.
- Que nada de humano lhe seja estranho, seja qual for a raça, religião, preferência sexual. Aceite carne de cobra, se lhe oferecerem, coma e elogie.
- Ame o seu país com seus defeitos e enormes vantagens, sem que isso o impeça de ver com lucidez os defeitos e qualidades dos outros povos.

O correspondente no exterior, seja de TV ou imprensa escrita, é por definição aquele que parte em busca do desconhecido. Por mais que seu olhar seja brasileiro, tem que estar aberto à diferença, à surpresa, ao inexplicável. Se perguntarem a um repórter no exterior “o que temos hoje?” e a resposta for “nada, nenhuma notícia”, quem sabe está na hora de voltar para casa. Um olhar de criança, fascinado pelo mundo, sempre descobrindo coisas novas, esse é o repórter.



# O esporte na televisão

*Ricardo Pereira*

“Acabou! Acabou! É tetra! É tetra!”

Foi um desabafo histórico. Depois de um jogo de 120 minutos e nove pênaltis cobrados, acabava o drama de 24 anos sem títulos mundiais do futebol brasileiro. A expressão de Galvão Bueno, após a vitória do Brasil sobre a Itália na final da Copa do Mundo de 1994, me veio à mente 10 anos depois, numa sala à meia-luz, repleta de monitores de televisão, assim que entrou o intervalo comercial. Eu estava no *switcher*, que quer dizer cabine de comando, do chamado Controle 4 da TV Globo, no Rio de Janeiro. Era o final da transmissão da cerimônia de encerramento das Olimpíadas de Atenas. Eu me sentia como um sobrevivente, após 15 dias de um intenso bombardeio de informações, sons e imagens.

Mais um ouro para Phelps! Gustavo se despede! Derrota do Brasil no basquete!

Chegou a hora de Daiane!

Leandro Guilherme traz a primeira medalha para o país!

As meninas do futebol na final!

O que houve com Jadel?

Torben é o melhor!

Scheidt também!

Gatlin é a surpresa nos cem metros!

Ouro para a seleção de vôlei!

Quem é esse louco que segurou o Vanderlei?

A cobertura das Olimpíadas é o maior desafio para o jornalista esportivo. É preciso ter noções básicas das regras dos 32 esportes do

cardápio olímpico, conhecer quem são as principais estrelas, os favoritos, ter uma idéia das possíveis surpresas e, também, saber um pouco da vida dos atletas brasileiros. Tudo isso para levar, de forma clara e objetiva, ao telespectador acostumado a torcer e entender de futebol, as histórias, as emoções, as vitórias e as tragédias que muitas vezes acontecem simultaneamente ao maior evento esportivo do planeta.

Mantidas as devidas proporções, deu para entender o porquê da lembrança das palavras de 1994?

Neste texto pretendo abordar os principais aspectos da cobertura de grandes eventos, além de apresentar as características próprias do jornalismo esportivo na televisão. Participei, como editor de texto, das equipes da TV Globo na Copa do Mundo da França (1998) e nas Olimpíadas de Sydney (2000). Também na Globo, fui um dos editores responsáveis pelos programas apresentados, ao vivo, por Luís Roberto, entre os jogos da Copa do Mundo da Coreia e do Japão (2002). E em 2004, durante as Olimpíadas de Atenas, tive a missão de ser o editor responsável pelas transmissões ao vivo no período da manhã e da tarde, além de acumular a chefia do Esporte Espetacular.

### **Papo de vestiário**

“Atenção! Na linha um, futebol, na linha dois, ginástica, na linha três, basquete, na linha quatro...”

A orientação era da coordenação técnica de Atenas e indicava a distribuição dos sinais de áudio e vídeo que vinham da terra das Olimpíadas. Tínhamos capacidade de receber nove sinais diferentes, ou seja, imagens e sons de nove competições que estivessem acontecendo ao mesmo tempo nos Jogos. Mas trabalhávamos com sete porque um sinal era o reserva (mais conhecido como *stand-by*, expressão inglesa que designa um equipamento, pessoa ou esquema de apoio, em caso de falha ou defeito) do sinal que estava no ar e o outro era reservado para o tráfego de matérias, *flashes* e entrevistas produzidas pelas equipes da emissora em Atenas.

Aproveitar esses sinais para levar ao telespectador o melhor dos Jogos Olímpicos através de *flashes* e transmissões ao vivo era o nosso

desafio no suíte. E o suíte de uma emissora de TV é mesmo a cabine de comando de uma transmissão. Colocar um telejornal ou um evento ao vivo no ar pode ser comparado à responsabilidade de fazer decolar e voar em um gigantesco avião. Qualquer erro nesta hora é fatal.

Ficam no *switcher* o comandante (o editor-chefe ou o executivo quando o chefe também é apresentador), o piloto (o diretor de TV) e o co-piloto (no caso da TV, são vários, como os operadores de áudio, caracteres e VT, e o coordenador, todos dependentes uns dos outros e, naquele momento, unidos em torno da mesma responsabilidade). À frente dessa turma, centenas de botões e uma ou duas dezenas de monitores de TV. Além disso, sistemas de comunicação para que o pessoal do suíte fale através do chamado ponto eletrônico com os apresentadores no estúdio e através de fones com os câmeras e assistentes de estúdio e também com os operadores de VT, encarregados de posicionar, para exibição, as fitas com as matérias editadas.

Todos devem seguir um roteiro (ou espelho) do programa, feito pelo editor-chefe e que pode ser alterado a qualquer momento. Às vezes, no entanto, por não haver roteiro ou pelo fato de as mudanças serem feitas muito em cima da hora, quase em tempo real, o que funciona nessa hora é, literalmente, gritar. Quem grita é o responsável pela transmissão, passando as orientações para todos os envolvidos na operação.

### **Na beira do campo...**

Foi aos gritos, por exemplo, que trabalhei em uma edição do programa *Esporte Espetacular*, logo após a conquista da medalha de ouro de Robert Scheidt em Atenas. Como a transmissão da vitória do velejador brasileiro ultrapassou o tempo de que dispúnhamos, tivemos que reduzir drasticamente o programa. Mais exatamente, de 1h20min para apenas 24 minutos, respeitando três intervalos comerciais. Com a ajuda da editora executiva Vivian Rodrigues, fui mudando o espelho previsto, derrubando matérias, recuperando as imagens da vitória do Scheidt e arrumando espaço para uma entrada do repórter Tino Marcos, por telefone, ao lado do campeão olímpico. Foram tantos gritos que a Jacqueline Silva, ganhadora da medalha de

ouro em Atlanta e comentarista contratada para as transmissões de vôlei de praia, olhou para mim e disse:

“Tá bacana a festa, hein?”

Estava bacana mesmo. Todos ficaram ligados e o programa, apesar de drasticamente reduzido, foi limpinho ao ar, com todas as informações principais.

No Esporte Espetacular, essas alterações se tornaram rotina porque o programa normalmente tem um evento ao vivo, em que é impossível controlar o tempo. E acaba sendo como uma sanfona: se o evento dura mais do que o tempo previsto, cortamos matérias do corpo do programa. Se acontece o contrário, incluímos reportagens para completar o tempo reservado para nós pela programação da emissora. Por isso, os programas com eventos ao vivo têm sempre uma reserva de matérias de qualidade com assuntos que não envelheçam com o tempo. Mas sempre há um limite porque o jornalismo, como a vida, é dinâmico. E são os fatos que determinam as alterações mais emocionantes nos programas.

Exemplo? Era um domingo que parecia tranqüilo para nós, quando chegou a notícia de que os americanos haviam capturado Saddam Hussein. Interrompemos o Esporte Espetacular várias vezes para dar as informações, com notas lidas pelos nossos apresentadores. Mas o mais emocionante foi durante o evento ao vivo, que era uma partida de vôlei de praia. Aproveitamos o pedido de tempo de uma das duplas para colocar as imagens que a rede americana CNN mostrava ao vivo.

Era uma entrevista com os chefes militares da ocupação no Iraque. Um editor escutava o que era falado na CNN, traduzia, me passava as informações, que eu repetia no ponto eletrônico para o Maurício Torres, que estava na nossa cabine, na arena do vôlei de praia. O ponto eletrônico é um aparelhinho que fica no ouvido do narrador, para que ele receba as informações do suíte. Maurício via pelo monitor as imagens da CNN e ia narrando em cima. De repente, os americanos apresentaram num telão as imagens do esconderijo onde estava o ex-ditador iraquiano e do próprio Saddam. E assim, com a ajuda da sorte, nós mostramos, ao vivo, ao lado das principais

redes do planeta, as primeiras imagens do ditador preso. Ponto para nós, já que as outras redes de TV aberta do Brasil não estavam acompanhando ao vivo a entrevista dos militares.

### **Estratégia olímpica**

Antes dessa loucura toda no suíte, no entanto, é preciso planejar. E planejar muito! Eventos grandiosos como Copa do Mundo e Jogos Olímpicos começam a ser pensados dois a três anos antes do início das competições. É uma questão estratégica para as emissoras de TV. A tarefa reúne as direções de programação, jornalismo, esporte, engenharia, informática e comercial.

O horário das transmissões é a principal preocupação da programação, que vai avaliar quais as atrações normais da emissora que podem ser canceladas e que conseqüências esse cancelamento teria nos índices de audiência. Por sua vez, os diretores de jornalismo e de esporte dissecam a importância do evento e elaboram a proposta de cobertura. A capacidade estrutural da emissora e as necessidades tecnológicas para a transmissão são discutidas pela engenharia e a informática. Todos montam os seus orçamentos e a direção comercial avalia a capacidade do mercado publicitário de absorver um plano que contemple esses orçamentos. Deste debate interno nasce a estratégia da emissora. Os recursos captados pelo plano comercial definem o tamanho da cobertura.

Para envolver o telespectador antes do início do evento, os departamentos de jornalismo e de esportes elaboram quadros para os telejornais tradicionais e programas especiais que também atendem às necessidades da área comercial, dando mais visibilidade aos patrocinadores. Os quadros são sempre precedidos de vinhetas que procuram fixar o evento através de títulos como *A caminho de Sydney* ou *De olho em Atenas*.

Os programas especiais são curtos e geralmente ocupam horários próximos ou “encostados” aos telejornais. Os temas são os momentos históricos, os heróis do passado, as estrelas do presente ou as curiosidades sobre o país sede do grande evento. Antes dos jogos de Sydney, por exemplo, fiquei responsável pelo programa *Perfil Olímpico*.

pico, um quadro de um minuto de duração que era exibido logo após o Jornal Hoje, na hora do almoço, e repetido depois do Programa do Jô, no início da madrugada.

No Perfil Olímpico, queríamos destacar histórias dos nossos atletas que os aproximassem da realidade do telespectador. E a origem humilde da maior parte deles era um ponto em comum com milhões de brasileiros. Um dos programas foi sobre o corredor André Domingos, que começou a carreira usando um par de tênis doado pelos patrões da mãe dele, uma empregada doméstica. Só que André sofria porque os números eram menores do que o tamanho do pé dele. Para a mãe, no entanto, não era problema. “Pé de pobre não tem tamanho”, dizia. André não desistiria e se tornaria um dos principais corredores do país. Em Sydney, conquistou a medalha de prata no revezamento 4 x 100.

Outro recurso usado para seduzir o telespectador antes do início das competições é o de apresentar as características geográficas, históricas e culturais do país-sede. Nunca é demais lembrar que, no caso do Brasil, mais de 90% da população não têm chance de viajar para o exterior e acabam conhecendo o mundo através da telinha. A Grécia, sede das Olimpíadas de 2004 e berço da cultura ocidental, foi bastante explorada em programas especiais pelas emissoras de TV. Foi uma festa de Grécia para nenhum deus do Olimpo botar defeito: coluna grega, presente de grego, falando grego, tudo era assunto, às vésperas da Olimpíada.

Em 1998, a TV Globo inovou. Passou a convidar pessoas que, embora não sendo jornalistas nem tendo experiência em televisão, eram ligadas ao país-sede, ou por terem nascido lá ou por serem brasileiros que viviam havia muito tempo naquele país. Essas pessoas tinham a missão de viajar e produzir, acompanhadas de uma equipe de reportagem, matérias sobre a cultura, os costumes e as pessoas interessantes e curiosas do país. A idéia foi usada pela primeira vez durante a Copa da França, nos chamados “programetes” que antecediam aos eventos. Foi o *debut*, na televisão, do padeiro francês Olivier Anquier, que sempre encerrava o quadro com uma expressão francesa: *Salut, a tout a l'heure*. Algo como “tchau, a gente se vê”.

## **Bola rolando**

Quando o evento começa, é fundamental ter equipes no local, acompanhando tudo de perto e com o olhar brasileiro. É nessa hora que vem a principal diferença na cobertura feita pelas redes. O sinal das competições é o mesmo para todos os que compraram os direitos de transmissão, e quem tem os melhores profissionais consegue dar um molho especial e diferente à cobertura. Para essas empreitadas são convocados os melhores profissionais. Até mesmo jornalistas que, mesmo não sendo da editoria de esportes, podem, com talento e sensibilidade, levar o público da TV aberta para mais perto do evento. O domínio do inglês e o conhecimento de outras línguas completam o perfil desses profissionais.

De acordo com o tamanho da equipe – nunca o ideal para os jornalistas – são definidos os critérios de pauta para a cobertura. Um desafio constante para as chefias de reportagem é estar ligado ao que está acontecendo e, com os recursos disponíveis, definir prioridades para atender aos pedidos dos telejornais. Em copas do mundo, a prioridade número um, é claro, é a seleção brasileira. Marcação cerrada dos craques nos jogos, na concentração e nos campos de treinamento. Para acompanhar a seleção, complexas e dispendiosas estruturas são montadas e desmontadas.

A Copa do Mundo do Japão e da Coréia, nesse sentido, foi um inferno para as equipes de telejornalismo. A seleção brasileira começou jogando na Coréia e foi se deslocando, passando pelo interior do Japão até chegar à grande final em Tóquio. Foram horas desgastantes de viagens, um interminável abrir e fechar de malas e muitos gastos. Todos os que participaram dessa cobertura reclamaram muito da maratona nos dois países.

Além de acompanhar a seleção, sabíamos que a bola rolava em outras pautas: os adversários do Brasil, seus pontos fortes e fracos, os melhores jogadores e a história dos confrontos são pontos a serem abordados; os favoritos ao título, seus destaques, armas e fragilidades; as estrelas, ídolos e personalidades da Copa; o chamado clima da competição, os penteados, as roupas, as modas e as novidades do país-sede.

Para dar conta deste desafio, a capacidade e a criatividade das equipes são postas em xeque a todo momento. São jornadas de mais de 12 horas por dia. Pressionados pelo tempo e pelas dificuldades de locomoção e comunicação num país estranho, os repórteres fazem várias matérias no mesmo local e aproveitam as entrevistas para explorar vários assuntos com as mesmas pessoas. Assim, conseguem contar como foi o treino da seleção, de maneira diferente, para cada telejornal.

Os editores que ficam na redação enfrentam desafio semelhante. O *show* de imagens e a quantidade de informações que chegam provocam a imaginação de todos. Na França, em 1998, por exemplo, além de editar as matérias especiais para o Fantástico, eu ajudava na edição do Jornal Hoje e do Jornal Nacional, e era o responsável pelo fechamento dos blocos gravados do Jornal da Globo, ancorados por Mônica Waldvogel. O fuso horário, quatro horas à frente do horário brasileiro, não ajudava o Jornal da Globo, que ia ao ar às quatro da manhã, horário francês. Era difícil ter conteúdo exclusivo para o programa. A solução foi criar, com a ajuda do pessoal do Departamento de Arte, vinhetas com títulos em francês, acessíveis ao telespectador do Jornal da Globo (JG), para os destaques do dia. Assim, no quadro *C'est magnifique* (É magnífico), mostrávamos o dribble ou o golço da rodada. Em *C'est la vie* (É a vida), o momento dramático ou o desabafo de um jogador.

### **Medalhas, recordes e muitas histórias**

Nas olimpíadas de Sydney, eu também era responsável pelo JG, só que desta vez ao lado da apresentadora Ana Paula Padrão, que ancorava os blocos olímpicos ao vivo. Neste caso, o fuso horário favorecia o noticiário mais factual. Entrávamos no ar ao meio-dia, horário de Sydney, com as notícias e os destaques da manhã olímpica e *flashes* ao vivo das competições. E, aproveitando as belas imagens dos jogos, fazíamos clipes para dar mais plasticidade ao telejornal.

Como tudo acontece ao mesmo tempo nas olimpíadas, a movimentação e a agilidade das equipes são fundamentais para uma boa cobertura. Novamente aqui são traçadas algumas prioridades de pauta,

no caso, as competições com atletas brasileiros. A seleção masculina de futebol, por exemplo, sempre tem cobertura garantida. Assim como o vôlei, as provas de atletismo, a natação e os esportes em que brasileiros têm chance de medalha como o judô e o hipismo. Nos jogos de Atenas, especificamente, a ginástica ganhou muita importância na cobertura da televisão brasileira por causa de Daiane dos Santos. O que não se sabia com clareza era se Daiane era um fenômeno isolado ou a senha da consolidação desta modalidade entre os brasileiros.

Muitas estrelas da competição olímpica são tão ou mais famosos que os jogadores de futebol. Falar com eles, conseqüentemente, era um trabalho de Hércules. Na Grécia, por exemplo, a repórter Glenda Koslowski viveu um momento de constrangimento quando viajou pela Ilha de Creta. Na estrada, a caminho do local onde estavam os principais destaques do atletismo dos Estados Unidos, Glenda e a equipe sofreram uma revista como ela nunca havia visto na vida. Tudo foi remexido pela polícia grega, até mesmo o pacote de absorventes femininos. Ela até transformou a história em uma reportagem que mostrou bem o nível do esquema de segurança da olimpíada. Mas a pauta inicial ficou impossível quando informaram a ela que os atletas americanos não estavam no local. O consolo de Glenda foi conseguir entrar no hotel e mostrar o quarto onde ficaria o velocista Maurice Green.

Estar presente nas provas mais nobres para mostrar, por exemplo, na de 100 metros rasos, quem é o homem mais rápido do mundo. Outro costume salutar é o de estar sempre preparado para surpresas, recordes e zebras. Glenda Koslowski, que também foi à olimpíada de Sydney, viveu uma situação exemplar ao ser escalada para acompanhar as provas da natação. De olho em tudo que estava acontecendo, ela e o cinegrafista Cleber Schettini flagraram o momento em que o nadador da Guiné Equatorial, Eric Moussambani, saiu da água em uma eliminatória dos 100 metros, nado livre. Ele tinha feito o pior tempo das eliminatórias e tinha nadado de um jeito desengonçado, lembrando o estilo cachorrinho usado pelas crianças, quando começam a dar as suas primeiras braçadas. Moussambani aprendera a nadar alguns meses antes dos jogos. Era o retrato vivo da diferença

entre as potências olímpicas e os países pobres. Mas era também o símbolo do amor pelo esporte e do espírito olímpico. Emissoras do mundo inteiro acabaram pedindo que a TV Globo cedesse o material gravado por Glenda e Cleber para ilustrar as suas reportagens.

A divisão entre ricos e pobres também é visível na cobertura do telejornalismo de um grande evento. Como o Brasil não tem tradição nos esportes olímpicos, costuma ser difícil, para os jornalistas do país, conseguir os melhores lugares para acompanhar as provas e entrevistar os atletas. Nessas horas, vale a cara-de-pau dos repórteres. E cara-de-pau, mais uma vez, era com Glenda. Ainda em Sydney, ela acompanhou a prova dos 200 metros, nado livre, na qual o australiano Ian Thorpe, de apenas 17 anos, era o grande favorito. Mas quem levou o ouro foi o holandês Pieter Van Den Hoogenband. Ao sair da piscina, Pieter conversou com os jornalistas do primeiro mundo e, quando ia passar direto pelas outras equipes de reportagem, ouviu os gritos da Glenda:

“Inge de Bruijn! Inge de Bruijn!”

Glenda apelara para o nome da nadadora holandesa que andou competindo no Brasil, imaginando que ela teria tido alguma conversa com o compatriota sobre a experiência. Deu certo. Curioso, Pieter se aproximou e deu uma curta, mas emocionada entrevista à repórter brasileira.

### **Fora das quatro linhas**

Em grandes coberturas, o trabalho só tem sucesso se todos estiverem com o mesmo espírito. A carga de estresse é muito grande. Todos dependem de todos, principalmente os narradores. Durante os jogos olímpicos, eles costumam ficar horas colados às cadeiras das cabines de *off-tube*<sup>1</sup>. O ideal é que o narrador esteja no estádio ou no ginásio para sentir o clima da competição, acompanhar a reação da torcida e ter uma visão geral do que está acontecendo, sem os limites do monitor. Mas vários fatores pesam na decisão de enviar o narrador

---

<sup>1</sup> Jargão jornalístico: é uma expressão inglesa para designar aquelas pequenas salas com isolamento acústico de onde os narradores acompanham a competição por meio de um monitor de TV.

para o local da competição: os custos são um fator importante, já que os organizadores dos grandes eventos cobram pelo aluguel de cabines nos estádios. Além disso, pesam as despesas com o deslocamento da equipe que vai dar o apoio técnico ao narrador. O tamanho da equipe para acompanhar, *in loco*, as competições seria impraticável. Nos jogos olímpicos, principalmente, são muitos eventos acontecendo ao mesmo tempo em vários lugares. É mais simples, portanto, ter o narrador na cabine, acompanhando tudo pelos monitores.

Nas Olimpíadas de 2004, a TV Globo optou por reservar espaço no estádio olímpico para as festas de abertura e encerramento e para as competições do atletismo. Reservou cabines também nos ginásios do vôlei e nas arenas do vôlei de praia onde o Brasil tinha as maiores chances de medalhas. Apenas dois narradores viajaram para Atenas: Galvão Bueno e Maurício Torres. E muitas vezes eles trabalharam nas cabines de *off-tube* da redação da Globo, no centro de imprensa de Atenas. Os outros narradores que participaram das transmissões ficaram no Brasil.

“Galvão, você abre a transmissão, faz uma introdução e chama o Cléber, que vai estar acompanhando o basquete. Atenção, Cléber, no primeiro pedido de tempo, você chama o Rogério, que vai recuperar os gols. Maurício, assim que começar a prova dos 200 metros, a gente coloca você no ar!”

Era assim que o editor-executivo Duda Monteiro passava a maior parte do tempo no suíte, durante os jogos de Atenas. Com um fone no ouvido, Duda coordenava, orientava e passava as informações para os narradores, que estavam na Grécia ou no Brasil. Utilizávamos, como fontes, a equipe da TV Globo que estava em Atenas, as páginas oficiais dos comitês olímpicos brasileiro e internacional, na internet, os dados que chegavam também por computador, fornecidos pelos organizadores das Olimpíadas, com os horários das competições, os nomes dos atletas e, principalmente, os resultados e os caracteres na tela da própria transmissão. Essa era uma informação que usávamos para checar as informações que tínhamos.

Nem sempre foi assim. Nas Olimpíadas de Seul, em 1988, por exemplo, não havia internet e a comunicação com a equipe que es-

tava na Coreia era deficiente, via telex. Os caracteres às vezes eram a única fonte de informação para os narradores. O bravo Léo Batista, a propósito, ficou uma hora no ar transmitindo competições de judô e tendo como fonte de informações apenas os caracteres que apareciam na tela – o sobrenome do lutador e a bandeirinha com o país de origem.

Para melhorar a qualidade da informação nas transmissões, as emissoras hoje convidam comentaristas especializados que ajudam a explicar os esportes que não estamos acostumados a transmitir. Os convidados são orientados a usar de simplicidade e clareza nos comentários, principalmente na TV aberta. Devem ser diretos para explicar o que a imagem está mostrando e sem se alongar para não atrapalhar o ritmo da transmissão. Nos Jogos da Grécia, em boa estratégia de *marketing*, a TV Bandeirantes convocou uma equipe de mulheres ex-atletas para fazer os comentários, procurando, com isso, ganhar a simpatia do público feminino e, por tabela, do masculino também.

### **Todos juntos, na mesma emoção...**

Em Atenas, enquanto recebíamos no *switcher* os sinais de oito competições diferentes e decidíamos o que colocar no ar, uma equipe de três editores acompanhava o que estava acontecendo nas outras competições. Não queríamos perder nenhuma boa imagem. Por isso, os sinais eram gravados nos equipamentos EVS, máquinas fundamentais para a recuperação rápida de imagens. Cada EVS gravava digitalmente (sem fita!), ao mesmo tempo, quatro sinais de Atenas. Nessas mesmas máquinas, os operadores podiam editar as cenas mais importantes, sem atrapalhar a gravação dos outros sinais.

“Olha, a gente tem o último ponto da vitória da Argentina no basquete. Também já separei a apresentação das meninas da ginástica rítmica. É bom ficar de olho na linha sete que vai ter brasileiro na eliminatória dos 100 metros!”

A editora Cida Santos passava todo o tempo no suíte fazendo as ofertas do que já tinha sido gravado nos EVS e do que ia acontecer nos jogos. Assim, durante uma paralisação da competição que estava

sendo transmitida, poderíamos exibir o ponto da vitória argentina ou uma parte da apresentação das ginastas brasileiras. E assim fazíamos, para dar dinamismo à transmissão. Cada narrador era orientado a acompanhar os eventos “paralelos”, para entrar a qualquer momento no ar com as informações corretas.

“Vamos aproveitar esse pedido de tempo do técnico brasileiro para ver um pouquinho da ginástica. Rogério Correa, as meninas do Brasil já se apresentaram?”

“Já sim, Cleber, você está vendo aí as imagens da apresentação da equipe brasileira.”

E num outro pedido de tempo...

“E o atletismo, Maurício, tem brasileiro na pista?”

“Tem sim, Cleber. É a quinta eliminatória da prova dos 100 metros rasos...”

E lá iam os narradores acompanhando vários esportes ao mesmo tempo. Até beisebol, um esporte que não é de interesse da maior parte dos telespectadores, mas vale medalha, e é notícia. Em uma dessas passagens pelo que estava acontecendo nas Olimpíadas, mostramos ao vivo, por um minuto, as imagens da semifinal do beisebol. Cléber Machado teve que falar sobre o que estava acontecendo. Por isso é muito importante que o jornalista esportivo tenha noções sobre todas as modalidades dos esportes olímpicos. Cleber tinha algum conhecimento e contou ainda com a colaboração do Duda, que tinha morado nos Estados Unidos e adorava beisebol. Pelo ponto eletrônico, Duda ajudou o narrador a explicar o que estava acontecendo.

### **A pesquisa bate um bolão**

O trabalho do departamento de arquivo de imagens é a memória da televisão. Nos grandes eventos, a organização, na hora de arquivar, e a velocidade, no momento de pesquisar, são fundamentais para o dinamismo da cobertura esportiva. Nas Olimpíadas, o trabalho do pessoal do arquivo se multiplica. Os pesquisadores recebem os sinais das competições e organizam esse material para que rapidamente possa ser utilizado nos telejornais e programas esportivos. Durante os jogos de Atenas, o Cedoc da TV Globo recebeu dez

sinais diferentes por dia. Muitas vezes, a transmissão foi das duas da madrugada às seis da tarde.

### **Ocupando os espaços**

Nas olimpíadas de Atenas, a TV Globo reservou o horário da madrugada para programas de debates, transmissões ao vivo e compactos de eventos. Durante a manhã e à tarde, *flashes* na programação, a cobertura nos telejornais e a transmissão ao vivo dos principais eventos. O objetivo era acompanhar, de perto, o desempenho dos atletas brasileiros e os melhores momentos dos jogos, sem derrubar os compromissos da empresa com o telespectador tradicional – que não gosta de perder seus programas preferidos – e com os anunciantes.

A TV Bandeirantes optou por dedicar a maior parte da sua programação aos jogos, ocupando os horários da madrugada, manhã e tarde com transmissões ao vivo, compactos e debates. E obteve bons resultados, principalmente nos horários da manhã e nas transmissões das competições de ginástica, quando atingiu números inéditos de audiência. As outras emissoras de TV aberta se limitaram a cobrir os jogos apenas nos telejornais, com as imagens cedidas pela TV Globo e pela Bandeirantes ou com o material distribuído pelas agências internacionais de notícias.

Bem antes das Olimpíadas de Atenas, pouco a pouco, o esporte já vinha conquistando seu espaço na TV brasileira. Nos anos 1960, com as tradicionais mesas-redondas, as transmissões e videoteipes das partidas de futebol. Nos anos 1970, Emerson Fittipaldi brilhava nas pistas, e as transmissões da Fórmula 1 passaram a acordar o brasileiro mais cedo nas manhãs de domingo. A TV Globo criou dois programas que atravessaram a virada do século na grade da emissora: o Esporte Espetacular e o Globo Esporte. Equipes de reportagens começaram a ser escaladas para as coberturas de copas e olimpíadas.

Nos anos 1980, a TV Bandeirantes investiu no vôlei, na Fórmula Indy e em outras modalidades. Passou a se apresentar como o “canal do esporte”. Ainda nessa década, a TV Globo acertou o primeiro contrato de parceria com os grandes clubes de futebol do país para

a transmissão de jogos do Campeonato Brasileiro. A Bandeirantes contra-atacou com o futebol italiano, onde, na época, atuavam os grandes jogadores do planeta.

Nos anos 1990, com a implantação da TV por assinatura, surgiram os canais com 24 horas dedicadas ao esporte. As jogadas fantásticas do basquete americano também invadiram a tela da Bandeirantes e da Rede TV!. Em 2004, o telespectador acompanhou os principais campeonatos europeus de futebol. E o futebol se consolidou em duas faixas de horário nobre na Globo e na Record: as noites de quarta-feira e as tardes de domingo.

### **A paixão nacional**

No início eram duas. Uma com a lente mais aberta, para o plano geral, e outra acompanhando, com a lente mais fechada, os lances da partida. No final dos anos 1960, início dos 1970, com apenas duas câmeras, o brasileiro se acostumou a ver pela TV os jogos de futebol.

“Hoje já chegamos a 28 câmeras numa única partida!” A exclamação é de Fernando Guimarães, diretor de produção da Central Globo de Jornalismo. Mas ainda há espaços para colocar novas câmeras e descobrir novos ângulos. A evolução dos equipamentos e o aumento dos investimentos permitiram um crescimento na qualidade das transmissões do futebol. Em 1970, o país assistiu ao vivo, pela primeira vez, uma copa do mundo. Direto do México, um *pool* de emissoras brasileiras transmitiu a conquista do tri. E ficamos impressionados com o *replay* em *slow motion* dos principais lances e com as imagens captadas por câmeras posicionadas atrás do gol, que davam novos ângulos às jogadas de ataque. Mais de 30 anos depois, as câmeras continuam se multiplicando e quem ganha é o telespectador.

Na parte superior dos estádios, além das duas tradicionais, as câmeras chamadas de italianas. Elas apareceram pela primeira vez em 1990, na Copa do Mundo da Itália. Com lentes bem abertas, acompanham os ataques e permitem conferir a linha do impedimento. A idéia de posicionar uma câmera atrás do gol foi dos ingleses. E elas já chegaram aos gramados. Com o uso de guias, as câmeras permitem que o telespectador vislumbre o que acontece no outro lado do campo.

E há também as câmeras invertidas, que ficam do lado oposto à transmissão principal. Elas podem ficar acima ou no nível do gramado. São assim chamadas porque invertem o eixo da transmissão. As chamadas câmeras no trilho acompanham os ataques no nível do gramado, deslizando por um trilho que permite aproximação e velocidade. As câmeras com *microlink* (uma pequena antena) dispensam os cabos, o que aumenta a agilidade e a eficiência dos chamados repórteres de campo.

A moderna transmissão de futebol inclui ainda as câmeras no gramado, usadas para aproximar o telespectador do lance ou do jogador. Algumas delas são focadas permanentemente nas reações dos técnicos ou de um determinado atleta durante a partida.

As chamadas câmeras *super-slow*, inspiradas, no Brasil, pelo Canal 100 – a inesquecível resenha futebolística feita em película por Carlos Niemeyer – têm lentes especiais. Os cinegrafistas, neste caso, se concentram no registro de imagens mais fechadas dos lances que eram exibidas em câmera lenta. O futebol, com todo esse aparato, se transformou num balé de força, magia e emoção.

No início dos anos 1990, o cinegrafista Cleber Schettini, da TV Globo, passou a acompanhar as partidas com uma lente mais fechada, registrando os lances para um quadro do Esporte Espetacular chamado Câmera Espetacular. Não demorou e a idéia passou a ser aproveitada na transmissão ao vivo dos jogos. Cleber ia para o campo sem a preocupação de seguir a bola. Sua missão era descobrir outros ângulos da partida. E numa das primeiras vezes em que essa câmera foi usada numa transmissão, Cleber flagrou a agressão do zagueiro Júnior Baiano a um atacante num lance distante da bola em jogo.

“A imagem provocou uma revolução. Decidiram investir mais e compraram uma câmera com uma lente especial”, lembra Cleber, orgulhoso.

E assim a TV Globo começou a trabalhar com as câmeras *super-slow*, usadas com imagens bem fechadas e em câmera lenta para registrar cenas de desespero e alegria, discussões entre os jogadores, confusões dentro da área na hora da cobrança do escanteio e reações que acontecem fora da disputa de bola.

O áudio acompanhou a evolução da imagem. Microfones espalhados pelo gramado captam os sons de uma partida, desde a festa da torcida aos gritos dos treinadores à beira do campo. Em 1982, o programa Esporte Espetacular surpreendeu o país, ao mostrar uma reportagem em que, pela primeira e única vez, um microfone foi colocado no árbitro para captar o que era falado dentro de campo. Foi um escândalo. A partida era o clássico carioca Flamengo e Vasco e o árbitro, José Roberto Wright. Os telespectadores puderam sentir a tensão do jogo, as broncas do árbitro e as reclamações dos jogadores. Muitas críticas foram feitas porque o microfone estava em um dos agentes do jogo, e só ele sabia disso. Wright foi muito atacado e chegou a ser punido. Mas a idéia dos editores do programa foi um golaço e, mesmo com as suas limitações, conseguiu passar para o telespectador os sons inéditos de um jogo decisivo.

O crescimento do número de câmeras é um desafio editorial constante para os responsáveis pela transmissão de uma partida de futebol. Numa jogada de falta, pode-se acompanhar a dor do jogador caído, mostrar a reação do jogador faltoso, registrar a preocupação do treinador, dar o *replay* do lance e, no momento da cobrança da falta, uma câmera pode focalizar o olhar do bater, enquanto outra, a expectativa do goleiro, uma terceira, a visão geral do cobrador, a ansiedade da torcida. São muitas combinações que, se bem utilizadas, fascinam o telespectador. Mas alguns cuidados são necessários para que a transmissão seja limpa.

“A gente resolveu dar mais tempo depois do gol, acompanhando as reações dos jogadores para só então exibir os melhores *replays* do lance”. A explicação é de Mario Jorge Guimarães, editor-executivo das transmissões de futebol da TV Globo. O motivo era simples: quando sai o gol, o telespectador pula, grita, reclama, lamenta e desaba. Só um tempo depois, ele volta a olhar para a TV e é nessa hora que vale a pena mostrar o gol por outros ângulos. Mas sempre com a preocupação de não perder a saída de bola.

A regra é clara, como diria o comentarista Arnaldo César Coelho: a transmissão tem sempre que acompanhar a bola em movimento. Há normas estabelecidas para diminuir o risco de se perder um lance

importante. O *replay* só deve ser acionado quando o jogo estiver paralisado. Mostrar o gol de uma outra partida também demanda um certo tempo. É melhor aproveitar a saída da bola pela linha de fundo em jogada de tiro de meta e chamar o gol.

Mas quem nunca ouviu a frase “futebol é uma caixinha de surpresas”? Uma vez, o narrador Luís Roberto aproveitou a saída da bola e chamou a repetição de um lance por outro ângulo. E enquanto o *replay* era mostrado, o goleiro errou a cobrança do tiro de meta e a bola ficou com o atacante, que fez o gol. Resultado: quando o diretor de TV cortou novamente para a transmissão, a bola já estava balançando a rede. A solução foi pedir desculpas e colocar no ar o “bendito” *replay* do gol...

### **Caminhões, *switchers* e muita adrenalina**

A sofisticação nas transmissões de futebol envolve recursos, pessoal especializado e muita informação. Verdadeiras estações de televisão ambulantes viajam nos caminhões das emissoras pelo Brasil. Levam metros e metros de cabos, monitores, microfones e câmeras. Alguns caminhões dispõem até de duas mesas de corte para absorver os sinais de todas as câmeras instaladas nos estádios. Uma mesa trabalha com as câmeras mais tradicionais e outra é dedicada aos *replays* das imagens das câmeras especiais. Diretores de TV, operadores de áudio e de VT, coordenadores e jornalistas trabalham no espaço mínimo para fazer o espetáculo ficar mais bonito. Os sinais de áudio e vídeo dos caminhões são enviados para um suíte que vai finalizar a transmissão.

No *switcher*, o desafio é o de abastecer a transmissão com informação. Uma parte da equipe trabalha nos números do jogo: que time chutou mais a gol, quem fez o maior número de faltas, quanto tempo houve de bola em jogo etc. Informações importantes que ajudam o telespectador a entender o que está acontecendo na partida. Outra parte do pessoal se dedica a acompanhar os outros jogos da rodada.

“Gol do Flamengo!”

Alguém avisa ao editor-executivo da transmissão. Todos ficam ligados. Assim que a informação é confirmada, o editor-executivo passa

pelo ponto eletrônico ao narrador, que pode estar no estádio ou na cabine *off-tube*. Em poucos segundos, a notícia já entra na tela da TV sob a forma de caracteres e o narrador completa a informação.

Outra equipe edita as imagens do gol que vão ser apresentadas no intervalo. Se a partida já estiver no segundo tempo, assim que houver uma paralisação, o gol é exibido.

Novos recursos gráficos e eletrônicos ajudam a esclarecer cada vez mais o telespectador. O tira-teima já virou uma instituição no país. Também é possível mostrar se a barreira está na distância correta na cobrança da falta. Mas tudo deve ser usado com a preocupação de não “sujar” a transmissão e nem de atrapalhar a atenção do telespectador.

### **Olho no lance!**

“O que só você viu, Elia Júnior?” A pergunta virou uma marca do narrador Sílvio Luiz, da TV Bandeirantes, logo após um gol ou lance de perigo na transmissão de uma partida de futebol. E ela define bem o papel do repórter que está no gramado durante as transmissões dos jogos de futebol. Ele tem que acrescentar informação ao que está sendo mostrado na imagem. Olhos no campo, ouvidos ligados, acompanhando pelos fones o que está sendo dito na transmissão para não repetir informação e também para tirar a dúvida do narrador e passar o clima do gramado. O repórter deve ser o primeiro a informar quem entra e quem sai numa substituição. As intervenções devem ser curtas e objetivas para não quebrar o ritmo da transmissão.

No dia-a-dia da cobertura esportiva, os chefes de reportagem têm que se desdobrar para montar o quadro de saídas das equipes. Pergunte a qualquer um e eles vão dizer sempre a mesma coisa:

“Não tem equipamento, não tem repórter...”

Por isso, cada saída de equipe é um investimento que tem que dar certo, tem que render uma boa matéria. Diferentemente do que acontece nos jornais e nas rádios, as emissoras de TV não trabalham com os chamados setoristas, que são aqueles repórteres que ficam encarregados de fazer a cobertura diária de um determinado clube. Isso dificulta um pouco o trabalho de apuração de notícias e o cultivo de

fontes. É um desafio a mais para os repórteres de TV, que também têm de encontrar pautas interessantes para não cair na rotina daquelas imagens de treinos que não dizem nada aos telespectadores. O trabalho, portanto, já começa na redação, com a discussão de uma pauta que possa render uma boa história. A equipe já chega ao clube com uma “idéia na cabeça e uma câmera na mão”, que poderá ser alterada pelos acontecimentos do dia.

Com a maior profissionalização do futebol no Brasil, houve uma multiplicação de assessores de imprensa. Tanto nos clubes quanto ao lado dos jogadores, esses profissionais vêm ocupando espaços na área da comunicação. Às vezes, deixam os jornalistas na cara do gol, mas em outras situações fecham a entrada da área e barram a informação. É um fenômeno relativamente novo no futebol e, por isso, redações e assessorias ainda passam por um processo mútuo de amadurecimento.

### **Tabelando texto e imagem**

“A linguagem mais plástica do esporte te permite ser mais criativo no texto.” A frase é do repórter da TV Globo, João Pedro Paes Leme, um profissional preocupado em garimpar a melhor frase para acompanhar as imagens das suas reportagens. E o esporte é um *show* de imagens. Esforço, agonia, superação, alegria, êxtase, tristeza e desespero. Emoções que contam, em poucos segundos, histórias de muitas vidas. Entender esse contexto e trabalhar com a informação para combinar palavras e imagens sem ser repetitivo é um grande desafio.

O repórter de TV tem que reler a imagem dizendo sempre alguma coisa a mais. Então, o primeiro mandamento de um bom texto de TV, que diga-se, vale para qualquer editoria, é fazer a decupagem do material gravado. Decupagem é uma palavra de origem francesa (*découpage*) que, na TV brasileira, significa o processo de ver as imagens gravadas em uma fita de reportagem e anotar sua localização (ou tempo). Exemplo:

- 1min20s: atacante chuta a bola na barreira e a bola vai para fora.
- 1min25s: defensor se contorce em dores pela bolada.

A partir da decupagem, a maior parte dos repórteres e editores começa a construir os textos. Mas cada um tem a sua tática. O repórter Regis Rösing, também da TV Globo, prefere editar as suas próprias reportagens e trabalha de forma diferente. Primeiro, ele cola as imagens sentindo o ritmo das cenas, seguindo um roteiro que está na sua imaginação. Só depois do trecho montado ele escreve o texto e grava em cima das imagens editadas.

Cada profissional tem a sua receita, mas é preciso ter cuidado com as firulas que atrapalham a comunicação. O segundo mandamento para um bom texto na TV é que ele deve ser objetivo e direto. A criatividade tem que estar a serviço da informação. A boa jogada nessa área é uma tabelinha certa entre as palavras e as imagens.

### **Jornalismo versus direitos, merchandising e companhia**

Gastos, gastos e gastos. Cobrir esporte custa muito! São investimentos em recursos eletrônicos, viagens em caminhões pelo país, envio de equipes de reportagens para os grandes eventos, contratação de pessoal qualificado etc. Orçamentos gigantescos são montados, discutidos e negociados. Mas o que mais pesa nessas contas é o preço dos direitos esportivos, que chegam a cifras astronômicas nos grandes eventos. Segundo dados fornecidos pela Fifa, os valores dos direitos entre as Copas da Itália (1990) e da França (1998) subiram 30%. E na negociação dos direitos para a Copa da Coreia e do Japão, quatro anos depois, a diferença já era de 500%.

O valor acabou sendo renegociado por causa da falência da ISL, a empresa que detinha os direitos, mas ainda assim foi estratosférico. O mercado não comporta mais esses valores, e hoje já há uma tendência de acomodamento entre o que se pede e o que se pode pagar. A concorrência entre as emissoras para a compra de exclusividade na transmissão de eventos também contribui para a elevação dos valores. E para cobri-los, planos caríssimos de patrocínios em cotas chegam ao mercado.

### **Marcação sob pressão!**

Os patrocínios garantem a sobrevivência dos clubes e dos atletas, mas as emissoras de TV não querem fazer propaganda de graça. Por isso, são comuns os planos fechados no rosto dos atletas para não expor as marcas que estão em suas camisas, bonés e murais de entrevista. É uma briga histórica, uma espécie de esconde-esconde. No início, as marcas apareciam no meio da camiseta e era só o cinegrafista fechar a lente um pouquinho para escondê-la. Aí os patrocínios pularam para os ombros e para os bonés. Os planos ficaram ainda mais fechados. Daqui a um tempo há quem diga que poderá aparecer um publicitário genial que coloque as marcas nos rostos dos atletas.

Os jornalistas esportivos vêm aprendendo a conviver com essa realidade. Uma realidade cheia de pressões e dificuldades para quem trabalha com a notícia. Por outro lado, são os patrocínios que garantem os recursos para a realização de grandes coberturas. É uma partida de muitos gols, contra e a favor do bom jornalismo. E de muitas questões:

– Se uma emissora de TV pagou mais caro pela exclusividade, fez investimentos em equipamentos e pessoal, por que ela vai ceder imagens às concorrentes?

– Se o evento esportivo é da concorrente, por que uma emissora vai divulgá-lo?

– Se o patrocinador da emissora é concorrente da marca da seleção, quais são os limites para o trabalho jornalístico?

A resposta é simples. Nada é mais importante do que a notícia. Se não há imagens, uma nota lida pelo locutor resolve o problema. Se o evento é da concorrente, mas há interesse jornalístico, a informação deve ser divulgada de forma objetiva. Se há conflitos de patrocínios, as normas jornalísticas devem servir de orientação para o trabalho a ser realizado. Notícia não pode ser escondida, sob pena de desmoralização da emissora.

O Esporte Espetacular trabalha com ações integradas que são reportagens onde as marcas dos patrocinadores aparecem de forma mais explícita. Mas os critérios de decisão de fazer essas pautas são editoriais, de responsabilidade da Direção de Esportes e da chefia do

programa. E o tratamento, na cobertura, é sempre jornalístico. Não há interferência dos patrocinadores. De certa forma, é uma experiência em cima de uma corda bamba, mas até agora os resultados têm sido positivos do ponto de vista jornalístico.

### **A próxima jogada**

Primeiro vieram as mesas-redondas. Depois, as transmissões ao vivo, os grandes eventos, os programas esportivos, os canais de TV por assinatura e, quem diria, novamente elas, as mesas-redondas nas noites de domingo. O debate sobre a rodada do fim de semana tem público cativo e conquistou até mesmo uma emissora dedicada aos cliques musicais: o programa de maior audiência da MTV no ano de 2004 foi o Rock Gol de Domingo.

É uma mesa-redonda diferente, onde o humor é a estrela principal. Mas tem entrevista com jogadores, reportagens nos clubes e conversa com torcedores. De um modo ou de outro, o telespectador gosta de acompanhar a discussão sobre o esporte. Outro indício desta atração é o investimento nesse formato das emissoras de TV por assinatura dedicadas ao esporte.

O canal Sportv aumentou a sua média de audiência com a criação de programas como o Bem Amigos, o Arena Sportv e o Redação Sportv, todos de debates. A ESPN Brasil já vinha usando essa estratégia com sucesso, abrindo também espaço para a participação do “assinante” pela internet, com perguntas e comentários que são debatidos pelos participantes dos programas. A transmissão de eventos ainda é o carro-chefe desses canais, mas o assinante tem demonstrado que gosta do complemento, do debate e da informação a mais.

Melhor para nós, jornalistas de esporte.



# Jornalismo em alta definição

*Roberto Wertman*

Assistimos ao longo das últimas décadas à substituição de diversas tecnologias antes analógicas por suas equivalentes digitais. O processo que nos fez trocar os antigos LPs de vinil por CDs, filmes fotográficos por cartões de memória ou fitas de vídeo por DVDs agora começa a chegar a um dos meios de comunicação mais difundidos de nosso tempo: a televisão. Em breve, veremos as primeiras transmissões de TV digital no Brasil, o primeiro passo para o fim da TV analógica e a maior revolução em um dos hábitos preferidos dos brasileiros, desde o surgimento dos primeiros televisores coloridos, na década de 1970.

Mas para falarmos de TV digital, de suas características, vantagens e novidades, precisamos primeiro entender realmente a diferença entre transmissões analógicas e digitais. Na antiga tecnologia analógica, as imagens são convertidas em frequências e modulações específicas que são entendidas e traduzidas pelo receptor. A tecnologia digital substitui as informações por seqüências binárias que são recebidas e traduzidas pelo receptor. Para compreendermos melhor, basta compararmos os antigos discos de vinil, onde o contato da agulha do toca-discos com o LP gerava vibrações que eram traduzidas na forma de som, com os atuais CDs, cujas informações são armazenadas de forma numérica para serem lidas e interpretadas antes de serem convertidas em som.

Assim como no caso de LPs e CDs, a diferença entre TV analógica e digital se traduz em uma nova forma de entretenimento. Com a TV digital daremos adeus aos fantasmas e ruídos tão freqüentes

a quem não possui TV a cabo, e veremos uma imagem pura, de alta definição e com som comparável ao que ouvimos nos melhores cinemas. Mas a TV digital não oferece só isso. Entre as diversas novas aplicações possíveis estão a possibilidade de ver programas diferentes, ou com diferentes ângulos de câmera, em um mesmo canal, o chamado *multicasting*; a transmissão de informações e dados simultaneamente à programação, o chamado *datacasting*, permitindo, por exemplo, que um fã de futebol saiba, a um toque no controle remoto, todas as informações sobre os times em campo ou sobre a última rodada do campeonato, ou que uma dona-de-casa possa saber a sinopse do capítulo de novela perdido, informações sobre os personagens da trama e até – por que não? – comprar uma jóia igual à da personagem principal. É o chamado *t-commerce*, ou *television-commerce*. A TV digital também permite a recepção em dispositivos móveis, como TVs portáteis, *palmtops* ou até mesmo celulares.

Apesar de ainda não estar presente no Brasil, a TV digital já é uma realidade em vários países, como Estados Unidos, Japão e em diversos países da Europa. Existem atualmente três padrões diferentes de TV digital: o ATSC americano, o DVB europeu e o ISDB japonês, cada um deles com características diferentes.

O sistema ATSC, de *Advanced Television System Committee*, foi o primeiro sistema desenvolvido. Foi projetado com ênfase nas transmissões de HDTV, *high-definition TV*. Hoje, praticamente todas as emissoras americanas já transmitem seu *prime time*, equivalente ao nosso horário nobre, em alta definição. Porém, por ter sido o primeiro sistema, com suas especificações definidas antes da proliferação de celulares e *palmtops*, não prevê aplicações como TV móvel e portátil.

O segundo sistema desenvolvido, o DVB, ou *Digital Video Broadcasting*, foi desenvolvido na Europa com o intuito de ampliar a competitividade da TV aberta com a TV por assinatura, como DTH (televisão via satélite, como DirecTV ou Sky) e TV a cabo. Inicialmente, sua principal aplicação era a transmissão de múltiplos programas em um só canal, mas o sistema também permite transmissões em HDTV. O DVB também é utilizado em transmissões

de TVs por satélite. Os desenvolvedores do sistema atualmente trabalham no avanço do DVB-h, que permite a transmissão para TVs móveis e portáteis.

Por último, o ISDB japonês foi desenvolvido incorporando os avanços técnicos dos sistemas anteriores. O sistema japonês permite a utilização de HDTV, *multicasting* e aplicações móveis e portáteis. Todos os sistemas permitem a transmissão simultânea de dados ou *datacast*.

O Brasil ainda não definiu o padrão a ser utilizado nas transmissões terrestres no país. A Anatel e entidades como o grupo Abert/Set de TV digital e a Universidade Mackenzie, de São Paulo, têm realizado testes para tentar descobrir o melhor padrão, ou mesmo criar um padrão brasileiro de TV digital, a exemplo do sistema atualmente usado, uma mistura dos antigos padrões NTSC e PAL. Entre os representantes das emissoras e seus técnicos, a preferência é pela adoção do sistema japonês, mas grupos de interesse representando países e empresas detentores dos *royalties* de cada padrão vêm oferecendo vantagens ao Brasil no caso da adoção de seu sistema. Os Estados Unidos acenam com a derrubada de tarifas alfandegárias, a Europa e Japão com *royalties* e preços menores.

O certo é que o governo já perdeu um tempo importante na indefinição do padrão, uma vez que as primeiras transmissões digitais só acontecerão pelo menos um ano e meio após a escolha do sistema. Seja qual for a opção, ela deve possibilitar o maior número de aplicações para que não seja necessária nenhuma mudança adicional, uma vez adotada a TV digital no país. Sendo um importante meio de informação, educação e entretenimento para o brasileiro, nada melhor que imaginar a TV aberta mais presente no dia-a-dia das pessoas, sendo assistidas em ônibus, trens e metrô, e até mesmo no telefone celular.

O governo Lula acenou com a criação de um padrão próprio para o Brasil. No entanto, o desenvolvimento de um padrão nacional pode levar o país a uma situação de isolamento tecnológico em relação a outros países, como o ocorrido no desenvolvimento do padrão de cores PAL-M, aumentando os custos, diminuindo a escala de pro-

dução e a competitividade dos equipamentos a serem fabricados no Brasil. O padrão nacional, por sua vez, não nos livrará do pagamento de *royalties*, uma vez que qualquer tecnologia que venha a ser desenvolvida vai necessariamente usar, em maior ou menor escala, tecnologias já consagradas mundialmente, como padrões de vídeo do tipo MPEG4, ou padrões de áudio Dolby, ou similares. Negociando sua participação em um dos padrões atualmente utilizados, o Brasil pode obter vantagens como uma participação efetiva nos grupos de desenvolvimento existentes, afastando assim o risco da obsolescência e da falta de suporte tecnológico adequado a um possível padrão nacional.

Enquanto a discussão continua, a TV aberta brasileira perde competitividade frente a outras mídias como a TV por assinatura, seja a cabo ou via satélite, menos suscetíveis à rígida regulamentação imposta à teledifusão. Com isso, apenas uma pequena parcela da população, capaz de pagar os altos custos das TVs por assinatura, tem acesso à tecnologia digital, excluindo assim a maioria dos telespectadores, principalmente os que têm na TV seu único meio de comunicação, educação e entretenimento. Em países onde já existem transmissões digitais, já estão definidas as datas para o fim das transmissões analógicas, em alguns tão próximas quanto 2006.

Enquanto no Brasil vamos acompanhar a próxima Copa do Mundo em definição padrão – ou SD, de 480 linhas –, os anfitriões alemães já estarão assistindo aos jogos com mais que o dobro de resolução – a alta definição, ou HD, tem 1080 linhas –, com direito a escolher o melhor ângulo de câmera, informações adicionais, ou até mesmo rever um lance à sua escolha.

Muito mais importante que a escolha do sistema a ser implantado, deve ser a discussão sobre o que se espera da adoção da TV digital aberta no Brasil; quais aplicações devem ter seu desenvolvimento priorizado e, principalmente, como fazer com que a TV cumpra efetivamente seu papel de entreter e educar o telespectador. E, neste sentido, são inúmeras as vantagens oferecidas pela tecnologia digital.

Se por um lado a TV digital pode oferecer ao espectador de filmes uma imagem perfeita e um som de cinema, ela também pode

oferecer uma diversidade muito maior de programas educativos e informativos segmentados a qualquer público. A múltipla programação em um mesmo canal possibilita, por exemplo, que uma emissora de TV transmita ao mesmo tempo programas educativos diferentes para espectadores dos ensinos básico e médio. E a recepção móvel e portátil vai permitir que estes mesmos espectadores possam assistir a estes programas no caminho do trabalho, ou em qualquer lugar, seja na rua, em um ônibus, ou mesmo dentro dos túneis do metrô. E além do conteúdo do programa, o espectador ainda vai ter acesso a informações adicionais acessando o *datacast* transmitido pelas emissoras ou por outros provedores de conteúdo.

A convergência dos meios é um caminho sem volta e o resultado disso já pode ser percebido em toda parte. O acesso a e-mails por telefones celulares, *palmtops* que transmitem fotos e telefonemas via internet feitos pelo computador são uma prova. Aos poucos TVs, celulares, computadores, câmeras fotográficas e inúmeros outros aparelhos de nosso dia-a-dia serão substituídos por uma nova geração de aparelhos capazes de realizar inúmeras tarefas diferentes. A este aparelho chamamos provisoriamente de Terminal, tenha ele o formato de uma TV de plasma de 50 polegadas, ou de um computador de bolso. Diferentes terminais poderão ter aplicações principais diferentes – como ver um filme, dar um telefonema ou tirar fotos –, mas todos serão capazes de, por exemplo, acessar a internet, trocar informações entre si e enviar ou receber vídeos ou a programação da TV.

A transição da antiga tecnologia para a digital vai ser lenta, com transmissões analógicas e digitais acontecendo simultaneamente durante o tempo estimado para a troca dos televisores atuais. Apesar de não ser possível aproveitar as vantagens da alta definição nos aparelhos atuais, uma vez que será preciso que o aparelho tenha resolução bastante para as 1080 linhas do HD, bastará ligar uma caixinha conversora para usufruir imediatamente de uma imagem livre de fantasmas e com som digital, assim como a múltipla programação em um mesmo canal, ou as informações adicionais do *datacasting*.

## E os jornalistas?

Mas quais serão as implicações da TV digital e da convergência na produção de conteúdo jornalístico? Qual o impacto que a nova tecnologia vai ter na vida dos profissionais de TV? Assim como a internet transformou a vida dos jornalistas de veículos impressos, a convergência vai trazer mudanças profundas para as redações das TVs. A extensão desse impacto está ligada a condições que transcendem a mera evolução tecnológica. O equilíbrio financeiro das emissoras brasileiras, a possível competição com outros provedores de conteúdo e as políticas públicas para o desenvolvimento do setor, por exemplo, são alguns dos inúmeros fatores que vão determinar o ritmo e a extensão das mudanças. Para nosso estudo, vamos considerar dois cenários possíveis: um pessimista e outro otimista.

As empresas de comunicação brasileiras e, principalmente, as emissoras de TV, passam por um período de profundo desequilíbrio financeiro. Investimentos mal-feitos, empréstimos feitos no exterior quando as taxas de câmbio eram ainda favoráveis e, por vezes, má gestão reduziram a capacidade de investimento das emissoras, obrigando-as a fazer demissões ao longo dos últimos anos. Equipes foram reduzidas e escritórios fechados ao redor do mundo, fazendo como vítimas a qualidade da cobertura jornalística e, inevitavelmente, o profissional da área.

Neste cenário, as perspectivas para os jornalistas não são muito diferentes das atuais: o sucateamento das redações pela substituição de profissionais bem preparados e experientes por jornalistas recém-saídos de faculdades que cada vez mais jogam no mercado profissionais sem qualquer preparo ou formação sólida. A concentração do mercado por poucas empresas detentoras ao mesmo tempo de emissoras de TV, jornais, rádio e portais de internet deve agravar a replicação do mesmo conteúdo através dos diferentes veículos, sobrecarregando ainda mais os poucos profissionais que ainda encontram espaço nas redações. Assim, um profissional na redação de um jornal não estará apenas preocupado com a matéria do dia seguinte, como também terá a responsabilidade de suprir conteúdo imediatamente para o *website* da empresa – como já acontece atualmente

–, informações adicionais para serem aproveitadas no *datacasting* da emissora de TV e notas para envio por SMS ou celular. O mesmo se aplica ao telejornalista, que, além de pensar suas matérias para TV, terá também de se preocupar com a demanda por conteúdo adicional para a TV digital.

Numa época de crise, na qual anunciantes procuram de toda forma diminuir seus gastos com publicidade, as possíveis vantagens com a múltipla programação disponível na TV digital seriam anuladas pela falta de recursos das empresas jornalísticas, uma vez que as verbas publicitárias não se duplicariam da mesma forma que os canais de TV, prejudicando o investimento das emissoras em programas paralelos para públicos diferentes, mesmo porque, com a duplicação dos canais, o público ficará mais disperso entre os diferentes canais e programas, reduzindo assim o valor de inserções comerciais e patrocínios. O resultado será o agravamento da crise financeira das empresas de comunicação, gerando um círculo vicioso ainda mais ameaçador ao mercado de trabalho dos jornalistas.

TVs educativas e públicas, que poderiam servir como fomentadoras do desenvolvimento da TV digital, sofrem com a falta de políticas públicas para o setor, impedindo que estas emissoras se transformem em pólos de produção digital, incentivando outros produtores a investirem em conteúdo para veiculação. Além disso, é de se pensar se as TVs públicas, num cenário de contenção e falta de investimento por parte do governo, terão condições de se adaptar rapidamente às transmissões digitais, quando muitas vezes não possuem equipamentos atuais com tecnologia analógica.

Visto desta forma, o futuro próximo da TV digital no Brasil pode ser pouco alentador aos jornalistas das redações ou aos estudantes de jornalismo que logo ingressarão em um mercado de trabalho já saturado. Sem investimentos e na falta de um programa de reestruturação para as empresas de comunicação, a tendência é assistirmos a uma degradação ainda maior do mercado de trabalho e da qualidade da TV – e, por conseqüência, do jornalismo – brasileira.

## O outro cenário

Porém, outro cenário é possível, com empresas financeiramente saudáveis e um mercado preparado para usufruir do melhor que a TV digital pode oferecer. Neste cenário, segmentação é a palavra-chave para entendermos o impacto que a TV digital pode ter. Para que todo o potencial da TV digital seja desenvolvido, será necessária uma revolução na produção televisiva. Seja na programação múltipla, ou na produção em alta definição, a necessidade de mais e novos programas vai revitalizar o mercado de trabalho, aumentando a demanda das emissoras por profissionais qualificados, tanto experientes, quanto novos profissionais, capazes de ajudar a criar uma nova linguagem televisiva aproveitando todas as novas possibilidades oferecidas pela nova tecnologia.

Em um mercado segmentado, com canais disponíveis para uma TV aberta mais variada, a maior necessidade de mão-de-obra levará mais jornalistas, produtores e outros profissionais para as redações e estúdios. Um exemplo disso é a programação matinal da maioria das emissoras, atualmente dividida entre programas infantis e de variedades para a dona-de-casa. Com a múltipla programação no mesmo canal, uma emissora vai poder transmitir simultaneamente ambos os programas, ampliando sua duração e, conseqüentemente, necessitar de mais pessoas para produzir ambos os programas. Além disso, a necessidade de alimentar a transmissão com mais informações pelo *datacasting*, como receitas, dicas para o lar ou a lista completa das evoluções de todos os *Pokemon*, vai aumentar a necessidade de contratações, revitalizando o mercado de profissionais de TV.

E o impacto não pára por aí. Com a popularização dos terminais móveis e portáteis e com a recepção dos sinais de TV em celulares, um novo tipo de programação específica deve surgir em breve. As emissoras poderão incluir em horários de sua programação, ou mesmo disponibilizar canais alternativos, informações sobre o trânsito, condições das estradas, previsão do tempo ou o que mais a imaginação humana for capaz de inventar para quem estiver a caminho do trabalho ou na rua, um público que até agora não tem acesso à TV a não ser numa vitrine de loja, ou com TVs portáteis que, na prática,

não funcionam satisfatoriamente. Imagine o passageiro de um táxi ou ônibus podendo saber com antecedência o melhor caminho a seguir, ou alguém sair de dentro do metrô sabendo como está o tempo lá fora. São apenas alguns exemplos de aplicações que podem surgir a partir da implantação da TV digital no país.

Outra área a se beneficiar enormemente da TV digital são as TVs educativas. Com a TV digital, será possível atingir uma audiência maior, respeitando ainda mais as necessidades de cada público. Logo será possível a um aluno do Telecurso escolher qual o grau, básico ou médio, ou mesmo decidir qual disciplina quer estudar. Este mesmo aluno também terá acesso a aulas e material didático adicional ao toque de um botão. Com a segmentação, as TVs educativas vão poder oferecer uma gama muito mais ampla de programas para todo o seu público.

Outra possibilidade de grande interesse para as emissoras é a exploração de canais com conteúdo específico voltados, por exemplo, para empresas. A maior disponibilidade de canais vai permitir às emissoras oferecer conteúdo exclusivo voltado para a comunicação interna das empresas ou para *shopping centers*, por exemplo. Isto significa uma nova fonte de recursos para as empresas poderem investir em uma programação aberta e de qualidade. Esta é uma forma de incentivar a produção de programas e minimizar o impacto do possível aumento de custos, uma vez que a verba de publicidade para TV tende a se manter estável, apesar da necessidade de mais programas para o *multicasting*.

Neste cenário, a convergência se mostra como fenômeno revitalizador para o mercado do profissional da comunicação. A segmentação e a proliferação de novos meios de comunicação se traduziriam, portanto, em mais espaço para jornalistas dedicados a prover conteúdo a toda gama de aparelhos, de TVs e celulares a *palmtops* e terminais portáteis.

## O futuro

No atual estágio é impossível descobrir qual dos cenários é o mais viável. Como qualquer exercício de futurismo, corremos aqui

o risco de não vermos nenhuma das previsões realizadas. O mais razoável, acreditamos, é não vermos um cenário tão otimista quanto o aqui descrito, mas também não tão tenebroso quanto nosso quadro mais pessimista. A realidade do mercado aliada à situação econômica e social do país são ingredientes imprevisíveis para compreendermos qual o cenário, ou sua variação, mais provável ao Brasil.

Não podemos aqui deixar de ressaltar a importância que a sociedade terá no desenvolvimento da TV digital. Apenas com o fortalecimento das entidades representativas do público podemos sonhar com um futuro melhor para a TV e para os profissionais que a criam e recriam no dia-a-dia. Só com maior participação da sociedade será possível fazer com que a TV digital seja não só um avanço tecnológico, mas que também reflita as necessidades do público por uma programação de qualidade, capaz de entreter e divertir, mas sem abrir mão de educar.

A TV digital ainda é uma promessa no Brasil, enquanto já é realidade em diversos países ao redor do mundo. Os contínuos atrasos na introdução da tecnologia digital apenas impedem o desenvolvimento social e econômico do país e diminuem a competitividade de uma TV aberta cada vez mais combatida pela concorrência de TVs por assinatura. A escolha do padrão a ser utilizado nas transmissões digitais de TV no Brasil é questão urgente se queremos uma TV aberta gratuita, democrática e de qualidade.

# Webjornalismo: o que é notícia no mundo *on-line*

*Carlos Castilho*

## **Menor de idade**

Lá se vão pouco mais de 10 anos que o mundo começou a conviver com esta nova ferramenta de informação chamada jornalismo *on-line*. Foi em 1994, quando o jornal San Jose Mercury, da cidade de San Jose, na Califórnia, lançou a sua primeira edição produzida especificamente para internautas.

Antes disto, o jornalismo *on-line* repetiu o que aconteceu também nos primórdios da televisão e do rádio, ou seja, os noticiários não passavam de uma mera transcrição de notícias impressas para um novo veículo de comunicação.

Aqui no Brasil, um dos primeiros jornais a experimentar uma versão *on-line* foi o Jornal do Brasil que se autoproclama o pioneiro na internet no país. Mas foi a Folha de S. Paulo quem foi mais fundo na inovação tecnológica ao criar, em 1995, a empresa Universo Online (UOL) que associava conteúdo jornalístico e acesso à *web*. O grupo de empresas do jornal O Globo foi o último a entrar para valer na informação *on-line*, no final dos anos 1990.

Para compensar o atraso, o Globo foi o primeiro a criar uma estrutura jornalística voltada para a convergência de vários veículos de comunicação e para a utilização da multimídia na transmissão de notícias. Hoje, segundo estatísticas da Associação Nacional dos Jornais, há mais de 300 jornais brasileiros que publicam edições *on-line*.

Nos Estados Unidos, os grandes grupos jornalísticos começaram a se interessar pela internet por volta de 1992/1993 quando recebe-

ram propostas de empresas provedoras de acesso à *web* para disponibilizar notícias *on-line*. Havia uma forte desconfiança em relação à rede de computadores, mas como os jornais acharam que tinham pouco a perder, acabaram aceitando uma parceria.

Os assinantes de serviços como Compuserve, Prodigy, Delphi e América Online (AOL – o único sobrevivente), além do correio eletrônico, podiam ler nos seus computadores as mesmas notícias publicadas nas versões impressas do Los Angeles Times e do New York Times, entre outros. Era uma mera transcrição, atualizada uma vez por dia e com diagramação reduzida ao mínimo possível.

A desconfiança e o ceticismo dos grandes grupos jornalísticos norte-americanos tinham lá suas razões. Ainda não haviam cicatrizado as feridas deixadas pelos fracassos de experiências com outros meios eletrônicos, como teletexto, videotexto e audiotexto, durante os anos 1980. A transmissão de notícias de jornais através da televisão, linha dedicada de vídeo ou via telefone havia deixado uma grande frustração e prejuízos milionários.

Por isto, quando os computadores pessoais se transformaram no grande objeto de desejo dos consumidores de alta renda, toda a indústria jornalística mundial encarou o novo veículo de comunicação com uma mistura de entusiasmo e pânico. Entusiasmo pelas perspectivas fantásticas que a informática e a telemática ofereciam. Pânico, porque ninguém conseguia produzir propostas capazes de tranquilizar investidores e acionistas na hora de transformar a futurologia em planos de negócio.

O ano de 1994 foi decisivo, porque as empresas jornalísticas norte-americanas finalmente admitiram que não havia outra alternativa senão embarcar na nova canoa tecnológica. Foi aí que surgiram as primeiras menções a uma atividade chamada de jornalismo *on-line*, webjornalismo ou ciberjornalismo.

Mas a nova modalidade informativa já nasceu marcada mais por divergências do que por coincidências entre os jornalistas. Os profissionais que sabiam como redigir uma notícia, como executar uma reportagem ou editar um noticiário não tinham, no entanto, experiência em computadores e *softwares*, tendo que admitir a in-

cômoda superioridade de fanáticos por eletrônica, em geral com menos de 25 anos.

A garotada acabou marginalizada nos primeiros anos do webjornalismo onde predominou a cultura das grandes redações. Quase todos os *sites* de jornais, revistas, emissoras de televisão e de rádio eram na verdade páginas de divulgação dos veículos originais, com alterações cosméticas para aproveitar as principais ferramentas da *web*, como *hiperlinks* e interatividade.

Por isto não foi surpresa o fato de que as primeiras produções de webjornalismo, utilizando linguagem e técnicas específicas para comunicação apoiada na convergência de meios e em ambiente multimídia, só ganharam reconhecimento da grande imprensa mundial a partir de 1996.

O divisor de águas foi a produção de um documentário multimídia chamado *A derrubada do Falcão Negro*<sup>1</sup>, patrocinado pelo jornal The Philadelphia Inquirer. Era uma reportagem investigativa sobre um confuso incidente envolvendo a derrubada de um helicóptero norte-americano que transportava tropas que invadiram a Somália, em 1993. O material foi publicado em 30 capítulos na edição diária do jornal, foi transformado num curta-metragem exibido pela televisão e num programa de 30 episódios no *site* PhillyNews.com.

O caso do Falcão Negro, que depois virou também um *best-seller* e um filme de Hollywood, mostrou como a convergência dos meios de comunicação e a multimídia podiam gerar um produto cujo valor informativo era maior do que a soma das partes. Não se tratava mais da pura e simples transcrição de material impresso, filmes ou peças de áudio para um *site* na *web*.

Foi também um passo adiante em relação à mera combinação de informações escritas com outras visuais e auditivas, embora ainda faltasse muito para se chegar à convergência interativa entre meios diferentes e às narrativas mais adequadas ao hipertexto, como a estrutura não-linear.

---

<sup>1</sup> The Black Hawk Down - <http://inquirer.philly.com/packages/somalia/>.

O produto que começou a surgir neste ambiente passou a ser conhecido como jornalismo *on-line* ou ciberjornalismo, uma modalidade de jornalismo que adapta os valores tradicionais da profissão ao espaço cibernético e toda a cultura informativa que começa a ser construída na internet.

O jornalismo através da internet continua basicamente sendo jornalismo. Os seus objetivos e valores continuam exatamente os mesmos porque estão relacionados ao caráter social da informação, à ética noticiosa, à privacidade dos usuários e aos procedimentos profissionais básicos como objetividade, isenção e checagem de notícias.

Mas o surgimento do jornalismo *on-line* está empurrando a profissão para a sua maior transformação desde o surgimento dos jornais, há quase 350 anos<sup>2</sup>. Nos próximos subtítulos, vamos mostrar algumas destas mudanças e suas conseqüências, como por exemplo:

1. O jornalista está perdendo o controle da informação, na medida em que a *web* deu ao público leitor a capacidade de também publicar informações na internet, a baixo custo e com barreiras tecnológicas mínimas.
2. O profissional é submetido a um ambiente onde está sob patrulhamento constante dos leitores, graças a sistemas como o correio eletrônico, aos fóruns *on-line* e aos *weblogs*.
3. O conceito de direito autoral está sofrendo uma série de mudanças em conseqüência do surgimento dos programas de autoria compartilhada e de intercâmbio livre de conteúdos informativos.
4. Os sistemas de autoria compartilhada permitem o surgimento de jornais *on-line* onde a maior parte dos conteúdos é produzida pelos próprios leitores.
5. A notícia deixa de ser um produto acabado para se transformar num processo contínuo de recombinação informativa.
6. A convergência de meios de comunicação está provocando uma reforma radical nas redações com o surgimento de funções

---

<sup>2</sup> A London Gazette, fundada em 1666 em Londres, é considerado o primeiro jornal periódico regular, publicado no mundo (<http://www.historicpages.com/nprhist.htm>).

novas, inexistentes em todos os meios impressos e audiovisuais surgidos no século XX.

### **Um garoto prodígio**

O desenvolvimento do jornalismo *on-line* foi vertiginoso ao longo dos últimos 10 anos, mas quase todos os que o praticam têm a sensação de que ele ainda está longe de materializar todas as suas potencialidades. A cada avanço, descobrem-se novas possibilidades ainda mais amplas.

Desde 1994, os números do crescimento do jornalismo *on-line* são impressionantes. Nenhuma outra modalidade de jornalismo cresceu tão rapidamente. Só para comparação, o telejornalismo gastou mais de 40 anos para se consolidar como um formato autônomo de jornalismo.

Nos Estados Unidos, em 1997, cerca de 50 milhões de norte-americanos acessavam regularmente a internet. Dois anos mais tarde, este total chegou aos 106 milhões, ou seja, 40% da população adulta do país, segundo dados citados por Pablo Boczkowski no livro *Digitizing the news*<sup>3</sup>. Em 2004, 68% da população norte-americana (cerca de 222 milhões de pessoas) navegavam pela *web* ao menos uma vez por semana<sup>4</sup>.

No Brasil, os dados mais recentes indicam em 2004 uma ciberpopulação de quase 20 milhões de pessoas, o que equivale a cerca de 10,8% da população. É muito pouco comparado com os países ricos, mas o que impressiona é o ritmo de 282% no crescimento da *web* no Brasil, entre 2000 e 2004, mais do dobro do índice norte-americano.

Como a procura por informações é a terceira atividade mais comum dos internautas conectados à *web*, o jornalismo *on-line* também cresceu aos saltos. Só no ano de 1996, o número de jornais *on-line* duplicou nos Estados Unidos. A *Newspaper Association of America* revelou que, em abril de 1998, mais de 750 jornais americanos ti-

---

<sup>3</sup> *Digitizing the News*, MIT Press, 2004.

<sup>4</sup> Dados obtidos em <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm>.

nham uma edição *on-line* e, um ano mais tarde, apenas dois dos 100 maiores jornais norte-americanos ainda não publicavam uma versão *on-line*<sup>5</sup>.

A revista *Editor & Publisher*<sup>6</sup> citou um estudo da empresa *Media Metrix* segundo o qual o índice de visitas a *sites* de jornalismo *on-line* aumentou em 130% em 1997, data a partir da qual começou a diminuir drasticamente a diferença de público leitor entre as versões *on-line* e impressas.

Em 1999, o *New York Times* admitiu que num dia normal o número de visitantes ao seu *site* era equivalente a um quarto do total de exemplares vendidos em banca. Quatro anos depois, as duas versões já eram lidas por quase o mesmo número de pessoas.

As pesquisas do respeitado *Pew Research Center for the People and the Press*<sup>7</sup>, dos Estados Unidos, mostram que em 1995 apenas 4% dos norte-americanos buscavam regularmente notícias na *web*. Três anos depois, este percentual subiu para 26% e em 2004 chegou a 70%.

Paralelamente a este crescimento vertiginoso na preferência do público, as redações *on-line* passaram por um processo igualmente radical em matéria de produção de notícias.

A cópia fiel das notícias impressas largamente usada nas redações *on-line* entre 1994 e 1996 começou a ser gradualmente substituída pelo material reprocessado ou reconicionado, que já incorporava um mínimo de ferramentas da *web* como *hiperlinks*, personalização dos conteúdos e referências a material de arquivo no *site*.

Mais ou menos nessa época, espalhou-se entre os executivos de grupos da mídia a idéia de que o jornalismo *on-line* poderia ser a fórmula ideal para cortar gastos nas redações e enfrentar a crise que se abateu sobre a grande imprensa a partir do final dos anos 1980, quando as receitas de publicidade e a circulação dos jornais despencaram de forma sustentável.

<sup>5</sup> Números citados por Pablo Boczkowski no livro *Digitizing the news*, p. 52.

<sup>6</sup> *Editor & Publisher*, exemplar de maio de 1998, p. 34.

<sup>7</sup> *Pew Research Center for the People and the Press* - <http://people-press.org/>

Esta percepção equivocada gerou uma forte reação dos jornalistas em relação ao novo meio, porque as demissões em massa jogaram sobre o jornalismo *on-line* a responsabilidade pelo desemprego de quase 10 mil profissionais em todo o Brasil e um enxugamento de quase 50% nas redações de jornais em todos os cantos do mundo, segundo dados do Online News Association<sup>8</sup>.

O mito da associação entre jornalismo *on-line* e desemprego na mídia levou anos para ser desfeito e só começou a cair quando as experiências sobre convergência de mídias e a proliferação de páginas noticiosas locais mostraram que em vez de reduzir o número de postos de trabalho, a nova modalidade de jornalismo tem um enorme potencial gerador de novos empregos.

O jornal Tampa Tribune, a emissora WFLA-TV e o portal de informações TBO.com, todos da cidade de Tampa, na Flórida, foram pioneiros numa experiência de integração radical de meios no ano de 2002. Um artigo publicado pela Online Journalism Review, da Faculdade de Jornalismo em Annenberg, sul da Califórnia<sup>9</sup>, revelou que o número de jornalistas contratados em meados de 2004 era maior do que quando a convergência de meios começou a ser aplicada. O que diminuiu foram os empregos na área administrativa e operacional.

Em 1998, a *web* começou a roubar anunciantes dos jornais impressos, especialmente na seção de classificados, começando pelos empregos para estender depois sua influência para os setores imobiliário e automobilístico. Hoje, cinco anos mais tarde, nos Estados Unidos, cerca de 90% dos anúncios relacionados ao mercado de trabalho já estão na *web*. Este fenômeno consolidou a segmentação no mercado das informações utilitárias e de serviços, que passaram a ser controladas por grupos independentes e sem vinculação a empresas jornalísticas convencionais.

A estas alturas o leitor já deve estar se perguntando por que há tantas informações sobre o jornalismo *on-line* nos Estados Unidos e

---

<sup>8</sup> *Online News Association*: associação que reúne os editores norte-americanos de *sites* jornalísticos na web <http://journalists.org>

<sup>9</sup> Ver detalhes em <http://ojr.org/ojr/business/1084948706.php>.

quase nada sobre o Brasil. A resposta é frustrante, porque, além de enfrentar a defasagem tecnológica, os problemas da exclusão digital e a falta de verbas, sofremos aqui de uma brutal ausência de dados da realidade e estatísticas comparadas.

Os primeiros manuais sobre redação e edição de notícias *on-line* só começaram a surgir no final dos anos 1990 e início do século XXI. Eram quase todos livros produzidos por profissionais que haviam migrado de jornais impressos para as redações virtuais ou jovens que sabiam tudo sobre programas baseados em linguagem HTML para edição de páginas *web*, mas tinham escassa experiência na produção de notícias.

Aos 10 anos de idade, o jornalismo *on-line* passou a ter que conviver com o problema da avalanche informativa que nenhuma outra modalidade de jornalismo enfrentou antes, nos 400 anos de história da imprensa.

À medida que os jornais de todo o mundo passavam a ter *sites* na *web*, ficou extremamente fácil ter acesso a informações sobre tudo o que estava acontecendo no planeta. Os jornais deixaram também de ser empreendimentos regionais para terem presença mundial. As fronteiras desapareceram e os jornalistas *on-line* tiveram alguma dificuldade para entender as conseqüências práticas desta mudança.

Outro fator que exigiu algum esforço de adaptação dos novos profissionais da *web* foi o horário de trabalho. Os fechamentos convencionais nas revistas, jornais, noticiários de rádio e TV foram substituídos por *deadlines* permanentes, coisa que até hoje ainda não foi bem digerida pelos donos de empresas jornalísticas com presença na internet.

O jornalismo 24/7<sup>10</sup> esbarrou inicialmente em problemas trabalhistas porque passou a exigir uma ampliação da jornada de trabalho nas redações. Mas provocou um debate ainda mais importante, relacionado ao novo conceito de notícia, surgido no bojo da informatização das redações.

---

<sup>10</sup> 24/7 é o jargão norte-americano para indicar um processo *non-stop* de produção de notícias durante 24 horas os 7 dias da semana, o ano inteiro.

## O novo conceito de notícia

Até o surgimento da *web* a agenda de notícias era determinada fundamentalmente pelos jornalistas. A decisão do que seria ou não definido como digno de publicação resultava de uma negociação entre o editor e o repórter, ou entre o jornalista e sua fonte de informação. Este processo, que ainda vigora nos jornais convencionais, envolvia um número reduzido de protagonistas.

Com a chegada da rede mundial de computadores, a agenda de notícias de um *site* jornalístico passou a ser determinada por um número cada vez maior de pessoas. A facilidade para enviar mensagens, participar em fóruns ou entrar em contato com formadores de opinião fez com que o monopólio de editores e repórteres na elaboração da pauta fosse rompido.

Com isto, a notícia passou a ser cada vez mais influenciada pelos usuários, pelos consumidores de informações. Além disso, em vez de ser o resultado de um processo vertical, onde a redação decidia e impunha a pauta, tornou-se a consequência de uma conversação, de troca de idéias, de consenso. Gradualmente os profissionais foram cedendo às pressões de leitores, cada vez mais participantes.

Como as pessoas participam em número e intensidade cada vez maiores na definição da agenda de notícias, inevitavelmente os consumidores de informações acabaram empurrando a pauta em direção aos assuntos locais e microlocais, de seu interesse mais direto<sup>11</sup>.

Antes da *web*, a notícia era vista como um produto acabado no momento em que era impressa ou transmitida por meios audiovisuais. Ela podia render desdobramentos (suítes) que na verdade eram considerados novas notícias. Além disso, ao ser publicada ou transmitida, a notícia *off-line*<sup>12</sup> tinha um período de vida muito curto e ia rapidamente para o arquivo, onde perdia quase todo o seu valor jornalístico.

---

<sup>11</sup> A maior parte das idéias expostas aqui sobre o novo conceito de notícia jornalística foi tirada do capítulo *When we were a print people* (Quando nós éramos um povo do papel), do livro *Digitizing the news*. Ver item 1 das notas de pé de página.

<sup>12</sup> O termo inglês *off-line* é usado como o oposto de *on-line* (virtual e analógico), ou seja notícia publicada ou transmitida através de meios físicos e analógicos.

As inovações tecnológicas na informática e na telemática permitiram, no entanto, que a notícia pudesse ser modificada infinitamente e de forma imediata. Isto trouxe algumas conseqüências importantíssimas, cujo alcance ainda não foi totalmente assimilado pelas redações *on-line*:

a) A notícia pode ser reescrita, através de um processo de autoria compartilhada, na qual colegas de redação, bem como leitores ou usuários, podem participar com sugestões, adendos e correções. Esta participação ainda incomoda muitos profissionais, porque está associada à idéia de falha pessoal, e não de um processo coletivo.

b) A autoria coletiva permite a contextualização ampliada da notícia, ou seja, a identificação de causas, conseqüências e interessados diretos. Estes fatores são cada vez mais essenciais na geração de percepções pelo público consumidor de informações<sup>13</sup>.

c) As notícias velhas ganharam uma sobrevida, teoricamente infinita, porque podem ser acessadas novamente de forma quase instantânea graças aos mecanismos de busca, permitindo a recombinação com informações novas. O arquivo deixou de ser um cemitério de informações para transformar-se num banco de dados dinâmico.

### **A crise de crescimento**

Nenhuma inovação tecnológica produziu tantas alterações no ambiente jornalístico desde o surgimento da imprensa há 400 anos quanto o uso combinado do computador e da internet na veiculação de informações.

Nas seções anteriores mostramos algumas das mudanças que alteraram a rotina das redações, mas o choque do futuro na vida dos jornalistas não ficou reduzido só ao uso de máquinas mais sofisticadas ou novas formas de comunicação com o público.

A própria profissão passou a ser questionada, na medida em que os jornalistas deixaram de ter o monopólio na publicação de notícias. A perda desta exclusividade reacendeu o debate, aqui no Brasil e no

---

<sup>13</sup> Falaremos adiante com mais detalhes sobre a importância da contextualização das notícias numa cobertura jornalística.

exterior, sobre as condições básicas para exercício da profissão, como obrigatoriedade de diploma, registro e experiência mínima.

A polêmica foi intensificada pela popularização, espantosamente rápida, de um tipo especial de página pessoal na *web* chamada *blog* ou *weblog*<sup>14</sup>, cuja principal característica é a eliminação de quase todas as barreiras técnicas para a publicação de conteúdos (textos, áudio e imagens estáticas ou dinâmicas) na internet.

Qualquer pessoa com acesso à internet passou a ter, potencialmente, a capacidade de transformar-se num *publisher*<sup>15</sup>, o que acabou atropelando os dispositivos legais e as exigências sindicais. Tornou-se impossível impedir que internautas comuns passassem a recolher, processar e distribuir notícias, principalmente depois que os telefones celulares passaram a transmitir também fotografias e até filmes.

Um jornalista amador, dono de um *blog*, ganhou a capacidade de publicar informações sobre sua rua, seu bairro, cidade ou até mesmo sobre seus passatempos preferidos. Além disso, dependendo de sua credibilidade, currículo ou visibilidade, pode opinar sobre praticamente qualquer assunto.

A proibição do exercício da profissão de jornalista tornou-se um exercício inútil e antipático. O debate sobre a exigência de diploma universitário, que se arrastava há mais de 20 anos no Brasil, acabou perdendo consistência, pois apontava para um beco sem saída. O mesmo sucedeu com a proposta de criação do controvertido Conselho Federal de Jornalismo.

Como sempre acontece quando algum tabu importante do jornalismo é questionado, a polarização de opiniões foi muito intensa e deu origem a idéias inovadoras, como a apresentada pelo professor Jay Rosen, diretor da Escola de Jornalismo da Universidade de Nova York, segundo o qual o jornalismo não é uma profissão, e sim

---

<sup>14</sup> Os *weblogs* surgiram por volta de 1999, mas ganharam o *status* de fenômeno depois de 2003 quando se multiplicaram com uma velocidade espantosa. No ano 2000, o número de *weblogs* em todo o mundo não passava de 10 mil. Três anos mais tarde saltou para meio milhão e no final de 2004 já chegava a cinco milhões, com um ritmo de crescimento estimado em 12 mil novos *weblogs* por dia.

<sup>15</sup> *Publisher* é a expressão inglesa para designar o editor responsável por uma publicação jornalística ou editora de livros.

uma atividade. Rosen, um veterano blogueiro<sup>16</sup>, levantou também a polêmica tese de que, por ser uma atividade, o jornalismo não tem donos e seus valores não podem ser determinados pelos empresários da mídia<sup>17</sup>.

A polêmica tornou-se passional às vésperas das eleições presidenciais norte-americanas em novembro de 2004 quando blogueiros<sup>18</sup> descobriram em questão de horas que documentos apresentados no programa 60 Minutos, da cadeia CBS, eram grosseiramente falsificados<sup>19</sup>. A rede de televisão foi posta numa situação extremamente difícil, tentou evitar um pedido de desculpas, mas acabou tendo que reconhecer que os blogueiros, que ela chamou de “jornalistas de pijama”, estavam certos.

O escândalo também conhecido como *Rathergate*<sup>20</sup> marcou o primeiro grande caso de uma inevitável politização da blogosfera. Os blogueiros republicanos foram os responsáveis pelas primeiras denúncias de fraude e rapidamente mobilizaram a opinião pública usando a visibilidade conquistada pelos *blogs*, adotados maciçamente pela esquerda e pelos liberais.

A grande imprensa, que a princípio fez de tudo para minimizar a importância dos produtores independentes de notícias, acabou cedendo e muitos jornais incorporaram *weblogs* em suas páginas *web*. O jornal carioca O Globo criou uma seção com *weblogs* pessoais de seus principais colunistas<sup>21</sup>.

O Wall Street Journal, um dos mais conservadores órgãos da imprensa norte-americana em matéria de relacionamento com a *web*,

---

<sup>16</sup> Jay Rosen edita o *blog* PressThink, considerado uma referência pelos jornalistas *on-line* (<http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/>).

<sup>17</sup> Os interessados podem consultar a versão portuguesa do polêmico texto de Jay Rosen, publicado no Observatório da Imprensa (<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=271ENO001>).

<sup>18</sup> Blogueiros é o nome popular dado aos editores e fanáticos por *blogs*.

<sup>19</sup> Mais detalhes numa matéria que publiquei na época no *site* do Observatório da Imprensa (<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=295ENO001>)

<sup>20</sup> *Rathergate* é uma alusão a Dan Rather, o veterano âncora da rede CBS que foi forçado a se demitir depois de apresentar o fatídico programa sobre os documentos falsos envolvendo o presidente George W. Bush.

<sup>21</sup> *Blogs* Globo Online (<http://oglobo.globo.com/online/blogs/Default.asp>).

também não resistiu à popularização dos *blogs*. O WSJ criou o seu próprio *weblog*, chamado OpinionJournal<sup>22</sup>, onde repórteres e editores do seu *staff* escrevem textos que fogem ao estilo seco e quase cirúrgico do jornal.

Um estudo do Pew Research Center para o projeto “*American life and internet*”<sup>23</sup> revelou que nos Estados Unidos já existem oito milhões de *weblogs* que dispõem de um público de 32 milhões de leitores constantes, dentro de um universo nacional de 12 milhões de internautas. São números impressionantes, comprovados por um crescimento de 54% só no ano passado. Mais incrível ainda é que seis milhões de norte-americanos se informam prioritariamente através dos sistemas de entrega de notícias atualizadas, chamado RSS<sup>24</sup>.

A multiplicação vertiginosa levou a rede de televisão norte-americana ABC a escolher os *blogs* como o fenômeno do ano de 2004. Não foram apenas os *blogs* de notícias e os sobre política que ganharam popularidade. Como é uma ferramenta que serve para muitos outros tipos de comunicação interpessoal, surgiram os *blogs* de empresas, de negócios, de ajuda mútua, filantropia e os educacionais. A lista é potencialmente infinita, levando em conta que o fenômeno surgiu na virada do século.

A consolidação dos *blogs* como formato popular para a publicação de notícias ainda não esgotou o debate sobre como será o jornalismo do futuro. Trata-se de uma discussão onde há mais dúvidas que certezas, onde as conjeturas predominam e existe uma enorme carência de pesquisas sobre a mudança de valores, crenças e percepções no mundo da comunicação jornalística.

Uma coisa parece, no entanto, fora de questão. O novo jornalismo vai ser muito diferente do que foi praticado desde o lançamento da Oxford Gazette<sup>25</sup>, o primeiro jornal do mundo impresso regularmente, em 1665, na Inglaterra, até hoje.

<sup>22</sup> *Opinion Journal* (<http://www.opinionjournal.com/best/>).

<sup>23</sup> Veja um resumo do informe em formato PDF ([http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_blogging\\_data.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_blogging_data.pdf)).

<sup>24</sup> RSS (*Real Simple Syndication*). Conheça detalhes em <http://www.rssficado.com.br/>.

<sup>25</sup> Mais detalhes sobre a Oxford Gazette em [http://www.history.rochester.edu/London\\_Gazette/](http://www.history.rochester.edu/London_Gazette/).

## O nanojornalismo

Na lista de novos nomes surgidos na esteira das transformações sofridas pelo jornalismo por conta da Internet, nenhum deles parece tão intrigante quanto a expressão nanojornalismo. O prefixo nano é originário da engenharia<sup>26</sup> e foi reconicionado por profissionais dotados de um sexto sentido marqueteiro para definir o velho e bom jornalismo local, feito através da *web*.

A miniaturização dos equipamentos, as facilidades de acesso através da ampliação da rede de telecomunicações e o crescimento do número de usuários da *web* geraram condições únicas para o fortalecimento do fluxo de informações sobre microrregiões geográficas como ruas, bairros, condomínios, estradas, fenômenos naturais localizados, *hobbies* muito específicos e notícias familiares, só para citar alguns exemplos.

Até agora a cobertura local era vista como uma forma menor de jornalismo, praticada por iniciantes, profissionais pouco qualificados ou em fim de carreira. Quase sempre estava associada a interesses político-partidários ou estratégias comerciais. Mas a avalanche informativa e a internet mudaram este cenário. O excesso de notícias internacionais e nacionais acabou saturando os leitores de jornais, que ao mesmo tempo procuravam notícias de sua cidade e de seus amigos, como provam os altos índices de leitura dos cronistas sociais em jornais.

Para praticar o nanojornalismo, basta ter um computador, um programa navegador, acesso à internet e alguma curiosidade. Nunca foi tão fácil buscar informações e compartilhá-las com vizinhos, parentes e amigos através da *web*. A idéia das comunidades virtuais<sup>27</sup> encontrou nesta modalidade de jornalismo *on-line* um complemento insubstituível.

---

<sup>26</sup> Nano é um prefixo usado para representar dimensões super-reduzidas, menores que as definidas pelo prefixo micro. A nanotecnologia trata dos processos internos dos *chips*.

<sup>27</sup> Comunidade virtual é o nome dado para grupos de pessoas que integram redes de computadores para participar de listas de discussão, fóruns de debates, trocar informações e ajuda mútua. Mais detalhes no livro *Virtual Communities*, de Howard Rheingold (<http://www.rheingold.com/vc/book/>). Um exemplo muito badalado de comunidade virtual é o *site* Orkut (<http://www.orkut.com>).

As facilidades técnicas não são a única razão para a rápida expansão do jornalismo local via internet. Há todo um ambiente político e social que está levando as pessoas a se distanciarem dos governos nacionais e regionais para dar mais atenção às questões locais.

A administração pública tornou-se complexa demais e o jogo de interesses, tão intenso que o cidadão comum não consegue mais entender e acompanhar a evolução dos problemas políticos e administrativos que afetam o seu cotidiano. Além do mais, os representantes do povo têm cada vez menos tempo para atender seus eleitores e acabam envolvidos pela dinâmica do poder, com o conseqüente distanciamento crescente em relação às comunidades de base.

A combinação de tecnologia acessível e distanciamento do poder, somada ao descrédito da imprensa convencional junto ao cidadão comum, criou condições para que o nanojornalismo acabasse virando sinônimo de jornalismo cidadão ou jornalismo comunitário.

Trata-se, potencialmente, de um processo de conseqüências imprevisíveis porque permite a incorporação de milhões de pessoas ao fluxo mundial de informações, uma pré-condição para a participação cidadã em decisões comunitárias e nacionais.

Esta nova área da comunicação está se transformando num ponto de convergência de adeptos do jornalismo *on-line*, especialmente nos Estados Unidos, onde pelo menos 10 jornalistas famosos trocaram as grandes redações pelo escritório doméstico, a maioria deles em cidades do interior.

O caso mais conhecido é o de Dan Gillmor, o mais lido colunista de tecnologia dos Estados Unidos, que trocou 10 anos de trabalho no jornal San Jose Mercury por um mergulho no desconhecido mundo do nanojornalismo, depois de escrever um livro<sup>28</sup> onde explorou a participação dos cidadãos comuns na produção, processamento e publicação de notícias.

Há também casos como o de Jeff Jarvis, um blogueiro<sup>29</sup>, ex-crítico de programas de TV e colunista do jornal San Francisco Exami-

---

<sup>28</sup> O livro de Dan Gillmor tem o título de *We the media* e foi publicado em agosto de 2004 pela O'Reilly Media Books. O livro pode ser baixado da *web* em versão html no *blog* <http://wethemedia.oreilly.com/>.

<sup>29</sup> Jeff Jarvis edita o *blog* BussMachine (<http://www.buzzmachine.com/>).

ner, que criou uma empresa chamada Advance.Net<sup>30</sup>, especializada em apoio a iniciativas de jornalismo local. Ou da Escola de Jornalismo da Universidade de Missouri, cujos alunos criaram uma das mais bem-sucedidas experiências acadêmicas sobre jornalismo comunitário. O jornal *on-line* MyMissourian<sup>31</sup> possui o seguinte *slogan*: “*news for Missourians, by the Missourians*” (“notícias para os habitantes de Missouri, escritas pelos habitantes de Missouri”).

Este *slogan* foi usado pela primeira vez na internet pelo jornal *on-line* sul-coreano OhmyNews<sup>32</sup>, considerado o pioneiro tanto na área do jornalismo-cidadão como na do jornalismo de código aberto, outro jargão marqueteiro surgido na comunicação via internet, no final dos anos 1990.

O OhmyNews foi criado em 2000 e começou como uma experiência de um grupo de jornalistas e não-jornalistas interessados em buscar novas formas de comunicação com a comunidade local. Hoje, o jornal *on-line* sul-coreano virou uma referência mundial não apenas por priorizar a agenda local, como pelo fato de ser uma das mais bem-sucedidas experiências com o chamado jornalismo de código aberto<sup>33</sup>, um sistema adotado também por publicações *on-line* como a revista de tecnologia Slashdot<sup>34</sup>, a enciclopédia Wikipedia<sup>35</sup> e o *site* de notícias alternativas Indymedia<sup>36</sup>.

Os conceitos de jornalismo-cidadão e de código aberto estão revolucionando o sistema de publicação de conteúdos na *web*, porque eliminam, total ou parcialmente, as funções de editor de pauta,

---

<sup>30</sup> Advance.Net (<http://www.advance.net/>).

<sup>31</sup> MyMissourian (<http://mymissourian.com/>).

<sup>32</sup> OhmyNews (<http://english.ohmynews.com/>), ou mais detalhes em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=275ENO001>.

<sup>33</sup> Código aberto é uma expressão herdada da engenharia de *software* que serve para designar um sistema sem segredos, totalmente transparente e capaz de ser reproduzido sem limitações técnicas ou legais.

<sup>34</sup> *Slashdot* é uma revista feita por especialistas em computação sobre novidades no setor (<http://slashdot.org/>).

<sup>35</sup> Wikipedia é uma enciclopédia virtual construída a partir de colaborações de seus leitores. Tem uma versão em português (<http://pt.wikipedia.org>).

<sup>36</sup> Indymedia é um *site* de notícias criado para troca de informações entre os participantes de manifestações antiglobalização de Seattle, de dezembro de 1999 (<http://www.indymedia.org/pt/index.shtml>). Há uma versão em português (<http://www.midiaindependente.org/>).

uma função que nos Estados Unidos é conhecida como *gatekeeper* (porteiro da notícia) e de revisor de estilo (copidesque).

A Wikipédia e a IndyMedia adotam um sistema radical, onde os textos vão direto para publicação na *web* sem interferência prévia de ninguém. As correções, adendos e eliminações são feitos a posteriori, segundo a opinião dos leitores. Já na revista SlashDot e no jornal *on-line* OhmyNews, um grupo mínimo de jornalistas profissionais faz uma seleção das matérias mais importantes enviadas por leitores/colaboradores.

O autor também assume responsabilidade integral sobre os textos publicados no caso dos *weblogs* que, como nos casos anteriores, podem ser corrigidos quase que instantaneamente pelo responsável.

### **A sociedade da reputação**

A quase totalidade das pessoas que ouvem falar pela primeira vez em código aberto ou autoria compartilhada imediatamente acaba fazendo uma pergunta inevitável: e quem garante a confiabilidade deste sistema? Como posso saber se as informações são confiáveis ou não?

São perguntas-chave, porque a sobrevivência dos veículos de comunicação está diretamente vinculada à sua credibilidade junto aos seus leitores, ouvintes, espectadores ou navegadores. É possível fraudar as necessidades e a confiança dos leitores durante algum tempo, mas nunca o tempo todo.

A imprensa sempre se apresentou como uma instituição acima de qualquer suspeita, ou seja, preocupada basicamente em transmitir a verdade aos integrantes das comunidades às quais ela se dirige. Trata-se de uma credibilidade auto-assumida, adquirida junto com o título de posse do veículo.

Errar sempre foi encarado como uma conseqüência inevitável do tipo de matéria-prima (a informação) usado pela imprensa. Mas nas últimas décadas a quantidade, freqüência e relevância dos equívocos e fraudes cometidos pelos jornais e jornalistas acabaram minando a credibilidade dos leitores nas suas principais fontes de informação.

Além disso, fenômenos, processos e interesses ganharam uma complexidade crescente, na medida em que aumentou a informação

disponível sobre cada um deles. A diversificação de fontes permitiu ao leitor entrar em contato com um número cada vez maior de percepções sobre a mesma notícia, o que complicou, sobremaneira, o trabalho dos jornalistas.

A contextualização da informação tornou-se o grande dilema dos profissionais, pois a identificação de causas, conseqüências, interesses e atores tornou-se, freqüentemente, tão ou mais importante que o fato em si. O problema é que a contextualização exige muito mais trabalho e qualificação do profissional, contrariando a tendência das empresas de cortar custos e enxugar redações.

O resultado inevitável desta combinação de sobrecarga de trabalho com redução de pessoal acabou se materializando numa enxurrada de escândalos envolvendo falhas graves na produção jornalística, até em respeitáveis veículos de comunicação, como o New York Times, considerado um ícone mundial de credibilidade e objetividade.

Quando a internet começou a mudar a rotina das redações e alterar os hábitos dos consumidores de notícias, ficou claro que a cultura tradicional sobre confiabilidade informativa também acabaria sendo afetada.

O velho sistema baseado na credibilidade institucional já não era mais suficiente para tranquilizar as pessoas, principalmente num ambiente em que a avalanche informativa gera uma enorme confusão e percepções contraditórias.

Hoje, mais do que nunca, as pessoas têm uma necessidade crítica de informações para tomar decisões, inclusive as mais simples, diante da diversidade de opções disponíveis. Há 50 anos, comprar uma máquina de escrever era uma tarefa elementar comparada ao desafio de ter que decidir entre dezenas de modelos, marcas e preços diferentes de computadores domésticos.

A busca de novos paradigmas de credibilidade na internet acabou levando ao desenvolvimento de sistemas que combinam o velho com o novo. É o caso dos sistemas de reputação, que usam o tradicional conceito de referência processado através de *softwares* sofisticadíssimos.

Este sistema já é usado por serviços ultrapopulares como o *site* de buscas Google, o mais usado pelos internautas do mundo inteiro.

Para classificar os resultados de uma busca com base na importância, o Google usa como parâmetro os *links* de cada página. Os *links* são tomados como índices de referência ou popularidade pelo Google, da mesma forma que as citações em trabalhos acadêmicos entram na avaliação da consistência do trabalho do autor.

Com mais de cinco bilhões de páginas indexadas, seria impossível aos internautas fazer buscas simples na *web* sem a ajuda dos sistemas de reputação, por causa da avalanche caótica de resultados.

O mesmo princípio da reputação é usado por um número cada vez maior de publicações *on-line* e empresas virtuais de comércio eletrônico, como o *site* eBay<sup>37</sup>, o ePinions<sup>38</sup> e a Amazon<sup>39</sup> (maior livraria virtual do mundo). Os leilões *on-line*, uma das formas mais dinâmicas de comércio eletrônico, seriam simplesmente inviáveis sem os sistemas de reputação, porque ninguém se arriscaria a comprar ou vender um produto de uma pessoa desconhecida, que está a milhares de quilômetros de distância.

Os sistemas de reputação começam agora a tornar-se cada vez mais populares também nos *sites* que trabalham com informação, especialmente os voltados para o jornalismo comunitário ou os que trabalham com *softwares* de autoria compartilhada. A grande diferença é que a resistência à mudança de culturas é maior na esfera do jornalismo e da informação do que na dos negócios.

Ninguém discute mais quando a livraria virtual Amazon faz sugestões de títulos baseadas nas opiniões de outras pessoas, mas as dúvidas ainda são grandes quanto ao uso do mesmo sistema na classificação de notícias. A principal resistência é causada pelo fato de que estamos migrando para um sistema de certificação de credibilidade baseado num coletivo humano, e não mais apenas numa marca de confiança, como uma empresa de comunicação.

No caso do jornal sul-coreano OhmyNews<sup>40</sup>, cerca de 35 mil cidadãos-repórteres enviam em média 200 notícias por dia, que são

---

<sup>37</sup> eBay, *site* especializado em leilões virtuais (<http://www.ebay.com>).

<sup>38</sup> ePinions, *site* especializado na comparação de preços entre lojas (<http://www.epinions.com/>).

<sup>39</sup> Amazon, a maior livraria virtual do mundo (<http://www.amazon.com>).

<sup>40</sup> Falamos do OhmyNews no subtítulo “Nanojornalismo”.

classificadas de forma automática e manual. Os 35 editores fixos do jornal fazem uma revisão sumária do material recebido quando ele é enviado por um autor não-cadastrado e o colocam na página *web*. A partir daí são os leitores que fazem o sistema funcionar através de críticas, elogios, sugestões e correções. Cada comentário recebido entra num sistema de gerenciamento de informações e é adicionado a uma ficha do autor da notícia e outra do autor da crítica ou elogio.

Quando o repórter-cidadão já é cadastrado como colaborador freqüente, sua notícia vai, em primeiro lugar, para o banco de dados, onde é avaliada pelo programa gerenciador de informações levando em conta os comentários recebidos. Se a média das referências for positiva, o material recebido ganha uma relevância maior do que outro, cujo autor não tem uma ficha tão brilhante.

Apesar das resistências culturais, os sistemas de reputação tendem a substituir gradualmente a certificação de credibilidade baseada na performance de instituições e de personalidades, como parâmetro de avaliação da confiabilidade de notícias jornalísticas.

Nos Estados Unidos, cerca de 33 milhões de internautas adultos já fizeram pelo menos uma avaliação de produto, serviço, pessoa ou informação. Isto equivale a mais ou menos 26% do total de norte-americanos que têm acesso à internet regularmente<sup>41</sup>.

A previsão é de que se multipliquem os *sites* de avaliação de credibilidade de notícias publicadas por diferentes veículos, já que os sistemas de reputação são usados até agora, basicamente, dentro de uma mesma página. Isto de alguma forma já acontece entre os *weblogs*, onde a lista dos endereços favoritos de cada blogueiro já é vista como uma referência de credibilidade.

### **Onde vamos parar?**

No decorrer da história humana, de tempos em tempos surgem inovações tecnológicas que conseguem colocar os conceitos e valores vigentes de pernas para o ar. Foi assim com o alemão Johann Guten-

---

<sup>41</sup> Pesquisa feita pelo *Pew Research Center* ([http://www.pewinternet.org/PPF/r/140/report\\_display.asp](http://www.pewinternet.org/PPF/r/140/report_display.asp)).

berg, que, ao inventar as máquinas de imprimir, em 1450, colocou também a pá de cal no monopólio do Vaticano sobre o conhecimento humano.

Mais de cinco séculos depois, em outubro de 1990, o engenheiro inglês Timothy John Berners-Lee<sup>42</sup> criou a *World Wide Web*<sup>43</sup>, um aplicativo que permite a troca de documentos digitalizados em linguagem de hipertexto através de computadores conectados à internet.

Ele queria apenas desenvolver um sistema de troca de conhecimentos entre cientistas espalhados pelo mundo, mas acabou descobrindo uma ferramenta de comunicação que está promovendo a maior revolução da história do jornalismo, e pode mudar a forma como as pessoas se relacionam com a informação.

Gutenberg não imaginou que sua invenção daria acesso à cultura para pessoas que não pertenciam à cúpula da Igreja. Berners-Lee tampouco se deu conta de que a *web* acabaria quebrando o monopólio dos jornalistas sobre a produção e distribuição de notícias.

Ambos podem ser considerados os dois maiores revolucionários da informação nos últimos cinco séculos. A grande diferença entre um e outro é o fato de que a imprensa de Gutenberg chegou ao limite de suas potencialidades enquanto as da *web*, de Berners-Lee, estão apenas começando a ser descobertas.

A colonização do espaço cibernético por empresas de comunicação criou as condições necessárias para o surgimento do jornalismo *on-line* e provocou mudanças no comportamento e nos valores da imprensa convencional, como mostramos em textos anteriores.

Mas a grande revolução, que está apenas começando, envolve a participação de segmentos cada vez maiores de toda a sociedade contemporânea no processo de produção, processamento e transmissão de notícias e informações. Além dos *weblogs*, dos veículos de autoria coletiva ou compartilhada como o OhmyNews e o Wikinews, há um tipo especial de comunidade virtual, as comunidades informativas, onde as pessoas trocam entre si notícias e informações.

---

<sup>42</sup> Biografia sumária de Berners-Lee em <http://www.bilkent.edu.tr/pub/WWW/People/Berners-Lee/Longer.html>.

<sup>43</sup> Saiba o que é a *web* em [http://pt.wikipedia.org/wiki/World\\_Wide\\_Web](http://pt.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web).

São milhares de grupos de amigos ou pessoas com algum interesse comum, que coletam informações de interesse do coletivo e as disponibilizam através do correio eletrônico, *weblog* ou lista de discussão, sem cobrar nada. É uma forma de filtrar a avalanche informativa e tornar menos angustiante a digestão das notícias.

Diante de tantas mudanças, era inevitável o surgimento de uma série de perguntas sobre o futuro da indústria da comunicação. As perguntas mais frequentes são: será que os jornais tradicionais vão desaparecer? A televisão vai se fundir com a internet? O que vai acontecer com os jornalistas?

### **O futuro dos jornais**

A maioria destas questões ainda não tem respostas definitivas, mas algumas possibilidades ganharam mais consistência que outras. Há poucas dúvidas de que os jornais convencionais sobreviverão ao impacto do jornalismo *on-line* e das comunidades informativas. A *web* não é um veículo excludente e sim integrador por natureza, mas os jornais terão que se adaptar a uma nova realidade. O que ninguém sabe ainda é como será esta adaptação.

A tendência predominante entre os grandes jornais é basear a sua rentabilidade futura mais na comercialização de informação processada do que na venda em bancas, assinaturas e publicidade. O arquivo de um grande jornal passou a ser o seu ativo mais valorizado, porque a digitalização permite que informações do passado sejam usadas para contextualizar notícias atuais. Além disso, dados históricos podem ser cruciais para a avaliação de investimentos corporativos ou iniciativas públicas.

Em compensação, os jornais regionais e locais tendem a explorar a prestação de serviços e a temática comunitária como instrumento de sustentação econômica de longo prazo. Neste caso, a convergência de meios de comunicação (impressos, audiovisuais e interativos) é mais importante do que no caso dos grandes jornais, porque a sustentabilidade dependeria mais de um conjunto de atividades do que de uma só.

A previsão é de que um jornal regional ou local dificilmente sobreviverá de forma isolada, porque seu retorno seria muito baixo em relação às despesas. Mas se ele estiver integrado num sistema convergente, a distribuição de receitas e despesas pode tornar-se mais equilibrada.

Se a batalha pela lucratividade está sendo muito difícil para a mídia convencional, no espaço cibernético a situação não é menos complicada. O grande desafio das empresas virtuais é sobreviver à atualização frenética da tecnologia. O ritmo da inovação caiu desde a virada do século, mas mesmo assim continua mais rápido do que a capacidade de acompanhamento da maioria das empresas vinculadas à internet.

Enquanto os jornais, emissoras de rádio e TV, agências de notícias, jornais e revistas impressos tentam ajustar receitas e despesas diante da redução continuada de seus respectivos públicos, a maioria dos projetos jornalísticos *on-line* ainda não conseguiu alcançar velocidade de cruzeiro para vôo solo. As razões são múltiplas, mas a principal parece ser o fato de que os usuários resistem a pagar pela leitura de notícias através da *web*. As pessoas acham que este é um serviço gratuito.

As pequenas e médias empresas da *web* também parecem condenadas a apostar na convergência de meios para tentar descobrir uma fórmula capaz de garantir a sua sobrevivência financeira. Não será uma tarefa fácil porque, apesar de a *web* ser um mercado em vertiginosa expansão, ele está sendo invadido por milhões de autônomos, que reduzem as margens de lucro.

### **Briga de gigantes na *web***

As grandes empresas instaladas no espaço cibernético já têm uma estratégia clara. Elas já estão brigando para criar bancos de dados sobre hábitos de consumo das pessoas. Por incrível que pareça, isto tem a ver com jornalismo sim, pois os mesmos *softwares* que permitirão anteciper a nossa lista de compras de supermercado para o próximo mês serão capazes de prever o tipo de notícias que as pessoas

preferem e que grau de interesse uma informação pode despertar num determinado segmento do público-alvo.

É o que gigantes como a Microsoft, o *site* de buscas Google e a livraria virtual Amazon estão fazendo. O Google já criou um sistema chamado Google News<sup>44</sup>, um noticiário editado automaticamente por *softwares* que varrem periodicamente mais de 4.500 jornais e revistas do mundo inteiro.

Combinando as informações sobre preferências de consumidores em matéria de informação, é fácil montar um jornal personalizado para cada indivíduo, usando apenas processos eletrônicos. Ou seja, entraríamos na fase do jornalismo sem jornalistas. A Amazon já consegue prever o tipo de livro que um cliente freqüente comprará tomando como base os hábitos de consumo do mesmo cliente e dos formadores de opinião que ele habitualmente consulta. Uma antevisão do que as três grandes podem gerar no futuro em matéria de customização da informação pode ser vista num ensaio de ficção chamado “Epic 2014”<sup>45</sup>.

A televisão comercial vai sofrer em médio prazo um impacto muito maior do que o vivido pela imprensa escrita a partir da virada do século XXI. Continuará existindo um sistema convencional formado por canais abertos grátis e canais fechados por assinatura (ambos no formato digital), mas a parte mais lucrativa migrará para o sistema de demanda, ou seja, as pessoas poderão escolher quais, quando e como assistirão seus programas preferidos, inclusive telejornais e documentários. O exercício destas opções, ao que tudo indica, será feito através de comandos digitais típicos da *web*, ou seja, a televisão tende a confundir-se com a internet.

## E os jornalistas?

O futuro dos jornalistas é ainda mais indefinido. Minha opinião é de que as modalidades tradicionais de exercício da atividade, vigen-

---

<sup>44</sup> Google News (<http://news.google.com/>).

<sup>45</sup> Detalhes em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=307ENO001>.

tes no início do século XXI, permanecem, mas terão uma participação percentual cada vez menor no contexto global da profissão.

Alguns segmentos do jornalismo que oferecem maiores perspectivas futuras podem ser os seguintes:

1. Processamento de informações: o jornalista funcionará como uma espécie de garimpeiro virtual buscando informações especializadas para incorporação em relatórios de inteligência ou reportagens investigativas<sup>46</sup>.
2. Produção multimídia: o profissional trabalhará simultaneamente com texto, áudio, vídeo e interatividade, num ambiente de convergência de veículos impressos, audiovisuais e cibernéticos.
3. Consultor de informações: o jornalista servirá como um tutor ou orientador de repórteres amadores na procura e contextualização de notícias de interesse das comunidades de informação.
4. Produtor autônomo: deve crescer aceleradamente o número de profissionais autônomos no mercado da informação *on-line*, uma tendência incentivada pelo fenômeno *weblog*. O maremoto no sul da Ásia durante o Natal de 2004 mostrou como os repórteres amadores podem ser mais ágeis e informar melhor do que os profissionais mais experientes, em tragédias de grandes proporções<sup>47</sup>.

### **A aposta na convergência**

O crescimento da *web* e a popularização do seu uso estão inevitavelmente empurrando os vários meios de comunicação para a convergência. Isto pode ser visto com muita clareza nos jornais *on-line*. Inicialmente eles eram puro texto. Depois foram incorporando doses crescentes de multimídia como fotografias, sons e vídeo. Isto obrigou os jornalistas dos vários meios a trabalharem juntos em projetos que usavam a convergência. O resultado é que começou a surgir uma cultura multimídia.

---

<sup>46</sup> A busca de informações na *web* é uma atividade altamente promissora porque há mais de cinco bilhões de páginas indexadas pelos mecanismos de buscas existentes no mercado.

<sup>47</sup> Mais informações em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos>

A convergência ainda é uma aposta, porque ela continua uma grande incógnita. Há várias experiências em curso, como é o caso do ambicioso projeto NewsPlex<sup>48</sup>, que pesquisa como os vários veículos de comunicação podem atuar de forma integrada. O projeto NewsPlex já desenvolveu inclusive um modelo de redação convergente.

Embora quase tudo ainda esteja por ser pesquisado, cresce a tendência entre os especialistas de definir o produto da convergência de meios como um novo meio, totalmente distinto das partes que o originaram. Os defensores desta tese usam o paradigma dos rios como justificativa. Quando dois ou mais rios se juntam para formar um terceiro, este é totalmente diferente.

Quando o jornalismo escrito converge com o audiovisual e o interativo, o produto final não guardaria nenhuma semelhança nem com um jornal ou revista, tampouco com um programa de televisão, e menos ainda com um noticiário radiofônico. Seria então um produto totalmente novo, genericamente tratado como mídia emergente em alguns círculos acadêmicos.

---

<sup>48</sup> NewsPlex: projeto patrocinado pela Universidade da Carolina do Sul e pelo IFRA, uma entidade que reúne dois mil jornais e revistas do mundo inteiro (<http://www.newsplex.org/home.shtml>).

# Controle social do telejornalismo\*

*Patrícia Maurício*

No segundo semestre de 2004, o governo federal apresentou duas propostas que causaram polêmica nas páginas dos jornais e nas ondas da TV e do rádio. A primeira poderia ter fortes efeitos no jornalismo de modo geral, o que inclui o de rádio e televisão. Era a criação do Conselho Federal de Jornalismo, proposta enviada pela Federação Nacional de Jornalismo (Fenaj) ainda no governo Fernando Henrique. Por ser uma autarquia, o conselho precisaria de um projeto de lei para ser criado. A segunda proposta aparentemente não teria relação com o jornalismo: era a minuta de projeto de criação da Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (Ancinav) e gerou tumulto talvez maior que a primeira.

Criticou-se à exaustão. E falou-se muito dos efeitos sobre o cinema. Mas a questão é que a Ancinav afetaria, e muito, o rádio e a televisão, através de um controle do conteúdo veiculado – o que acabou sendo retirado do texto da proposta. Censura era a principal palavra usada na mídia para descrever os efeitos das duas propostas. O que é natural num país como o nosso, traumatizado por duas décadas de ditadura militar, em que se censurava tudo, de questões políticas

---

\* Agradeço especialmente ao advogado João Luiz Faria Netto, que me orientou na legislação brasileira, e aos jornalistas Ricardo Boechat, diretor de Jornalismo do Grupo Bandeirantes de Comunicação; Inês Herzog, editora-chefe do Jornal do Rio da TV Bandeirantes; Luiz Guedes, editor-chefe do Cidade Alerta Rio da TV Record; e Renata Affonso, editora-apresentadora do Jornal SBT Rio, pelas entrevistas.

que, se reveladas, poderiam tornar a população menos condescendente com os governantes, até abobrinhas que irritassem o censor de plantão. Sem falar na era Vargas, só para ficarmos em épocas mais recentes.

Mas, independentemente da polêmica causada pelos dois projetos, muita gente já defendia e continuou defendendo o controle social da televisão, um meio-termo entre a censura e a atual situação no Brasil, um país onde há leis onde é possível entrar na Justiça contra uma emissora de televisão, mas onde não há um código de conduta específico nem um órgão regulador, a quem o “consumidor” de programação de TV possa reclamar ou dar sugestões.

Podemos entender como funciona este controle social estudando o caso da televisão de uma antiga e estável democracia, que ninguém acusa de censura. E depois vamos lembrar que tipo de controle legal já existe hoje sobre o telejornalismo brasileiro, espalhado entre Constituição, Lei de Imprensa, Código Civil, Código Penal, Estatuto da Criança e Adolescente e outras leis. O complicado para quem quer entender do assunto simplesmente lendo as leis é que existem algumas que ainda estão valendo, como a Lei de Imprensa, mas partes delas podem ser contrariadas pelo que está na Constituição, como veremos mais adiante.

## **O controle social da TV na Grã-Bretanha**

Na Grã-Bretanha existe um órgão chamado Ofcom (Office of Communication), criado em 2003 para englobar as funções exercidas pelo ITC e outros órgãos de controle das comunicações. O Ofcom, além de ser uma espécie de Anatel (fiscalizando, por exemplo, as companhias de telefonia móvel), regula e fiscaliza a programação de televisão e rádio comerciais. Sempre com base em leis debatidas à exaustão e aprovadas pelo Parlamento na década de 1990, como o *Broadcasting Act*, de 1990 (que trata de imparcialidade e de como a violência é retratada, entre outras questões), e o *Human Rights Act*, de 1998.

O Ofcom, que, em 2004, tinha 880 funcionários, é gerenciado por um conselho no qual o presidente e os membros não-executivos

são indicados, em conjunto, pelos secretários de Cultura, Mídia e Esporte, e de Indústria e Comércio. Os votos de todos, inclusive o do presidente do conselho, têm o mesmo peso. O chefe-executivo do conselho é indicado pelo presidente e por um assessor independente.

A partir da legislação, o Ofcom tem um código com padrões editoriais sobre o que a audiência tem o direito de esperar dos serviços de televisão comercial no Reino Unido: um padrão de qualidade para o conteúdo. Para obter licença de funcionamento, as emissoras (abertas e por assinatura, incluindo programas que vêm do exterior) devem estar de acordo com este código. Quando surge uma nova lei ou tratado internacional assinado pela Grã-Bretanha e que seja de alguma forma relacionado ao que é veiculado na televisão, o código pode ser revisto. Mas as emissoras não podem nunca desconhecer ou descumprir leis e tratados como a Lei das Discriminações Sexuais e as leis das Crianças e Jovens.

As emissoras são responsáveis por tudo o que veiculam, mesmo quando se trata de programas comprados de terceiros. O Ofcom monitora se o código está sendo seguido de duas maneiras: recebe reclamações do público e seus funcionários assistem aos programas. As reclamações e o posicionamento do Ofcom – concordando ou não com elas – são divulgadas no *site* do órgão. Além disso, pesquisas são feitas para perceber expectativas e reações do público. Elas ajudam no trabalho regulatório e na tarefa de interpretar e aplicar o código, inclusive checando se programas afetaram o comportamento e as atitudes dos espectadores.

Quando há infração, o órgão multa a emissora de forma proporcional ao dano causado e se há atenuantes ou agravantes como, por exemplo, ser reincidente. As emissoras também precisam ter um serviço de atendimento ao consumidor e reportar as reclamações ao Ofcom. Como sabe que é impossível escrever regras para todas as situações, o órgão regulador está aberto a consultas por parte das emissoras, ao mesmo tempo em que zela para que elas operem dentro do espírito do código. Ou seja, não vale dizer que tomou uma atitude porque não estava escrito em lugar algum que não podia, se tal atitude for contra a idéia geral defendida pelo código. Mas que

idéia é essa, afinal? O que pode e o que não pode? Como esta situação afeta o telejornalismo? Pelos títulos das seções do código já se pode ter uma idéia.

A Seção 1 tem um título que é auto-explicativo: *Política de audiência da família, ofensa ao bom gosto e à decência, como a violência é retratada e respeito pela dignidade humana*. Ela tem relação direta com o *Broadcasting Act* de 1990, que determinou que o ITC garantisse que as emissoras não incluíssem nada em sua programação que ofendesse o bom gosto e a decência, que encorajasse o crime, a desordem ou que ofendesse os sentimentos do público. Determinou ainda que existissem regras para mostrar violência (já que é inevitável que ela seja mostrada) e os sons sugestivos de violência. O objetivo é evitar que as pessoas se acostumem com atos violentos depois de os verem repetidamente. Evitar que haja estímulo à violência ou que algumas pessoas passem a ter mais medo da vida real do que o que seria razoável.

As regras variam de acordo com o horário, não apenas por causa da audiência infantil, mas também pela crença de que os espectadores se assustam ou se ofendem mais quando são pegos de surpresa por uma cena forte. Quanto mais tarde da noite, portanto, menos inesperado seria assistir a uma cena dessas. Antes das 21h, as emissoras não podem mostrar nada impróprio para crianças. O horário cai para as 20h no caso dos canais por assinatura, que podem ser escolhidos pelos assinantes. Quanto mais tarde, cenas mais fortes podem ser mostradas, até 5h30. E as emissoras devem levar em conta que as crianças vão dormir mais tarde nas férias escolares.

O Ofcom alerta que os noticiários devem seguir esta política, especialmente porque, de acordo com o órgão, está provado que as crianças são mais afetadas por cenas de violência da vida real – ou que pareçam da vida real – do que as de um contexto de fantasia, e mais ainda se forem cenas de conflitos domésticos. Comportamentos perigosos que possam ser imitados por crianças devem ser evitados. Quando houver cenas das mais fortes permitidas para o horário, a emissora deve dar um aviso antes de o programa começar.

Há regras também para que, ao retratar minorias e pessoas com deficiências, não haja preconceito. O código desce a minúcias como

determinar que um hipnotizador não apareça olhando diretamente para a câmera no ato de hipnotizar. Também estabelece o que classifica como “demonstrações de ocultismo” – como a invocação de espíritos. Em programas de não-ficção só podem aparecer num contexto de investigação legítima, e nunca antes das 21h. Deve haver cuidado também com efeitos luminosos que podem causar problemas em espectadores com epilepsia foto-sensível. Programas com este tipo de efeito devem ser editados ou nem ir ao ar. No caso de cobertura ao vivo, em que seja impossível ter o controle, deve haver um aviso antes.

A Seção 2 do código é intitulada *Privacidade, busca de informação, etc.* Esta seção reflete a defesa dos direitos à vida privada e de família e da liberdade de expressão, incluídos na Convenção Européia de Direitos Humanos e incorporados à lei britânica pelo *Human Rights Act* de 1998. O código ressalta que estes direitos não são maiores que os interesses da sociedade democrática, da segurança pública e nacional, da integridade territorial, da prevenção da desordem e do crime, da prevenção da saúde, da moral, da reputação e dos direitos de outros. O código determina que se deve evitar a divulgação de informação recebida em sigilo e preservar a autoridade e a imparcialidade do Judiciário. Todos os programas factuais, de acordo com o código, devem se pautar pela justiça e pelo respeito à verdade.

Na cobertura em lugares públicos, não é preciso obter permissão para uso da imagem na televisão. Em lugares semipúblicos como hospitais, fábricas ou lojas de departamentos, se a instituição concorda com a gravação, não é preciso haver permissão por parte dos indivíduos filmados ali incidentalmente. Quando uma pessoa é mostrada propositalmente, como um personagem, por exemplo, ou quando, embora anônima, ela esteja em situação delicada, é preciso ter sua autorização, a não ser que haja interesse público em mostrar a pessoa naquela situação. Em operações policiais ou oficiais em locais não-públicos com cobertura autorizada, o responsável pela filmagem deve avisar as pessoas que estão sendo filmadas assim que possível. Ou usar efeitos para que elas não sejam identificadas, a não ser em casos de pessoas culpadas de crime, objeto da operação.

Na cobertura de desastres naturais, acidentes ou violência, os responsáveis devem encontrar um equilíbrio para mostrar os fatos, gerar compaixão e o interesse público, sem descambar para o sensacionalismo e a invasão de privacidade. Perguntas insensíveis a parentes de vítimas, por exemplo, são condenadas pelo código. Câmeras e microfones escondidos – além da transmissão de grampos telefônicos – são aceitáveis apenas em casos de grande interesse público. O entrevistado deve ser informado do formato e tema dos programas em que sua entrevista irá ao ar. E mais: ele pode exigir uma confirmação por escrito, se for perguntado sobre crimes que possa ter cometido. Ele deve ser informado também caso haja alteração no programa que possa afetar as condições em que ele aceitou participar. A edição das entrevistas deve ser fiel ao que o entrevistado quis dizer.

Embora entrevistas de pessoas públicas e comuns em lugares públicos sejam normais, em locais onde as pessoas esperam ter privacidade como igrejas e restaurantes, se as entrevistas não tiverem sido agendadas, elas só devem ocorrer em caso de interesse público. Quando uma pessoa é acusada de crime, entrevistas inesperadas só devem ocorrer caso um pedido anterior tenha sido negado ou ignorado, ou quando há forte razão para não ter havido uma aproximação anterior. Quando vai ao ar uma acusação ou crítica forte a alguém ou a alguma organização, o programa não deve ir ao ar sem que o acusado possa expressar seu ponto de vista de forma justa. No caso de celebridades ou pessoas públicas filmadas sem saber, o programa precisa de seu consentimento para transmitir as imagens. Nas transmissões ao vivo, deve haver cuidado para não ofender.

Os cuidados com a aparição de crianças são inúmeros. Não se pode revelar detalhes sobre crianças vítimas de crimes sexuais, já que detalhes de diversos noticiários, quando combinados, podem levar à identificação da criança.

A Seção 3, denominada *Imparcialidade*, determina regras, revistas de tempos em tempos, sobre a imparcialidade devida em questões controversas. O Ofcom admite que, em determinados casos, todos os diferentes pontos de vista sobre uma questão devem estar representados num único programa e, em outros casos, é possível diluir

estes pontos de vista discordantes em programas ou reportagens em série, desde que estejam claramente ligados. Em programas em que pessoas expressam suas opiniões sobre questões polêmicas, as emissoras devem fazer o possível para que estas opiniões não se baseiem em premissas falsas; e devem garantir que uma ampla gama de pontos de vista apareça nestes programas ao longo do ano, de forma equilibrada, mesmo que não seja dado exatamente o mesmo tempo para cada um deles. Políticos na ativa não podem apresentar noticiários nem entrevistar pessoas, a não ser em casos claramente justificados, nos quais deve ficar explícito que o político pertence a um determinado partido.

A Seção 4 trata detalhadamente do tempo dos partidos políticos e do Parlamento nas emissoras de TV, mas, da mesma forma que a legislação brasileira em relação ao tema, isso não diz respeito ao jornalismo. Porém, diferentemente do Brasil, embora o controle do conteúdo seja dos partidos, as emissoras britânicas são responsáveis por garantir que não vá ao ar nada que fira o código, especialmente em relação à ofensa ao bom gosto e à decência, ou à lei como, por exemplo, os casos de difamação.

Na cobertura de campanha, deve-se dar o mesmo peso aos maiores partidos, assim definidos com base em fatores como a quantidade de votos em eleições anteriores, as evidências de apoio significativo e o número de candidatos. Deve haver cobertura dos partidos menores e candidatos independentes, mas não é preciso que eles tenham o mesmo tempo dos demais. O critério de imparcialidade devida deve ser observado, e há um considerável detalhamento nessa área. A apuração dos votos, por exemplo, só deve ser divulgada depois do seu encerramento. No período eleitoral, candidatos não podem atuar como apresentadores de noticiários ou programas, nem como repórteres.

A Seção 5 trata de *Terrorismo, crime, comportamento anti-social, etc.* Determina, entre outras coisas, que nada pode ser levado ao ar que encoraje o crime ou leve à desordem. Que só é permitido pagar por entrevistas de criminosos ou desordeiros quando há grande interesse público – não confundindo-o com “interesse do público” por fofoca – mas nunca com criminosos antes do fim da pena ou testemunhas antes do julgamento. Também não é permitido fazer pro-

messas de pagamento a entrevistados para depois do julgamento.

É preciso ter cuidado, segundo o código, ao mostrar pessoas ou grupos que defendem o uso da violência, como terroristas. Não se pode passar a impressão de que o programa apóia ou não vê mal nesses métodos. É proibido veicular qualquer informação sobre seqüestro ou rapto que coloque em risco as vítimas ou a negociação da libertação delas. Também deve haver muito cuidado, o que inclui ouvir conselhos da polícia, quando necessário, ao mostrar técnicas e métodos dos criminosos ou da polícia no combate ao crime. O mesmo critério se aplica às demonstrações detalhadas de uso de drogas.

Ao registrar operações da polícia, as emissoras não devem se posicionar como agentes da lei, e sim como testemunhas, embora do lado da lei. Em manifestações de rua, a presença da câmara pode encorajar incidentes que eventualmente não teriam ocorrido sem ela. Estes incidentes fabricados devem ser jogados no lixo ou apresentados como de fato foram. No caso de cobertura ao vivo, deve haver um esforço para mostrar os fatos dentro deste contexto de “fabricação”.

A *Broadcasting Standards Commission* (BSC), ou Comissão de Padrões de Transmissão, recebe reclamações do público em relação ao descumprimento do código, no que diz respeito a tratamento injusto, privacidade, exibição de atos violentos, conduta sexual, bom gosto e decência. Algumas reclamações podem ser consideradas casos para a Justiça, outras são recusadas por serem consideradas frívolas. As demais são encaminhadas para o Ofcom. A emissora em questão é obrigada a entregar uma cópia do programa à BSC, sua transcrição e uma resposta inicial às queixas.

O Ofcom deve manter a BSC informada de qualquer medida tomada. Nas reclamações sobre tratamento injusto ou privacidade, a BSC pode decidir por uma reunião entre as partes – o reclamante, o Ofcom e a emissora. Pode também haver reuniões desse tipo em casos de reclamação sobre a veiculação de violência e sexo. As emissoras são obrigadas a anunciar a existência da BSC e do Ofcom.

As penalidades são definidas pelo próprio Ofcom, transformado em órgão responsável pelas multas pelo *Communications Act*, em 2003. As multas são aplicadas caso a caso, levando em conta a se-

riedade da contravenção, se há reincidência e se a ameaça de punição será um incentivo suficiente para o cumprimento do código. O Ofcom também verifica se a emissora teve ganho – financeiro ou de outro tipo – ao descumprir o código, o nível de dano causado e a duração da contravenção, e outros itens. Podem diminuir a pena ações como contribuir com a investigação do Ofcom e tomar medidas para remediar as conseqüências da contravenção.

### **A legislação brasileira**

Neste trecho, peço a paciência do leitor porque é importante conhecer, em detalhes, o que diz a lei para evitar futuras dores de cabeça no exercício da profissão. A legislação brasileira para o telejornalismo – e para o jornalismo em geral – tem por base a Constituição Federal de 1988. O capítulo V trata da Comunicação Social e começa da seguinte forma:

Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo, não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição.

§1º Nenhuma lei conterà dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV.

§2º É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística.

No artigo 5º citado acima estão as chamadas cláusulas pétreas da Constituição, que não podem ser alteradas, aquelas que asseguram os direitos da cidadania: o inciso IV diz que é vedado o anonimato; o inciso X determina que “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação”; o inciso XIII estabelece a necessidade de diploma para o exercício do jornalismo, ao afirmar que “é livre o exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabe-

lecer”; no inciso XIV, “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”. Por conta deste último item, o poder público é obrigado a atender ao jornalista, para que a população tenha acesso ao que estão fazendo no poder aqueles a quem elegeru. O inciso V veremos a seguir.

Antes da Lei de Imprensa (nº 5.250, de 09/02/1967), os chamados delitos de opinião eram tratados no Código Penal pelos crimes de injúria, calúnia e difamação – e o código era mais duro que a Lei de Imprensa, com exceção dos artigos da lei que tratavam da defesa do Estado, com restrições ao exercício da liberdade, típicas da ditadura que a Constituição atual eliminou. Muito criticada até hoje, a Lei de Imprensa está mutilada de muitos artigos que os tribunais têm entendido não terem sido recepcionados pela Constituição. No Congresso, há mais de 10 anos discute-se um projeto propondo nova Lei de Imprensa (com contribuições da OAB), mas a sua tramitação vem sendo prejudicada pelo jogo político e por alguns setores que se sentem prejudicados pelas críticas que recebem da imprensa. Entre os pontos polêmicos está o projeto de lei da mordaza, que veda ao funcionário público, especialmente aos procuradores de Justiça, o direito de dar entrevistas à imprensa sobre fatos de interesse da população. Com alguns excessos, reconheça-se, é do poder público que vem a maior contribuição ao chamado jornalismo investigativo, que, no país, vem colaborando nas denúncias de desvios no exercício do poder.

É importante entender a conceituação dos chamados delitos de opinião pela Lei de Imprensa. São eles:

### *Calúnia*

Art. 20. Caluniar alguém, imputando-lhe falsamente fato definido como crime:

Pena: detenção, de 6 meses a 3 anos, e multa de 1 a 20 salários mínimos da região.

§1º Na mesma pena incorre quem, sabendo falsa a imputação, reproduz a publicação ou transmissão caluniosa.

§2º Admite-se a prova da verdade, salvo se do crime imputado, embora de ação pública, o ofendido foi absolvido por sentença irrecorrível.

§3º Não se admite a prova da verdade contra o presidente da República, o presidente do Senado Federal, o presidente da Câmara dos Deputados, os ministros do Supremo Tribunal Federal, os chefes de Estado ou de Governo estrangeiro, ou seus representantes diplomáticos.

### *Difamação*

Art. 21. Difamar alguém, imputando-lhe fato ofensivo à sua reputação.

Pena: detenção, de 3 a 18 meses, e multa de 2 a 10 salários mínimos da região.

§1º A exceção da verdade somente admite:

- a) se o crime é cometido contra funcionário público, em razão das funções, ou contra órgãos ou entidade que exerça funções de autoridade pública;
- b) se o ofendido permite a prova.

§2º Constitui crime de difamação a publicação ou transmissão, salvo se motivada por interesse público, de fato delituoso, se o ofendido já tiver cumprido pena a que tenha sido condenado em virtude dele.

### *Injúria*

Art. 22. Injuriar alguém, ofendendo-lhe a dignidade ou decoro.

Pena: detenção, de 1 mês a 1 ano, ou multa de 1 a 10 salários mínimos da região.

*Parágrafo único:* o juiz pode deixar de aplicar a pena:

- a) quando o ofendido, de forma reprovável, provocou diretamente a injúria;
- b) no caso de retorsão imediata, que consista em outra injúria.

Há, na Lei de Imprensa ainda em vigor, a responsabilidade penal e civil, além do direito de resposta, sendo que a resposta deve ser en-

viada pelo ofendido (ou dada pessoalmente no ar) em até 60 dias da transmissão, caso contrário ele perde o direito. O ofendido também perde o direito se entrar com ação civil ou penal. Para os estudiosos da matéria, o direito de resposta equilibra o poder inquestionável dos meios de comunicação nas sociedades modernas. A indenização da Lei de Imprensa trata da reparação moral, mas o ofendido também pode pedir indenização por dano material, caso o comprove – como aconteceu no episódio da Escola Base, uma escola particular de São Paulo que fechou depois de falsas notícias sobre atos de corrupção de menores.

A Lei de Imprensa limitava a indenização por dano moral entre 2 e 20 salários mínimos, sendo que a empresa jornalística pagaria até 10 vezes o que o jornalista fosse condenado. Após a Constituição de 1988, no entanto, a Justiça tem entendido de modo diferente. O artigo 5º da Constituição, inciso V, assegura “o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem”. O entendimento da Justiça foi de que não apenas o direito de resposta, mas também a indenização, teria que ser proporcional ao agravo. As primeiras indenizações que fugiram da tarifação da Lei de Imprensa foram de ações de membros do poder judiciário que se consideraram ofendidos pelo noticiário. Algumas delas foram superiores a R\$ 1 milhão. Continua valendo, porém, o princípio de que, se o ofensor se retratar antes do processo judicial, ele não será penalizado.

A Lei de Imprensa também foi usada no caso do apresentador Gugu Liberato. Embora estejam longe de ser noticiários, programas como o de Gugu (Domingo Legal) e o do apresentador Carlos Massa, o Ratinho, ambos no SBT, se utilizam de reportagens, ou seja, também incluem telejornalismo. No caso específico do Domingo Legal, o programa de 14 de setembro de 2003 exibiu uma entrevista com dois supostos membros da facção criminosa paulista conhecida como “Primeiro Comando da Capital” (PCC). Os supostos bandidos ameaçavam matar políticos e personalidades, mas foram desmascarados nos dias que se seguiram ao programa. A equipe responsável pela falsa reportagem foi indiciada pela polícia com base no artigo 16 da Lei de Imprensa, que prevê prisão de um ano ou pena alternativa

para quem publicar ou divulgar notícias falsas ou fatos verdadeiros truncados ou deturpados.

A partir de ação do Ministério Público Federal, a edição seguinte do programa Domingo Legal foi impedida pela Justiça de ir ao ar, como punição pelo abuso anterior. Todas as emissoras de televisão e os órgãos de imprensa ligados a elas classificaram o fato como censura prévia, tendo o apoio do então ministro da Justiça, Márcio Thomaz Bastos. O procurador-geral da República, Claudio Fonteles, no entanto, apoiou os procuradores. Em novembro do mesmo ano, o Tribunal de Alçada Criminal de São Paulo concedeu *habeas corpus* em favor do apresentador Gugu Liberato, menos de uma semana depois de ele ter sido indiciado pela juíza Izabel de Castro, da 2ª Vara Criminal de Osasco (SP). O artigo 16 e os seguintes a ele, que também tratam de notícias, estão abaixo:

Art. 16. Publicar ou divulgar notícias falsas ou fatos verdadeiros truncados ou deturpados, que provoquem:

I - perturbação de ordem pública ou alarma social;

II - desconfiança no sistema bancário ou abalo de crédito de instituição financeira ou de qualquer empresa, pessoa física ou jurídica;

III - prejuízo ao crédito da União, do Estado, do Distrito Federal ou do Município;

IV - sensível perturbação na cotação das mercadorias e dos títulos imobiliários no mercado financeiro.

Pena: de 1 a 6 meses de detenção, quando se tratar do autor do escrito ou transmissão incriminada, e multa de 5 a 10 salários mínimos da região.

*Parágrafo único:* nos casos dos incisos I e II, se o crime é culposo:

Pena: detenção de 1 a 3 meses, ou multa de 1 a 10 salários mínimos da região.

Art. 17. Ofender a moral pública e os bons costumes:

Pena: detenção, de 3 meses a 1 ano, e multa de 1 a 20 salários mínimos da região.

*Parágrafo único:* divulgar, por qualquer meio de forma a atingir seus objetivos, anúncio, aviso ou resultado de loteria não autorizada, bem como de jogo proibido, salvo quando a divulgação tiver por objetivo inequívoco comprovar ou criticar a falta de repressão por parte das autoridades responsáveis:

Pena: detenção de 1 a 3 meses, ou multa de 1 a 5 salários mínimos da região.

Art. 18. Obter ou procurar obter, para si ou para outro, favor, dinheiro ou outra vantagem, para não fazer ou impedir que se faça publicação, transmissão ou distribuição de notícias:

Pena: reclusão, de 1 a 4 anos, e multa de 2 a 30 salários mínimos da região.

§1º Se a notícia cuja publicação, transmissão ou distribuição se prometeu não fazer ou impedir que se faça, mesmo que expressada por desenho, figura, programa ou outras formas capazes de produzir resultados, for desabonadora da honra e da conduta de alguém:

Pena: reclusão de 4 a 10 anos, ou multa de 5 a 50 salários mínimos da região.

§2º Fazer ou obter que se faça, mediante paga ou recompensa, publicação ou transmissão que importe em crime previsto na lei:

Pena: reclusão de 4 a 10 anos, ou multa de 5 a 50 salários mínimos da região.

Art. 19. Incitar a prática de qualquer infração às leis penais:

Pena: um terço da prevista na lei para a infração provocada, até o máximo de 1 ano de detenção e multa de 1 a 20 salários mínimos da região.

§1º Se a incitação for seguida da prática do crime, as penas serão as mesmas cominadas a este.

§2º Fazer apologia de fato criminoso ou de autor de crime:

Pena: Detenção, de 3 meses a 1 ano, ou multa de 1 a 20 salários mínimos da região.

Como instrumento para processar jornalistas, existe também o novo Código Civil brasileiro, que entrou em vigor em janeiro de 2003. Seu capítulo II trata dos direitos da personalidade – um tema ainda não muito comentado, mas que tem um considerável potencial de polêmica. O artigo 12, por exemplo, diz que “pode-se exigir que cesse a ameaça, ou a lesão, a direito da personalidade, e reclamar perdas e danos, sem prejuízo de outras sanções previstas em lei”. Ou seja, se a pessoa se sentir lesada em sua imagem, boa fama, etc., pode pedir na Justiça que a imprensa pare de citá-la. Se a pessoa já tiver morrido, qualquer parente em até quarto grau pode fazer o mesmo. O artigo 17 diz ainda que “o nome da pessoa não pode ser empregado por outrem em publicações ou representações que a exponham ao desprezo público, ainda quando não haja intenção difamatória”. Curiosamente, nem no artigo 12 nem no artigo 17 há qualquer ressalva para criminosos. E o artigo 20 afirma que “salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais”. O artigo seguinte afirma que a vida privada é inviolável. Como o código é novo, ainda não há jurisprudência desses artigos, ou seja, não há casos julgados que sirvam de base para novos julgamentos.

Para terminar esta rápida pincelada na legislação, há também a lei 9.610/98, que trata dos direitos autorais e dos que lhe são conexos. Segundo ela, os meios de comunicação constituem obras coletivas nas quais é assegurado o direito individual de autoria, com a exploração econômica dos organizadores, no caso, os editores. Quando se reproduz pequenos trechos citando a fonte, não se está ferindo o direito autoral. A lei assegura o direito moral – de ser reconhecido como autor da obra – e o material – usufruir do retorno financeiro. O direito sobre a obra jornalística assinada retorna ao autor em 20 dias após a publicação.

O jornalismo está sujeito, ainda, à legislação que trata de questões específicas, como a que protege crianças e adolescentes, os prin-

cípios pétreos que vedam as discriminações de qualquer natureza, a legislação que trata da organização econômica do país etc. Praticar ou induzir discriminação de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional, por exemplo, são crimes punidos com dois a cinco anos de prisão e multa (leis 7.716/89 e 9.459/97).

No Estatuto da Criança e do Adolescente, de 1990, vale destacar três artigos:

Art. 17. O direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral da criança e do adolescente, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, dos valores, idéias e crenças, dos espaços e objetos pessoais.

Art. 18. É dever de todos velar pela dignidade da criança e do adolescente, pondo-os a salvo de qualquer tratamento desumano, violento, aterrorizante, vexatório ou constrangedor.

Art. 247. Divulgar, total ou parcialmente, sem autorização devida, por qualquer meio de comunicação, nome, ato ou documento de procedimento policial, administrativo ou judicial relativo a criança ou adolescente a que se atribua ato infracional:

Pena: multa de 3 a 20 salários de referência, aplicando-se o dobro em caso de reincidência.

§1º Incorre na mesma pena quem exhibe, total ou parcialmente, fotografia de criança ou adolescente envolvido em ato infracional, ou qualquer ilustração que lhe diga respeito ou se refira a atos que lhe sejam atribuídos, de forma a permitir sua identificação, direta ou indiretamente.

§2º Se o fato for praticado por órgão de imprensa ou emissora de rádio ou televisão, além da pena prevista neste artigo, a autoridade judiciária poderá determinar a apreensão da publicação ou a suspensão da programação da emissora até por dois dias, bem como da publicação do periódico até por dois números.

Finalmente, pela fragilidade da Lei de Imprensa – negada até por áreas consideráveis do jornalismo –, tem constituído estratégia de advogados de supostos ofendidos pela imprensa deixar de usar

esta lei, que tem ritos que podem beneficiar o possível ofensor, em prol do Código Penal. Alguns juízos e tribunais têm aceitado tal manobra, embora os tribunais superiores, por suas decisões – com exceção do caso da tarificação – mantenham o entendimento de que os delitos de opinião praticados através dos meios de comunicação devam ser tratados pela Lei de Imprensa.

O jornalismo está, ainda, sob o que estabelecem os tratados internacionais assinados pelo Brasil, como a Convenção Internacional sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Racial (1966) e declarações multilaterais, como a Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948).

### **O dia-a-dia**

No telejornalismo tradicional, dos noticiários, a situação, no que diz respeito à ética e à lei, está razoavelmente sob controle nas emissoras comerciais brasileiras. A TV Globo, depois da polêmica sempre lembrada da edição do Jornal Nacional para o debate Collor x Lula (1989), tem cuidado redobrado, especialmente em época eleitoral. No Jornal SBT Rio, a editora e apresentadora diz que existem regras básicas que os jornalistas têm que seguir, como ouvir os dois lados, não identificar menores nem pessoas que fazem denúncias ou em situação de risco. “Isso é tarefa do repórter, mas, se ele não faz, fazemos aqui, botando mosaico”.

As emissoras também seguem à risca a legislação eleitoral, para evitar ações de candidatos na Justiça. Pela lei, é proibido, a partir de 1º de julho do ano eleitoral, qualquer tratamento privilegiado a candidatos ou divulgar programas de TV com alusão a eles, a não ser nos programas jornalísticos e debates políticos. A partir de 1º de agosto, é proibido transmitir programa apresentado ou comentado por candidato. Na falta de uma pesquisa qualitativa, a emissora se baseia em telefonemas, e-mails e na experiência dos jornalistas para saber o que o público quer do noticiário.

No Departamento de Jornalismo da TV Bandeirantes, não existem um código de ética específico ou recomendações especiais. Vale mais o bom senso dos jornalistas. O que há são recomendações das

chefias para uma ou outra questão específica que aquelas chefias (e não a emissora como um todo) consideram importante. Exemplo: como a maioria dos espectadores não tem como pagar por espetáculos, o Jornal do Rio só cobre espetáculos gratuitos ou muito baratos. E a editora-chefe do noticiário procura encerrá-lo com matérias de comportamento ou cultura, porque pesquisas mostraram que os espectadores se sentem mal quando o noticiário acaba com violência.

O cuidado com a ética e a lei no dia-a-dia não significa que escorregões, e mesmo a defesa de interesses particulares, não possam ocorrer em qualquer emissora. Em jornalismo, existe sempre o perigo de o órgão de comunicação determinar como tal pessoa ou assunto deve ser tratado no noticiário, levando em conta não o interesse do público, mas sim interesses econômicos e ideológicos da própria empresa. Apesar disso, a situação hoje é bem melhor do que foi no passado recente. O problema ético vai aparecer com mais intensidade nos programas jornalísticos policiais e também em programas de variedades que fazem uso do jornalismo. Programas como Cidade Alerta e Brasil Urgente são recorrentes no “*ranking* da baixaria” elaborado pela Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados.

Na Record do Rio de Janeiro, a equipe do Informe Rio, o noticiário local, se viu, com o fim do noticiário em 2004, trabalhando para o novo Cidade Alerta Rio. O editor-chefe explica que o programa procura evitar sangue, e não mostra corpos. Ele garante que não faz matéria de suicídio, para não estimular, nem quando há situação de constrangimento para menor. Matérias de apelo mostrando crianças com doenças raramente entram. Porém, estas matérias são passadas para o programa Verdade do Povo, da mesma emissora, com o mesmo apresentador, e são exibidas. Em matérias de denúncia, o Cidade Alerta Rio coloca mosaico ou outro efeito para distorcer o rosto do denunciante. Ainda assim, o editor-chefe afirma que, em função da audiência, usa imagens que chocam, porque o bizarro, segundo ele, sempre atrai. Pessoalmente, ele acha que esse tipo de programa vai acabar, mas é contra controle externo, pois, em sua opinião, isso feriria a liberdade de imprensa, o direito de informar.

Programas desse tipo, a maior parte vindos de São Paulo, mostrando violência e acidentes locais, exploram ao máximo o conteúdo dramático das cenas, mostram repetidas vezes imagens chocantes – sublinhadas por uma locução que dá ainda mais dramaticidade – e, muitas vezes, se colocam como paladinos da justiça. Os problemas não são necessariamente resolvidos, mas acredita-se que o íbope esteja garantido. E justamente em horário em que crianças estão assistindo televisão, no fim da tarde. Com pais trabalhando fora e muitas vezes pouca ou nenhuma alternativa de diversão para os filhos, dificilmente se pode dizer que o melhor controle para a situação é o controle remoto.

A Constituição, no artigo 21, inciso XVI, determina que compete à União “exercer a classificação, para efeito indicativo, de diversões públicas e de programas de rádio e televisão”. E o artigo 220 diz, entre outras coisas, que cabe ao poder público estabelecer horários compatíveis com a faixa etária para espetáculos públicos e “estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221” – sendo que o artigo 221 afirma que a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão devem respeitar os valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Até hoje não foi feita lei federal para regulamentar esta questão da ética e dos valores da pessoa e da família, mas a classificação por horários, de acordo com a faixa etária, foi determinada pelo Estatuto da Criança e do Adolescente. Diz o artigo 76: “As emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infanto-juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas”. Caso haja espetáculo em horário diverso do autorizado ou sem aviso de sua classificação, a emissora recebe uma multa que vai de vinte a cem salários de referência, duplicando em caso de reincidência e a programação pode ser suspensa por até dois dias.

Quem faz a classificação é um departamento do Ministério da Justiça, com a consultoria do Comitê Interinstitucional para Classificação Indicativa de Filmes, Programas Televisivos, Espetáculos Públicos e Jogos Eletrônicos e de RPG, formado por representantes

não-remunerados de 13 órgãos ou entidades. Programas que não são recomendados para menores de 12 anos devem ser exibidos após 20h; para menores de 14 anos, após 21h; para menores de 16 anos, depois de 22h; e para menores de 18, após 23h. Programas classificados como de indução ao sexo só podem ser transmitidos entre meia-noite e 5h.

Mas, de acordo com o advogado especializado em direito da comunicação João Luiz Faria Netto, não há previsão legal de punição para transmissão fora do horário estabelecido. “O entendimento está dividido: para uns, constitucionalmente, a classificação é orientadora de pais e responsáveis, que, no exercício do pátrio poder, permitem ou não a televisão quando a indicação é contrária à idade dos filhos. O *dial* é o controle atual, até que um aparelho, que será obrigatório no futuro, bloqueie a transmissão; a outra corrente entende que o Ministério da Justiça deva encaminhar a infração ao ministério público, que tem o Estatuto da Criança e do Adolescente como instrumento de punição”, explica. Segundo o advogado, esqueceram de um instrumental: as concessões são por prazo de 15 anos e podem ser renovadas ou não. Antes de renovar, o poder público deve levar em conta se o concessionário (emissora) respeitou a finalidade constitucional (preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas etc.). “Há, ainda, no Congresso, um Conselho de Comunicação, integrado por especialistas e membros da comunidade, que deve ser ouvido. O importante é encontrar o equilíbrio, que evite a tentação totalitária, mas incentive a qualificação dos programas”, concluiu o advogado, que, entre outras atividades ligadas ao tema, participou da elaboração do anteprojeto da nova lei de imprensa.

### **Tentativas de auto-regulamentação**

Há tentativas de auto-regulamentação tanto do lado dos patrões quanto dos empregados das empresas jornalísticas. Do lado patronal, existe o Código de Ética da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), que é mais voltado aos programas que ao telejornalismo. O problema é que, ao longo dos anos, tem havido muita divergência entre as emissoras, o que tem comprometido tanto sua representatividade quanto sua capacidade de ação.

Do lado dos jornalistas, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) entregou proposta de uma autarquia – o Conselho Federal de Jornalismo – ao governo, ainda na gestão Fernando Henrique. O conselho seria baseado no Código de Ética da categoria, aprovado em assembléia. A proposta, finalmente apresentada ao Congresso pelo governo Lula em 2004, caiu no cenário político como uma bomba. Melhor dizendo, foi bombardeada pelas empresas de comunicação, que a classificaram como censura, enquanto seus defensores alegavam que seria um controle ético do trabalho dos jornalistas.

De nada adiantou a Fenaj apresentar proposta trocando o nome para Conselho Federal dos Jornalistas e tirando qualquer traço de ingerência estatal no conselho, a ser eleito pelo voto dos jornalistas. O projeto foi rejeitado por acordo de lideranças na Câmara, sob protestos da Fenaj de que o relator, deputado Néelson Proença (PPS-RS), era proprietário de uma rede de rádios no Rio Grande do Sul e “histórico defensor dos donos da mídia”.

Uma forma efetiva de auto-regulamentação, auto-análise ou algo no gênero é a instituição do *ombudsman*, uma espécie de ouvidor independente. Em junho de 2004, a TV Cultura de São Paulo foi a primeira emissora brasileira a ter um *ombudsman*, para ouvir sugestões e reclamações dos espectadores, dar respostas e fazer críticas à programação, zelando pela qualidade tanto na Rádio quanto na TV Cultura. O mandato do *ombudsman* é de um ano, renovável por mais dois, e ele não pode ser demitido nem substituído. A princípio, o atendimento foi por carta ou pelo *site* da Cultura, mas estava prevista a instalação de uma linha telefônica gratuita.

Para se ter uma idéia do trabalho do primeiro *ombudsman*, o experiente jornalista Osvaldo Martins, basta ver o que entrou no *site* da TV Cultura no dia 28 de dezembro de 2004. Em seu comentário, o *ombudsman* falou sobre as modificações que a Cultura pretendia fazer na programação em 2005, levantou possibilidades de mudanças para os telespectadores opinarem e criticou a cobertura da emissora na tragédia das *tsunamis* na Ásia. Abaixo alguns trechos:

“(...) o Diário Paulista, às 19 horas, deve ser mantido, suprimido, ou substituído por outro? O Jornal da Cultura, às 21 horas,

deve permanecer nesse horário, e como está, ou deve ser reformulado? (...)” “Minha contribuição para o debate já foi manifestada várias vezes neste espaço: o *Jornal da Cultura* deveria aprofundar mais o principal assunto do dia, oferecendo informações adicionais às veiculadas pelas emissoras ‘comerciais’. Hoje, o *Jornal da Cultura* não consegue nem mesmo empatar o jogo da qualidade da informação pura e rasa, e perde feio no quesito da abordagem diferenciada. Ninguém vai dormir mais bem informado após ter visto o *Jornal da Cultura*. (...)”

O comentário sobre a cobertura da tragédia na Ásia: “Veja-se o exemplo da segunda-feira, 27/12, quando o assunto mais importante foi a tragédia das ondas gigantes na Índia, Sri Lanka, Tailândia, Malásia e em dezenas de ilhas do oceano Índico. O fenômeno, provocado por terremoto submarino, foi explicado por todas as emissoras com base em ilustrações de computação gráfica – menos pelo *Jornal da Cultura*. Este levou para o estúdio a professora Célia Maria Fernandes, do Departamento de Geofísica da USP, que tentou demonstrar com gestos a movimentação da placa indiana pressionando para cima a placa birmanesa, e com isso forçando a subida do nível do mar. O apresentador Éderson Granetto tentou ajudar, mostrando com as mãos os movimentos das ondas em direção às praias, mas de todo esse esforço resultou a frustração do mais completo primarismo em linguagem televisiva. (...)”

Outro trecho sobre a cobertura da tragédia:

“Note-se: a tragédia ocorreu no fim de semana, com tempo suficiente para a preparação do jornal da segunda-feira à noite. A presença da professora Célia Maria era perfeitamente justificada e pertinente, assim como a de outros especialistas, mas como apoio verbal, altamente qualificado, para as imagens – que simplesmente não foram produzidas. Esse tipo de falta de iniciativa, por incompetência ou por negligência, ou ambas, mostra que o jornalismo da *Cultura* ignora a importância do fator imagem, razão de um invento chamado televisão. O vexame do dia 27 está longe de ser exceção. Lamentavelmente, ele se repete quase todas as noites, o que deveria levar a direção da *Cultura*, nesse momento de mudanças, a refletir

sobre o papel do telejornalismo nos planos da emissora. Como está é dispensável, por inútil”.

Neste mesmo dia, o *site* da emissora trazia uma enquete em que perguntava qual a primeira escolha do telespectador para a nova grade de programação (múltipla-escolha) e pedia sugestões sobre como oferecer programação de qualidade para todas as idades.

### **Tentativas de controle social no Brasil de hoje**

“Quem financia a baixaria é contra a cidadania”. Este é o tema da campanha que resultou da união de esforços entre a Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados a entidades da sociedade civil como a OAB, o Conselho Federal de Psicologia, a Federação Nacional dos Jornalistas e ONGs criadas por telespectadores. O título remete à pressão feita para que as empresas não anunciem em programas de TV de baixo nível, mas a campanha também faz um acompanhamento permanente da programação para indicar os programas que desrespeitam a legislação brasileira e as convenções internacionais assinadas pelo Brasil em prol dos direitos humanos e da dignidade dos cidadãos. Um dos exemplos está no *site* da campanha ([www.eticanatv.org.br](http://www.eticanatv.org.br)):

(...) A Constituição Federal determina que ‘ninguém será considerado culpado até o trânsito em julgado de sentença condenatória’ (art. 5º, LVII). Tal mandamento não se restringe ao âmbito do processo criminal. É um princípio constitutivo da coletividade. Significa que – em princípio – meros ‘suspeitos’ não devem ser condenados pela mídia antes mesmo de serem acusados. É claro que a divulgação de imagens e fatos poderá ser de relevante interesse público. Por isso mesmo, é necessário regulamentar as diferentes situações, inclusive no tocante ao uso da imagem dessas pessoas. Se por um lado há programas que se pautam pelo interesse público de superação da violência, por outro há aqueles que se destinam apenas a lucrar com sua banalização, desfilando imagens estereotipadas, arruinando vidas de pessoas que podem ser inocentes, e

muitas vezes atrapalhando o trabalho investigativo das autoridades.” (...) “Assim como a lei proíbe a prévia condenação de suspeitos, também são vedadas a discriminação, a invasão da privacidade, o constrangimento, a utilização irregular da imagem, a apologia do crime (lembremos que tortura e abuso de autoridade são crimes!). Portanto, programas que fazem dessas práticas a sua razão de ser não devem existir e muito menos se mascarar por trás de um princípio nobre como a liberdade de expressão.

A campanha da Câmara dos Deputados recebe denúncias por e-mail, telefonema gratuito, carta ou fax. O total de denúncias fundamentadas recebidas de 12 de fevereiro de 2003 até o fim de 2004 foi de 5.608, a maioria em relação a programas. Mas os jornalísticos policiais da tarde sempre figuram na lista dos 10 mais das denúncias: entre 7 de maio e 11 de outubro de 2004, o Cidade Alerta, da Record, recebeu nove denúncias envolvendo incitação à violência, exploração do ser humano e horário impróprio. O Brasil Urgente, da Bandeirantes, recebeu oito, por ridicularização da pessoa humana, incitação à violência e horário impróprio.

No Rio de Janeiro, a campanha praticamente não tem cobertura da imprensa, mas em São Paulo a cobertura é bem maior, por parte de meios de comunicação não ligados a emissoras de TV. No dia antibaixaria promovido pela campanha em 2004, quando foi proposto que as pessoas desligassem a TV entre 15h e 16h de um domingo, o total de televisores ligados na Grande São Paulo foi 14% menor que no domingo anterior.

A campanha expõe as denúncias, o *ranking* das baixarias e pareceres dos conselheiros em seu *site*, mas é apenas uma ONG, embora liderada pela Câmara, e não tem poder para punir as emissoras. O ex-presidente da Comissão de Direitos Humanos, deputado Orlando Fantazzini (PT-SP), apresentou um projeto de lei em 2003 regulamentando o artigo 221 da Constituição, tendo o *Broadcasting Act* britânico como inspiração e instituindo regras para uma programação de qualidade e um conselho do qual fariam parte três advogados

indicados pela OAB, três psicólogos indicados pelo Conselho Federal de Psicologia, um jornalista indicado pela Fenaj, três representantes das emissoras de televisão, um representante do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, um representante das entidades civis de luta contra o racismo e um representante das entidades civis de defesa dos direitos de gays, lésbicas, travestis e transgêneres, entre outras entidades e órgãos. O conselho receberia denúncias e poderia instituir penas como multas, suspensão e cassação da concessão.

O Executivo também não está longe desta questão. No início de 2005, o governo Lula reafirmou sua intenção de elaborar a Lei Geral da Comunicação de Massa, a ser submetida a amplas consultas da sociedade. Essa lei daria as diretrizes para o trabalho regulador e fiscalizador da Ancinav.

No início de 2005, quando ainda não havia decisão do Congresso sobre o projeto, o Ministério Público Federal criou um grupo para fiscalizar se programas de TV estavam desrespeitando os direitos dos cidadãos: foram designados seis procuradores de diferentes estados, liderados por Ela Wiecko, subprocuradora-geral da República e chefe da Procuradoria Federal dos Direitos dos Cidadãos. Entre os programas monitorados, os jornalísticos policiais da tarde. O grupo ficou de elaborar um conjunto de princípios para nortear o Ministério Público Federal de todo o país.

### **Referências bibliográficas**

Campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania” ([www.eticanatv.org.br](http://www.eticanatv.org.br)).

Classificação indicativa ([www.mj.gov.br/classificacao/](http://www.mj.gov.br/classificacao/)).

CASTRO, Daniel. Procuradoria cria força-tarefa antibaixaria. In: *Folha de S. Paulo*, 15/12/2004, Folha Ilustrada.

\_\_\_\_\_. Audiência da TV cai em dia antibaixaria. In: *Folha de S. Paulo*, 18/10/2004, Caderno Cotidiano.

FENAJ. *Patrões, parlamento e governo se unem para enterrar projeto do CFJ*. Nota oficial da diretoria da Fenaj, em 15/12/2004.

FOLHA ON-LINE. Gugu consegue se livrar de indiciamento. 15/11/2003.

LEAL FILHO, Laurindo. *A melhor TV do mundo*. São Paulo: Summus, 1997.

Legislação britânica ([www.ofcom.org.uk](http://www.ofcom.org.uk)).

Lei de Imprensa ([www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/5250.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/5250.htm)).

Projeto do Conselho Federal de Jornalismo ([http://www.sjsc.org.br/b\\_fenaj/projeto\\_cfj.htm](http://www.sjsc.org.br/b_fenaj/projeto_cfj.htm)).

# A pimenta e a consciência

*Ernesto Rodrigues*

No incêndio que se seguiu, em 2004, à apresentação do projeto do governo Lula de criar um Conselho Federal de Jornalismo, o que mais se discutiu foi a ameaça à liberdade. Alguns cavaram trincheiras em defesa da liberdade dos donos de empresas de comunicação. Na outra extremidade do *front*, estavam as trincheiras de defesa da liberdade dos jornalistas. No meio do tiroteio, ficou quase esquecido, sem trincheira alguma, o cidadão comum, às vezes vítima dos dois lados desta guerra, juntos.

Com o arquivamento da proposta do Conselho, foram afastadas as ameaças à democracia e à liberdade de expressão a um e a outro lado. Não seria, portanto, um absurdo que nós, jornalistas, nos permitíssemos um tempo para refletir sobre a necessidade de uma entidade, não para cuidar do que vamos escrever sobre o governo, mas das conseqüências da nossa atividade na vida de milhões de cidadãos anônimos e geometricamente menos poderosos do que os que estão no poder.

Seria uma reflexão sobre o que nós, jornalistas, poderíamos ou deveríamos fazer, com ou sem um Conselho, para reparar e prevenir nossos erros e os prejuízos que eles causam à sociedade. Não seria uma questão para se levar à mesa do dissídio da categoria. Nem ao escritório brasileiro da Anistia Internacional. Muito menos à Superintendência da Polícia Federal.

Seria muito bom para os jornalistas e para a sociedade brasileira que refletíssemos sobre a falta de disposição crônica que temos para reconhecer nossos erros. A medida desta falta de disposição, aliás, é o espaço que nós e as empresas que nos empregam reservamos para

esse *mea culpa* diário. Ou a dificuldade impaciente e às vezes mal-educada que exibimos, na hora de discutir os equívocos, imprecisões e injustiças que mandamos imprimir ou levamos ao ar.

Concordamos com a gravidade dos erros jornalísticos, mas não sabemos nem aceitamos discutir o preço a pagar, quando violamos a privacidade alheia de forma gratuita e irresponsável, quando não apuramos bem, quando embarcamos em denúncias precipitadas ou quando, tardiamente, nos descobrimos instrumentos da calúnia, da difamação e das conspirações de toda espécie.

Em nossa miopia muitas vezes arrogante, só enxergamos e re-verberamos o respeito, real e merecido, diga-se, que despertamos na sociedade, pelo papel que temos na defesa da cidadania e da liberdade. Mas não conseguimos ver que, muitas vezes, a sociedade, e não apenas os pilantras e corruptos, tem muito medo de nós, da nossa perigosa ignorância, da pressa quase criminosa que temos e, principalmente, da nossa impunidade.

Não veremos este medo na face dos humildes, que nos escancararam ingenuamente suas vidas e casas, crentes que vamos dar a eles, com nossas reportagens, o respeito, dignidade e a cidadania que os governos e as instituições não lhes dão há séculos. Veremos este medo, muitas vezes multiplicado pela repulsa, no olhar e nos gestos dos que, com ou sem culpa no cartório, podem e sabem como se proteger de nós.

Dizer que a Constituição já prevê os instrumentos de defesa contra o mau jornalismo é transferir covardemente para o cidadão a responsabilidade de zelar pela qualidade, pela precisão e pelo aprimoramento ético de nossa profissão. É quase que mandar nossas vítimas reclamarem com o bispo. E não fica bem logo nós, os jornalistas, recusarmos, para nós, os princípios, a transparência e as iniciativas que prescrevemos diariamente para todos os setores da sociedade.

Dizer, também, que é muito difícil ou subjetivo estabelecer o que seja mau jornalismo é exagerar o tamanho e a complexidade de um desafio apenas para se livrar do dever ético de enfrentá-lo. Um exemplo mostra que não é assim tão difícil: quase tão unânime quanto o repúdio dos jornalistas à truculência de republiqueta im-

posta pelo governo Lula ao correspondente do New York Times foi a conclusão, dos mesmos jornalistas, de que a postura dele foi preguiçosa na apuração, limitada na escolha das fontes e irresponsável no texto final.

Não custa reconhecer que, durante a polêmica sobre o Conselho Federal de Jornalismo, em muitos momentos, batemos no teto do nosso corporativismo e da nossa presunção. Boa parte dos juízes brasileiros, para citar apenas um dos nossos assuntos da época, deve ter se divertido com a nossa indignação, já que tínhamos inundado o país com reportagens, artigos e editoriais sobre a necessidade de um controle social do poder judiciário.

A pimenta foi jogada em nossos olhos. Para os juízes e outras tantas categorias profissionais cujo espírito de corpo sempre denunciávamos, é refresco. Em nós, arde como a consciência. E a consciência manda que os jornalistas brasileiros discutam a idéia, o formato e os limites do poder de uma entidade que zele pela qualidade do exercício da profissão. De maneira civilizada e serena, sem a histeria corporativista que gostamos tanto de denunciar como suspeita, excludente e antidemocrática.



Este livro foi composto em Adobe Garamond  
11,3/14 no texto, 8,7/9,7 nas notas e Verdana Bold 16  
para os títulos. A capa foi impressa em Cartão Supremo  
250g/m<sup>2</sup> e o miolo em Pólen Soft 80g/m<sup>2</sup>, em novembro  
de 2005, na gráfica das Edições Loyola, em São Paulo.

