

Da Ficção à Realidade: O Filme “O Abutre” e as semelhanças com a espetacularização do telejornalismo contemporâneo¹

Ana Paula GOULART DE ANDRADE²

Resumo

A proposta deste artigo é discutir a notícia televisiva considerando o uso de imagens de videovigilância e amadoras na construção narrativa, que está transformando o telejornalismo em um espetáculo diário. Visa ainda apontar, através das Teorias do Jornalismo, de que forma as relações jornalísticas estão sendo afetadas por novos contornos impostos pelos avanços tecnológicos. O estudo apresenta uma análise de produtos noticiosos exibidos em três telejornais nacionais das emissoras Globo, Record e SBT. Utiliza, ainda, o filme “O Abutre” para apontar as semelhanças da construção da notícia televisiva, face aos desafios tecnológicos do sistema comunicacional contemporâneo.

Palavras-chave

Telejornalismo; imagens amadoras; vigilância; espetáculo; cinema

Introdução

Esse artigo se debruça na investigação do telejornalismo no contexto das novas tecnologias da Comunicação, tentando compreender os impactos que essa mídia sofreu com a popularização de diversos tipos de dispositivos de captura de imagem. É foco analisar o quanto e como esses aparelhos têm proporcionado uma infinidade de conteúdos que são bastante utilizados nas edições de produtos telejornalísticos, afetando a rotina de produção, o mercado de trabalho e a qualidade do jornalismo informativo.

Mais do que tentar compreender “porque as notícias são como são” (TRAQUINA, 2012), esse artigo vem com a perspectiva de tentar responder a seguinte pergunta: Por que as notícias estão como estão? Essa proposta está baseada em um estudo realizado sobre telejornalismo apócrifo (GOULART DE ANDRADE, 2014), que identificou uma subversão da ordem canônica na construção de narrativas formadas pela apropriação de imagens amadoras e de videovigilância e questionou, sobretudo, os critérios de noticiabilidade, apontando a ausência do rigor técnico próprio do jornalismo que vem transformando o telejornalismo em um espetáculo.

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias de Telejornalismo, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação (PUC-Rio); professora de graduação do Departamento de Comunicação (IBMEC e FPG); membro da Telejor (Rede de Pesquisa em Telejornalismo/SBPJor); jornalista; editora de texto da TV Record Rio; email: goulartdeandrade@gmail.com

Dessa forma, este trabalho visa mostrar através do filme “O Abutre”³, como que essa lógica experimentada pelos jornalistas de TV já alcançou as telas do cinema. Para isso, a investigação se concentra nos seguintes problemas: o que explica a abundante e crescente utilização dessas imagens nos produtos telejornalísticos atuais? Quais os efeitos disso para o entendimento da construção das narrativas e das práticas telejornalísticas contemporâneas? Que impactos essa rotina traz ao mercado de trabalho telejornalístico?

As hipóteses giram em torno da assertiva de que o telejornalismo apócrifo, para além do jornalismo colaborativo, reúne características que favorecem os efeitos sensórios no jornalismo televisivo que excita e afeta muito mais a partir daquilo que é mostrado visualmente. Da mesma maneira, diante dos regimes de visibilidade, associados à disponibilidade do consumidor de bens culturais para também funcionar como produtor de conteúdos, as instituições jornalísticas estendem seu alcance de registro para muito além da capacidade de suas equipes profissionais – eventualmente implicando até em enxugamento dos quadros de funcionários. Tais pressupostos facultam a compreensão de diversos aspectos correlatos que revelaram perspectivas, como, por exemplo, a relativização do agendamento das notícias, ou a monetização na cessão de imagens amadoras de flagrantes sensacionais.

No intuito de unificar os constructos teórico-metodológicos que norteiam as reflexões sobre o tema, foram utilizadas questões referentes à Teorias do Jornalismo, com destaque para os conceitos de noticiabilidade, agendamento, *newsmaking*, e *gatekeeper*, *gatewatcher*, bem como suas imbricações na construção da notícia, nas rotinas de produção jornalística e práticas contemporâneas. Os regimes de visibilidade na cibercultura e a cultura participativa (CÁDIMA, 2011) também modelam parte do trabalho, a fim de investigar o que está em jogo entre os jornalistas e as instituições.

Para demonstrar a presença dessa imagens que comparecem diariamente nos telejornais e convalidar, portanto, as análises aqui empreendidas foram elencados três telejornais de abrangência nacional (Jornal Nacional / Rede Globo de Televisão; Jornal da Record / Rede Record de Televisão; e SBT Brasil / Sistema Brasileiro de Televisão), todos veiculados em horário nobre e representando a maior audiência de produtos noticiosos nas respectivas emissoras.

³Trata-se um longa-metragem onde o ator principal percebe a existência da demanda de conteúdos amadores para preencher a grade da programação televisiva de um jornal californiano, evidenciando que existe muito mais semelhança com o telejornalismo contemporâneo do que uma mera coincidência.

Dessa forma, este artigo se propõe a investigar a deontologia do Jornalismo e suas respectivas técnicas, além de desvelar de que forma o uso dessas imagens estão interferindo e tensionando o devir social da comunidade jornalística.

O jogo de poder do jornalismo

A análise da mídia nunca foi exatamente o foco de Foucault, mas ao considerar o jornalismo como uma invenção fundamental o autor (Foucault, 2011) evidencia a relevância dos veículos de comunicação regidos por interesses econômicos e políticos que seguem determinados meios de poder. Esse conjunto de enunciados e normas formado por relação de poder-saber está associado aos valores-notícia que, por sua vez, são vinculados aos critérios de noticiabilidade. No entanto, para compreender essa conexão de forças, é necessário interpretar o discurso como um local de exercício do poder. E é justamente no discurso que o poder e o saber vão se articular e produzir sentido.

É preciso admitir um jogo complexo e instável em que o discurso pode ser, ao mesmo tempo, instrumento e efeito de poder, e também obstáculo, escora, ponto de resistência e ponto de partida de uma estratégia oposta. O discurso veicula e produz poder; reforça-o mas também o mina, expõe, debilita e permite barrá-lo (FOUCAULT, 1980, p.95).

É possível afirmar, portanto, que vivemos em uma sociedade do discurso. No entanto, é importante observar as condições de funcionamento do discurso: é necessário que haja um sujeito qualificado para impor regras para tal, tanto quanto é fundamental perceber que todo discurso está vinculado a uma determinada prática. Sendo assim, “vivemos em uma sociedade que em grande parte marcha ‘ao compasso da verdade’ – ou seja, que produz e faz circular discursos que funcionam como verdade, que passam por tal e que detêm, por este motivo, poderes específicos” (FOUCAULT, 2011, p. 231). A “verdade”, nesse contexto, pode ser interpretada como um conjunto de procedimentos regulados para a produção, distribuição e eficácia dos discursos.

O sujeito contemporâneo seria o resultado dessa ligação, que constitui esse “assujeitamento”. Todas as relações sociais são atravessadas pelas forças do saber e do poder, porque assim é a própria constituição de todo sujeito. Reconhecer que o jornalismo é um campo atravessado por essas relações de mecanismos do poder é admitir que, diariamente, nas atividades jornalísticas os profissionais são colocados à prova em um jogo de forças na conexão entre poder e saber. Nessa perspectiva, os discursos jornalísticos

podem ser interpretados, portanto, como dispositivos que evidenciam representações sociais da realidade. Os fatos são, portanto, construções discursivas em que a noticiabilidade de um acontecimento vai depender justamente de um campo de força dos jogos de poder-saber. E nessa arena jornalística estão de um lado as empresas de comunicação; de outro, a comunidade interpretativa (TRAQUINA, 2008) dos jornalistas. O palco dessa relação de comunicação é um fluxo contínuo de critérios maleáveis e volúveis e que, assim, vão construindo uma infinidade de discursos. Não há um processo fixo que estabeleça um esquema ordenado de noticiabilidade. Ao contrário, existe sim um caráter de negociação nessa fatura da informação, exercida pelos profissionais que agregam diferentes níveis de importância aos acontecimentos.

Mas, afinal, como a notícia é construída e a sociedade representada pelos noticiários diante da diversidade dos acontecimentos? E mais, qual a sua relação com quem os constrói? As respostas estão basicamente na cultura profissional dos jornalistas e no processo organizacional das rotinas que influenciam as produções das notícias.

Ainda, pelo mesmo percurso teórico, Miquel Alsina (2009) corrobora que não se deve vincular o conceito de “construção social da realidade” única e exclusivamente à prática jornalística. Para ele, essa formação está na própria vida cotidiana e se consolida através de um processo de institucionalização das práticas e dos papéis de quem as constroem. É algo construído, paralelamente, social e intersubjetivamente.

Isso faz caracterizarmos a atividade jornalística como um papel socialmente legitimado para gerar construções da realidade publicamente relevantes. Portanto, podemos dizer que os jornalistas têm um papel social legitimado e institucionalizado para construir a realidade social como realidade pública e socialmente relevante. Essas competências são realizadas no interior de aparatos de produção específicos: a mídia (ALSINA, 2009, p.46).

No caso da seleção de imagens de câmeras de vigilância e amadoras na construção de narrativas televisivas, a função do *gatekeeper* é garimpar, selecionar, organizar conteúdos da internet e “transportar” para a televisão. Ora, se as visualizações da plataforma internet sobre um determinado assunto são significativas, isso pode ser indicador de audiência na televisão, proporcionando um agendamento intermídia. Segundo McCombs (2009), esse tipo de agendamento é fundamentado pela construção de uma agenda da mídia com base não só na agenda pública, mas tomando por referência outros veículos, como blogs, redes sociais e *web sites*. Dessa forma, com milhares de usuários cadastrados, o meio oferece conteúdos instantaneamente e representa uma ferramenta eficaz para a garantia de

audiência. Assim, para além do *gatekeeper*, é possível afirmar que o jornalista assume a função de *gatewacher* (BRUNS, 2005). Além de funcionar como um porteiro, acumula a função de vigilante ao reconfigurar determinados acontecimentos que rendem audiência entre a TV e a *web*.

As práticas contemporâneas nas redações televisivas

O telejornalismo é uma das instâncias da produção de massa que mais tem ressentido essas transformações por novos dispositivos óticos popularizados. De fato, as emissoras incluem conteúdos advindos de imagens de videovigilância e amadoras nos telejornais, colocando em xeque a qualidade do jornalismo. De acordo com o estudo sobre o telejornalismo apócrifo (GOULARTDEANDRADE, 2014) os jornalistas já sentem as consequências dessa prática contemporânea da construção da notícia televisiva.

Eu acho que a desvantagem é que a gente vai está cada vez mais botando um jornalismo descritivo e não investigativo [...]; existe muito esse empobrecimento, até porque, as emissoras como são concorrentes, têm jornais fortes nos horários, elas têm que dar logo. Porque se elas segurarem muito, a outra vai dar na frente [...] Hoje em dia você não tem mais tempo. Ou você dá, ou você vai ser furado⁴ por uma emissora concorrente, ou às vezes até pela internet, até por uma rede social, um blog vai ter furar. Assim, pela rapidez, pela pressa em querer dar na frente das outras e tal, pela competição, que é acirrada, você dando só o óbvio, você está apenas narrando o que as pessoas já estão vendo (NASCIMENTO, 2014).⁵

Essas cenas determinam atualmente o que vai ser a pauta jornalística. Mas, diferente da proposta do jornalismo colaborativo, essas imagens afetam a rotina dos profissionais que muitas vezes precisam interpretar os acontecimentos na busca da compreensão de um determinado conteúdo, que não chega a corporificar um produto para ser exibido em forma de notícia.

Eu tenho tido experiências recentes em relação a isso. Sou editora de texto e por ter sido muitos anos repórter, em geral, quando chega material de amator na casa, ele acaba vindo para mim, com a tarefa de transformar aquilo numa matéria jornalística. Então eu preciso ver essas imagens e a partir daí construir uma notícia. Muitas vezes ela não existe, mas por conta de uma única imagem, a gente vai criar, entre aspas, uma informação para poder aproveitar aquele material (GRUPILLO, 2014).⁶

⁴ Furado no sentido de deixar de dar primeiro a informação do que a concorrente.

⁵ NASCIMENTO, Humberto/Sistema Brasileiro de Televisão. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 12 jan. 2014.

⁶ GRUPILLO, Aline/Sistema Brasileiro de Televisão. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 9 jan. 2014.

Parece que ocorre uma inversão de tarefas, de modo que não é mais é preciso pensar em uma pauta para se produzir com os critérios profissionais. Isso nos faz levantar algumas questões: o trabalho intelectual do jornalista não estaria sendo subestimado? Basta ter em mãos uma imagem amadora ou de videovigilância e atribuir informações “pseudocheçadas”? Acontece que nem sempre os órgãos oficiais sustentam uma determinada informação e diante de tanta oferta desse tipo fica difícil chegar à origem do fato, ou seja, de quem a produziu aquela imagem que possa servir de testemunho. O cerne da questão está justamente na própria rotina produtiva. Ora, se essas imagens são usadas para preencher tempo de programação, se elas são invocadas pela produção jornalísticas a todo instante, deveria ser comum que elas tivessem as informações para cumprir com o jornalismo informativo. No entanto, o que ocorre diariamente é uma escassez de informação que leva ao risco de se propagar um discurso não confiável. Ou seja, a falta de apuração desses acontecimentos potencializa o perigo de publicar uma falsa notícia no telejornalismo contemporâneo.

[...] uma vez a gente deu um vídeo intitulado “A Louca da Olímpia”. Uma mulher destruindo o vidro traseiro de um carro num bairro de São Paulo. A imagem era chocante, forte. Mas que na verdade fazia parte de um vídeo publicitário que dias depois ia se revelar de uma nova série que estava sendo lançada (ROCHA, 2013).⁷

Não parece algo crível, mas a própria publicidade está se aproveitando das brechas desse estilo jornalístico de utilizar essas imagens a partir dessa euforia, desse deslumbre midiático. Vale lembrar que existe um acordo tácito entre os que escolhem esta profissão de jornalista e os telespectadores, que possibilita dar credibilidade ao jornalismo. Sendo assim, “o principal produto do jornalismo contemporâneo, a notícia, não é ficção, isto é, os acontecimentos o ou personagens das notícias não são invenção dos jornalistas” (TRAQUINA 2012, p. 19). Historicamente o telejornal se consagrou com um gênero de caráter educativo capaz de informar e comunicar.

⁷ ROCHA, Rodrigo – Rede Record de Televisão. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 04 set. 2013.

A conquista de importância na grade horária da programação fez as redes de televisão investirem no telejornalismo tanto quanto em outros gêneros. As grades podem deixar de apresentar um ou outro gênero, mas o telejornalismo ocupa espaço e visibilidade fundamentais para o conceito de rede de televisão.(SOUZA, 2004, p. 151).

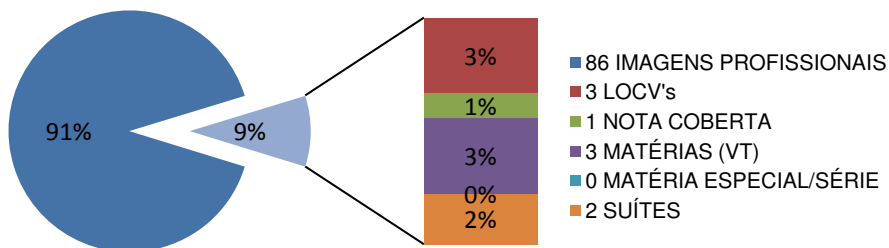
Dessa maneira é foco deste trabalho compreender como que os discursos jornalísticos televisivos estão sendo elaborados para além de um jornalismo participativo contando com a cessão, negociação de imagens e reconfigurando os espaços públicos, privados e midiático. Também se tem em mente compreender quais as consequências que essa formatação da notícia traz para os modos de produção e o impacto no mercado de trabalho.

Análise comparativa dos telejornais: Jornal Nacional, Jornal da Record e SBT Brasil

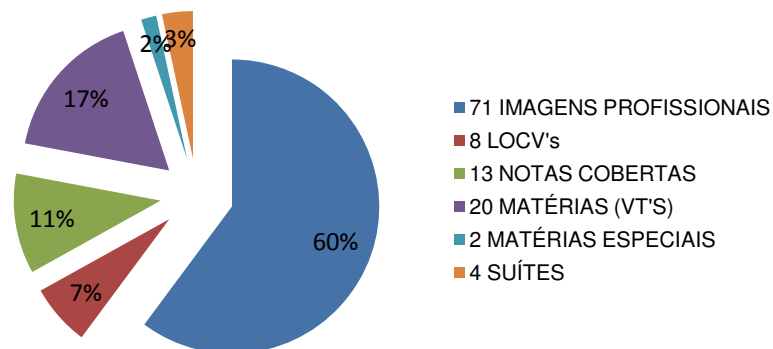
Com o cenário apresentado se faz interessante investigar a deontologia do jornalismo e suas respectivas técnicas, além de desvelar de que forma o uso dessas imagens estão interferindo e tensionando o dever social da uma comunidade jornalística. Um estudo comparativo entre três telejornais nacionais de emissoras diferentes (O “Jornal Nacional”, “Jornal da Record” e “SBT Brasil”), indicou uma quantidade significativa de conteúdos ilustrados por videovigilância e amadoras na construção do telejornal e apontou que chega a 40 % a porcentagem de preenchimento nos noticiários com esses materiais (GOULART DE ANDRADE, 2014). Foram analisados continuamente 328 produtos telejornalísticos⁸ – transmitidos no período de 27 a 31 de maio de 2013. A Análise de Conteúdo foi aplicada como método teórico para a operacionalização da análise e do enquadramento do *corpus* da pesquisa.

⁸ consideramos aqui como produtos telejornalísticos aqueles que são exibidos com *off* (texto jornalístico de televisão) e imagem.

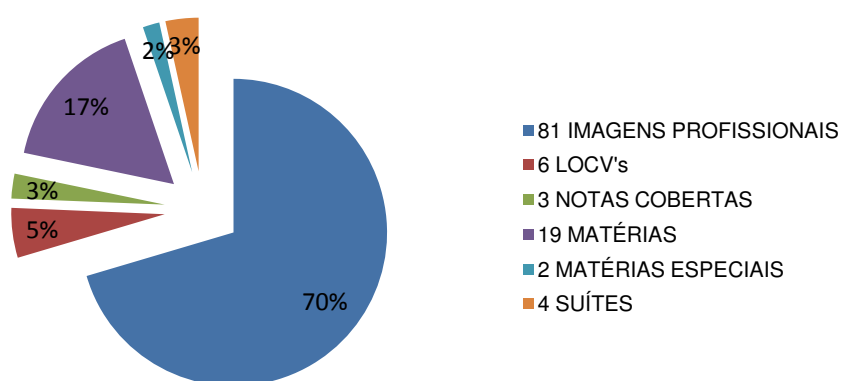
JORNAL NACIONAL (de 27 a 31 de Maio de 2013)



JORNAL DA RECORD (de 27 a 31 de Maio de 2013)



SBT BRASIL (de 27 a 31 de Maio de 2013)

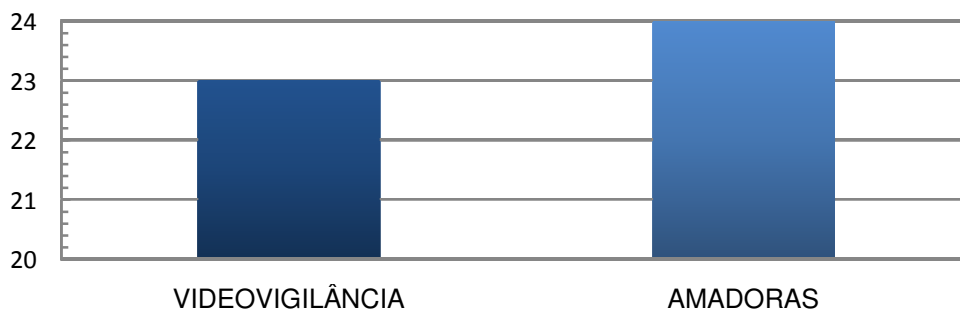


É clara a semelhança no tratamento da notícia entre as emissoras, reforçando que os canais de televisão utilizam o mesmo *modus operandi* de composição de produto

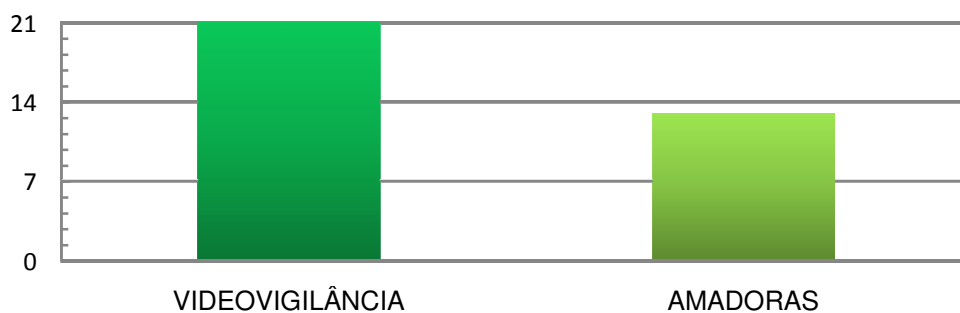
telejornalístico contemporâneo. No entanto, a Rede Record e o SBT apresentaram números mais próximos do que a Rede Globo.

Em relação ao número de inserções de câmeras amadoras ou de vigilância, o “Jornal da Record”, “O SBT Brasil” e o “Jornal Nacional” equilibram o uso desses dois tipos de imagens aqui recortados. As imagens de videovigilância aparecem em maior número em todas elas. Na Record foram 24 imagens amadoras e 23 de circuito interno. No “SBT Brasil” foram exibidas 21 com videovigilância, enquanto o número de imagens amadoras era de 13. Já no “Jornal Nacional”, aparecem 5 imagens de câmeras de monitoramento, ao passo que amadoras deram um total de 4.

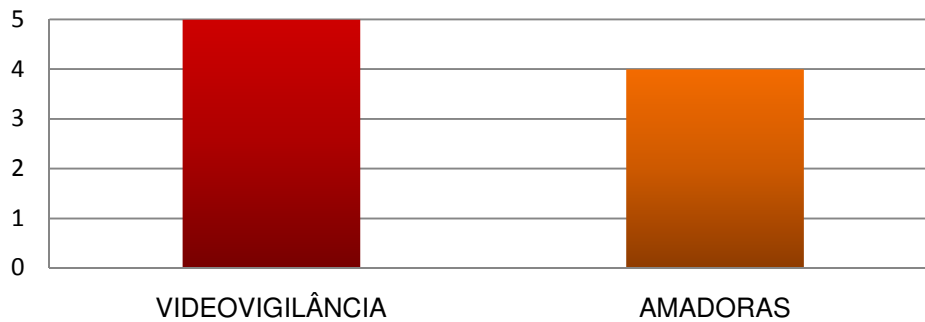
JORNAL DA RECORD
 (de 27 a 31 de Maio de 2013)



SBT BRASIL
 (De 27 a 31 de Maio de 2013)



**JORNAL NACIONAL
 (De 27 a 31 de Maio de 2013)**



A violência perdura nesse tipo de narrativa, sobretudo nas câmeras de videovigilância, o que presume um flagrante, tragédia ou crime. A resposta vai ao encontro do que é considerado valor-notícia pelos jornalistas.

A morte é um valor-notícia fundamental para essa comunidade interpretativa e razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas do jornal ou nos écrans da televisão (TRAQUINA, 2008, p.79).

Os cidadãos comuns, potenciais cinegrafistas amadores acompanham essa tendência. Atentos ao deadline cada vez mais apertados das redações, eles acabam por incorporar na vida cotidiana a busca diária por tragédias naturalmente vendáveis. Algo que, em princípio, parece fazer parte de um novo sistema multilinear da cultura participativa (CÁDIMA, 2011). Mas que, em verdade, camufla uma outra realidade.

O frenesi das imagens amadoras

As empresas de comunicação e as instâncias de produção do Jornalismo, mais do que acolher, incitam a produção de imagens amadoras, desaguando em uma multiplicidade imagética que super exalta a vida privada e é corporificada no afã de fazer imagem da produção amadora. Assim, o olhar do sujeito comum já está acostumado ao enquadramento da cultura de massa, sobretudo a televisão. Dessa forma, cria a possibilidade de apropriação pela mídia audiovisual da exibição da vida comum de seus telespectadores. Se a legitimação de si dada pelo olhar do outro (BRUNO, 2005) é fundamental para explicar o

impulso da cessão de imagens amadoras aos canais midiáticos tradicionais, por outro lado, a engrenagem jornalística tem que “dar voz” ao público para garantir a já consensual lógica participativa própria da cibercultura. Parece que atualmente o amador e o profissional ocupam o mesmo lugar no universo de produção e reprodução de conteúdos para que, assim, se possa garantir um contrato tácito das trocas simbólicas da contemporaneidade.

As imagens amadoras não estão fora, nem mesmo são periféricas ao circuito de produção midiática dito profissional, mas, efetivamente, o constituem e formam o núcleo de seus investimentos. Assim, profissionais e amadores fazem parte de um sistema de trocas comunicacionais e estéticas em flagrante interdependência (BRASIL; MIGLIORIN, 2010, p.90).

No entanto, é necessário enfatizar alguns aspectos que perpassam esse arranjo: toda vez que um telejornal se utiliza de imagens amadoras, sublinha que a exibição é constituída por imagens cedidas. Muito mais que terceirizar os créditos de autoria (o que aparentemente surge como um cuidado ético), a instância jornalística se exime automaticamente de qualquer responsabilidade sobre os conteúdos exibidos, exportando o ônus da prova ao eventual cinegrafista amador que efetivamente capturou o vídeo e o concedeu ao telejornal. Outro aspecto trata do jogo que une o profissional e o amador, onde se instaura uma confusão de fronteiras que faz parecer que o canal e o público intimam um fazer conjunto, que, entretanto, é meramente retórico. Mesmo que a matéria telejornalística seja composta por elementos que combinam a produção midiática e a participativa (VIZEU, 2010), o eventual cinegrafista amador não finaliza o produto jornalístico, tendo sido, dessa forma, mero colaborador pragmático, sem, contudo, realmente cooperar (numa alusão a uma “criação coletiva” e a uma interação mútua, de acordo com PRIMO, 2007, p.99-134) com o acabamento da notícia (que pode, inclusive, ganhar contornos diferentes – e até opostos – da opinião de quem cedeu a imagem).

Dito de outra maneira, em contraposição ao que a narrativa faz parecer, o enquadramento dos fatos recobertos por imagens de câmeras amadoras não implica a coordenação da visão do telejornal com a do cedente das mesmas imagens. O que ocorre de verdade é que o acabamento (e tudo que este implica) se restringe ao direcionamento dado pela instância jornalística, independente de coincidir ou não com a intenção, crença ou desejo daquele que “ofertou” parte significativa do que vai compor o produto jornalístico final que será exibido.

“O Abutre”: qualquer semelhança não é mera coincidência

O câmbio imagético na contemporaneidade é uma prática corriqueira, ou seja, a compra e venda de imagens entre cidadãos comuns - ou cinegrafista amadores - e emissoras é bastante comum. Essa barganha diante da superabundância de acontecimentos, ocorre quase que diariamente e está, cada vez mais, afetando as rotinas produtivas do telejornalismo.

Há uma negociação em valores, dependendo do conteúdo de cada vídeo. E esse processo é feito inicialmente por um supervisor de imagens que consulta o diretor de jornalismo ou o editor regional (DÔNOLA, 2013)⁹

A negociação de imagens como um “procedimento natural” abre um questionamento sobre a intencionalidade dessa relação. Qual seria o papel do jornalista atual diante do cenário da profusão desses produtos audiovisuais? A descrença e falta de perspectivas nas mudanças públicas sobre o jornalismo podem estar, de fato, remodelando os modos de produção e o comportamento dos profissionais. O incentivo das empresas para a publicização de produtos apócrifos, a qualquer preço, parece rondar as emissoras de TV em uma busca incessante por resultados imediatistas, subjugando as rotinas dos jornalistas que, cada vez mais, são obrigados a conviver com os constrangimentos organizacionais conforme apontou Traquina (2008).

O longa-metragem “O Abutre”¹⁰ (*Nightcrawler*), estrelado por Jake Gyllenhaal, Rene Russo, Bill Paxton e com direção de Dan Gilroy, aborda bem essa questão e guarda semelhanças com o telejornalismo contemporâneo, indo ao encontro do conceito de telejornalismo apócrifo. O filme conta a história de um homem que enxerga no pretenso “jornalismo colaborativo” uma forma de sobrevivência. O ator percebe a existência da demanda de conteúdos amadores como forma geradora de audiência para preencher a grade da programação televisiva e inicia uma empreitada nesse mercado. Com o auxílio da tecnologia busca saber onde acontecem os fatos, produz imagens e vende para um telejornal californiano. Sem qualquer princípio ético, monta uma pequena estrutura para a captação e armazenamento dessas imagens cada vez mais “exclusivas” e negocia com o telejornal. Dessa forma, a cooperação vai muito mais além de um material que complete ou acrescente

⁹ DÔNOLA, Vinícius – Rede Record de Televisão. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 06 dez. 201

¹⁰<http://www.filmesonlinegratis.net/assistir-o-abutre-legendado-online.html>

um valor-notícia a um determinado assunto. Ele define o que é a notícia no telejornal, além de suprimir as funções de vários profissionais, exercendo o papel de produtor, jornalista, câmera e editor. Para enquadrar o acontecimento de forma mais atraente, não hesita em mudar a cena de um determinado crime, por exemplo. Parece não existir limites na busca de imagens com o maior valor monetário.

A ficção apresentou aspectos encontrados na realidade socialmente construída, conforme a atual rotina telejornalística. Bem como no telejornalismo contemporâneo, a instituição que compra os conteúdos tem uma alta significativa na audiência e consegue se reerguer no competitivo mercado, ao exibir as cenas chocantes e sem nenhum tratamento estético.

Você sabe que hoje a gente tem os amadores profissionais? São os amadores que ficam filmando. Saem para procurar coisas para filmar, para vender para a televisão. Às vezes uma imagem custa duzentos, cem reais, trezentos reais (DURAN, 2014)¹¹

Essa “profissionalização” dos amadores pode ser preocupante para a comunidade interpretativa (TRAQUINA, 2008), visto que os jornalistas têm presenciado cada vez mais o enxugamento das equipes de reportagens. Isso representa claramente uma relação de saber e poder que impera nas redações jornalísticas e que traz risco para a profissão, além do declínio da qualidade do jornalismo como um todo.

Considerações Finais

É sem dúvida um grande desafio exercer atualmente dentro das redações a real função de jornalista. Antes esse profissional tinha que ir até o acontecimento, já hoje o polo emissor é outro e um mosaico de acontecimentos chega até ele diariamente, muitas vezes travestido de notícia e em uma velocidade que é cada vez maior. Por isso, compreender o telejornalismo contemporâneo requer investigar a fundo todo o processo de construção da notícia e as subjetividades implicadas nesse processo.

Diante dos dados apresentados nesse trabalho, fica evidente a depreciação dos produtos noticiosos de televisão. O resultado é um jornalismo mal contado com histórias mal apuradas. Nesse caminho, a prática jornalística é vista cada vez mais como um negócio

¹¹ DURAN, Arnaldo – Rede Record de Televisão. Entrevista concedida à autora. Rio de Janeiro, 08 jan. 2014.

e cada vez menos como o exercício à democracia para desvelar os fatos através de uma conduta ética. O uso indiscriminado de imagens apócrifas traz para a comunidade jornalística uma sensação de fragilidade diante da imperativa imposição tecnológica, de modo que os próprios jornalistas reconhecem que o principal artifício no combate à falta de qualidade do telejornalismo é a exigência de novos moldes de conhecimento mais potentes, para lidar não apenas com o aparato tecnológico, mas para ser capaz de reconfigurar a construção das notícias diante da falácia produzida por tantos meios na era digital.

Referências bibliográficas

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

BRASIL, André; MIGLIORIN, César. **Biopolítica do amator: generalização de uma prática, limites de um conceito**. In: *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 20, p. 84-94, dez. 2010.

BRUNO, Fernanda. **Quem está olhando?** variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. In: *Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura*, Salvador, v. 3, nº 2, p. 53-70, 2005.

BRUNS, A. *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York: Peter Lang Publishing, 2005.

CÁDIMA, F. Rui (2011). **A Televisão e a Cultura Participativa**. Lisboa: Media XXI.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Graal, 1980.

_____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2011.

GOULART DE ANDRADE, Ana Paula. **Telejornalismo apócrifo: Perspectivas sobre o uso de imagens amadoras e de videovigilância na construção da narrativa telejornalística** Dissertação de mestrado – Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Comunicação, 2014.

MCCOMBS, Maxwell; REYNOLDS, Amy. **How the News shapes our civic agenda**. In: BRYANT, J., OLIVER, M. B. *Media effects: advances in theory and research*. New York: Routledge, 2009.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador:** comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo – Volume II:** a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2008.

_____. **Teorias do jornalismo – Volume I:** porque as notícias são como são. 3ª ed. Florianópolis: Insular, 2012.

VIZEU, Alfredo; SIQUEIRA, Fabiana & ROCHA, Heitor. **Telejornalismo: da audiência presumida aos co-produtores da notícia.** In: Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2010.