

A apuração de rua na rotina produtiva do G1 Paraíba: colaboração e conflitos na relação entre o “jornalista sentado” e o paparazzi

*Angélica Gomes de Oliveira Lúcio CARNEIRO¹
Sandra Regina Moura²*

Resumo

A produção da notícia e seu impacto na construção da identidade profissional do jornalista ganham novos contornos com a internet, a busca desenfreada pela velocidade da informação e o aproveitamento, nas redações, de profissionais que não têm formação acadêmica em jornalismo. Nossa análise coloca frente a frente o conceito francês de *jornaliste assis*, ou “jornalista sentado”, e as relações com um colaborador “paparazzi”, que toma o lugar do repórter nas ruas, notadamente um espaço de processos, ambientações, ideologias e manifestações socioculturais. Mesmo sem dominar as técnicas que elucidam o que é notícia e os critérios de noticiabilidade, é o “repórter informal” que se torna os olhos e ouvidos da redação, muitas vezes também querendo atuar como “gatekeeper” no veículo que é nosso estudo de caso, cabendo aos jornalistas com diploma atuarem nos bastidores, com esporádicas saídas para o mundo fora da virtualidade cibernética. O texto faz uma revisão teórica sobre o jornalismo e as inovações tecnológicas, além de focar as mudanças nas rotinas produtivas, especialmente com a introdução do uso de dispositivos móveis nas redações e pela audiência. Serão abordadas as mudanças por que passa o campo do jornalismo, a construção de uma nova identidade profissional do jornalista e a utilização de ferramentas que ajudaram a cunhar o termo “jornalismo em base de dados”. Como campo empírico, adotou-se a rotina produtiva do portal G1 Paraíba, em João Pessoa, veículo que faz parte da Rede Paraíba de Comunicação. Parte integrante de uma pesquisa mais ampla – e em fase inicial – sobre reconfigurações do jornalismo em tempo de convergência de mídias e redação integrada, o presente artigo joga luz sobre o distanciamento das ruas dos profissionais que atuam em redação online. A forma como o “jornalista sentado” interage com as fontes e as agências de notícias para a produção de conteúdo online cria um arcabouço para o estabelecimento de novas rotinas produtivas, onde a apuração na rua se torna algo raro, exceto pelo trabalho desenvolvido pelo “paparazzi”. Nesse contexto, o “jornalista sentado” fala sobre os “textos urbanos”, mas escreve sem poder lê-lo, de fato, uma vez que o estar nas ruas também é um processo de enunciação. É a cidade – com suas narrativas – e a vida que corre pelas ruas que ganham corpo no jornalismo online, porém, sem os pés dos jornalistas tocarem os grãos de poeira e o asfalto fora das redações. Conceitos de Newsmaking, Teoria Organizacional, Teoria do Gatekeeping e a Semiótica da Cultura (mais especificamente

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Jornalismo (PPJ) da Universidade Federal da Paraíba.

² Professora do Programa de Pós-graduação em Jornalismo (PPJ) da Universidade Federal da Paraíba. Orientadora do trabalho.

o termo modelização) serão utilizados no presente estudo. O trabalho também aponta para mudanças na tipificação do modelo profissional das práticas jornalísticas, incluindo como objetivo da função do “jornalista sentado” o processo de alimentação das “turbinas da informação” no cyberspaço.

Palavras-chave:

Apuração de rua. Jornalismo sentado. Rotinas de produção.

Abstract

News production and its impact on the construction of journalists' professional identity have been reshaped after the Internet and the wild search for news, as well as the use of professionals without a degree in journalism. Our analysis puts the French concept of *journaliste assis* – or “sitting journalist” –, face to face with the relations with a paparazzo collaborator, who takes the place of the reporter in the streets, notably the setting of processes, ideologies and sociocultural manifestations. Even not mastering the techniques of what makes one event news, or the criteria of newsworthiness, the paparazzo is an “informal reporter” that becomes the eyes and ears of the newsroom journalist, many times standing out as a gatekeeper in the medium which is our case study. It is up to journalists with a diploma to work back in the office, with few visits to the world outside cyberspace. This paper is a theoretical review on journalism and technological innovations and it focuses on the changes in the production routines, especially after the introduction of mobile devices in the newsrooms and their use by the audience. The paper will cover the mutations faced by journalism, the shaping of journalists' new professional identity and the use of tools that have helped coin the term database journalism. This study is based on the production routine of G1 Paraíba portal – in João Pessoa. This portal is part of Rede Paraíba de Comunicação (Paraíba Communication Network). Part of a wider research – still in its initial phase – on the reshaping of journalism in times of media convergence and integrated news production, this paper sheds light on the distance between professionals who produce online news and the streets. The way the sitting journalist interacts with the sources and the news agencies for the production of online content creates a framework for setting new production routines, where the on-site news checking becomes rare, except for the work developed by paparazzi. In this context, the sitting journalist talks about the “urban

texts”, but cannot really read what he writes, since being on the streets is also an enunciation process. It is the city – with its narratives – and the life that runs through its streets that take shape in online journalism. However, the journalists' feet do not touch the dust and the pavement outside newsrooms. Concepts of Newsmaking, Organizational Theory, Gatekeeping Theory and Semiotics of Culture (more especially the term modelling) will be used in this study. This paper also shows changes in the typification of the journalists' professional model: a new objective of the sitting journalist is to feed the “information turbines” in cyberspace.

Keywords:

Street. Sitting journalism. Production routines.

Introdução

Redações cada vez mais enxutas tornam a prática de reportagem externa quase rara atualmente, principalmente quando é preciso alimentar as “Turbinas da Informação” no cyberspaço (Pereira, 2003).

A aceleração do tempo de produção, o impacto das inovações tecnológicas e as mudanças nas rotinas produtivas contribuem para a precarização não apenas da profissão, mas também do conteúdo que se produz para a audiência. Com isso, jornalistas narram os fatos entre quatro paredes: por telefone, e-mail, redes sociais, informações apuradas por terceiros ou dando tratamento a releases e material ofertado por agências de notícias. É o “jornalismo sentado” que ganha força no processo de rotinas jornalísticas.

Este trabalho visa ao estudo da apuração de rua e produção da notícia no G1 Paraíba, portal vinculado à Rede Paraíba de Comunicação, em João Pessoa. Nossa análise coloca frente a frente o conceito francês de *jornaliste assis*, ou “jornalista sentado”, e as relações com um colaborador “paparazzi”, que toma o lugar do repórter nas ruas, notadamente um espaço de processos, ambientações, ideologias e manifestações socioculturais.

Mesmo sem dominar as técnicas que elucidam o que é notícia e os critérios de noticiabilidade, é o “repórter informal” que se torna os olhos e ouvidos da redação, muitas vezes também querendo atuar como “gatekeeper” no veículo que é nosso estudo de caso, cabendo aos jornalistas com diploma atuarem nos bastidores, com esporádicas saídas para o mundo fora da virtualidade cibernética.

A forma como o “jornalista sentado” interage com as fontes e as agências de notícias para a produção de conteúdo online cria um arcabouço para o estabelecimento de novas rotinas produtivas, onde a apuração na rua se torna algo raro, exceto pelo trabalho desenvolvido pelo “paparazzi”. Para Rodrigo Alsina (2009), “o tema das fontes é uma parte muito importante no processo produtivo da notícia e o estudo do

profissionalismo jornalístico. O elo entre acontecimento-fonte-notícia é básico para a construção da realidade jornalística" (p.162)

As novas tecnologias da informação e suas subdivisões com softwares cada vez mais modernos e capazes de automatizar o dia a dia das redações digitais, segundo Pollyanna Ferrari (2003), estão transformando o "fazer jornalístico" em um processo automatizado e muito particular. "Podemos dizer que os portais na Internet são a personificação de um ambiente ideal onde o core technologie se juntou com o core business, resultando em empresas que alimentam e trafegam informação 24 horas por dia". (Ferrari, 2003, p. 77).

Segundo Adghirni, os novos dispositivos tecnológicos permitem que os jornalistas conheçam em tempo real a reação do público e a maneira como as mídias concorrentes cobrem o mesmo fato.

A informatização das redações contribuiu para que os jornalistas assumissem tarefas antes reservadas a técnicos. A emergência de um "jornalismo sentado" (trabalho limitado ao tratamento de notícias e agências e consultas aos sites diretamente na fonte das instituições), o uso do telefone e da internet, sem precisar sair da redação, foi determinante para reduzir a autonomia dos jornalistas diante das fontes. Diluem-se as fronteiras clássicas entre as funções de fonte e redator (ADGHIRNI, 2012, p.69)

A profissionalização do jornalismo começa no Brasil durante o Estado Novo e só é concluída em 1969, com a aprovação da Lei de Imprensa. As primeiras escolas de Jornalismo no País só vieram a ser autorizadas pelo governo federal no final da década de 1940, e a criação de disciplinas específicas de Teoria do Jornalismo só começaram a ganhar impulso a partir de meados da década de 1980. A decisão do Supremo Tribunal Federal (STF), em 2010, pelo fim da obrigatoriedade do diploma para o exercício do jornalismo no Brasil ampliou as discussões sobre o fazer jornalístico, bem como propiciou novas discussões no meio acadêmico e no mercado de trabalho.

Para Adghirni (2012), as consequências da decisão dos juízes do STF "ainda são imprevisíveis para o futuro do jornalismo como profissão e para a sociedade como espaço público de discussão". Volta à tona, desse modo, um debate antigo sobre o jornalismo como uma simples prática profissional e que poderia existir sem a necessidade seja de uma formação universitária especializada, seja da produção de conhecimento sistemático.

1. Produção da notícia

Nesse trabalho, a teoria semiótica é aplicável ao terreno do jornalismo, sobretudo se caminharmos nessa direção de flagrar e compreender esse fluxo informacional em que se inter cruzam, se combinam e se inter-relacionam as diferentes linguagens no processo de produção da notícia.

Falamos mais especificamente da semiótica russa que toma os meios de comunicação - incluindo aqui o jornalismo - assim como muitos outros sistemas da

cultura como "sistemas modelizantes secundários", não porque eles são posteriores à forma de linguagem verbal, mas porque traduzem neles mesmos "modelizações" de outros sistemas, de outras linguagens.

Nos estudos dos semioticistas russos, o termo modelização aparece relacionado com o mecanismo semiótico da cultura, que vem a ser essa necessidade de organização das informações em linguagem.

Para esclarecer o conceito, consideremos a formulação de Lotman (1978) de que a vida de todo ser representa uma interação complexa com o meio que o rodeia. E que os organismos são inevitavelmente sobressaltados por uma avalanche de informações, que necessitam ser organizadas enquanto linguagem, de modo a garantir a própria manutenção ou sobrevivência desses organismos.

Do contrário, se o organismo, qualquer que seja, não se adapta a esse meio, se ele não é capaz de compreender uma série de linguagens que o rodeia, então ele será incapaz de permanecer vivo. Como observa Lotman:

O homem é inevitavelmente arrastado num processo intensivo, ele está rodeado por uma vaga de informações, a vida envia-lhe os seus sinais. Mas estes sinais não entendidos, a informação não é compreendida e perdem-se as possibilidades importantes na luta pela sobrevivência, se a humanidade não chega, por uma necessidade, sempre crescente, a decifrar estas vagas de sinais e a transformá-las em signos que permitam a comunicação na sociedade humana (LOTMAN, 1978, p. 29).

O mecanismo de modelização nos leva, ao mesmo tempo, a transformação desses sinais dispersos em signos, ou a transformação dessas informações em mensagens. Lotman compreende essas "vagas de sinais" como uma espécie de informações que jorram e que necessitam ser organizadas em linguagem. Caso contrário, o organismo corre o risco de ser sorvido por essa avalanche. Essa necessidade de se organizar enquanto linguagem é o próprio mecanismo semiótico do qual fala o autor.

No caso do jornalismo, cabe lembrar, essa necessidade de organização das informações tem exigido de seus produtores um tempo cada vez mais curto. Cristofolletti (2008) mostra que o intervalo entre o acontecimento e a distribuição do seu relato está muito menor hoje, pois sites e portais querem dar a notícia antes da TV e do rádio. “Com prazos vencendo antes, jornalistas e meios de comunicação precisam ser mais eficientes, ágeis e versáteis. As etapas de produção da notícia mudaram, e, na prática, isso obriga a escolher entre ser altamente competente ou queimar algum estágio desse processo” (apud PRADO, 2011, p. 164).

O processo de produção da notícia, com mapeamento das técnicas, os valores normativos da profissão e os constrangimentos a que os jornalistas são submetidos nas organizações, começou a ser estudado a partir dos anos 1950 com pesquisas sociológicas e antropológicas (Benetti, 2009).

São os chamados estudos de newsmaking, que buscam compreender os processos de construção da pauta, os procedimentos de definição e seleção de fontes, as técnicas de apuração, de redação e de edição, os critérios utilizados para definir o que é notícia, a inserção do jornalista na organização em que trabalha, a imagem que os jornalistas possuem da profissão, como essa imagem interfere na produção noticiosa (BENETTI, 2009, p. 275).

O tema da organização jornalística está diretamente relacionado à lógica produtiva da informação. Alsina (2009) defende que “as empresas que estão inseridas num sistema de economia de mercado têm a tendência de unificar sua prática de produção”, uma vez que as mudanças, sejam econômicas, sejam tecnológicas, afetam a todas as empresas da mesma forma dentro do contexto de um mundo mais interconectado. Alsina acredita que na decisão produtiva prevalece mais o sentido organizacional que o pessoal, pois “embora a rubrica final possa ser a de um jornalista concreto, no entanto, esse produto final passou por uma série de filtros antes de sua publicação”.

Os mecanismos de valorização dos fatos que pertencem à atualidade, e que precisam ser transformados em matéria informativa, obviamente têm de estar muito ajustados às exigências do modelo do jornal em questão. De fato, a valorização e a seleção dos temas do dia-a-dia, em função da escala de valores que é estabelecida segundo o estilo do jornal, são alguns dos fatores que constituem o núcleo que configura com mais exatidão o conjunto das características que acabam identificando o tipo de conteúdo mais genuíno de cada modelo de jornal (CASAUS E ROIG, apud Rodrigo Alsina, 2009, p. 202)

No processo produtivo das redações online, a figura do gatekeeper trabalha minuto a minuto, em busca do tempo real. Segundo Shoemaker (2011), a “premissa básica da Teoria do Gatekeeping é que as mensagens são geradas a partir de uma informação sobre eventos que tenha atravessado uma série de portões e tenha sofrido modificações ao longo do processo”. Formulada inicialmente por Kurt Lewin (para tratar sobre questões domésticas alimentares) e David Manning White (que a adaptou para os estudos de jornalismo), a Teoria do Gatekeeping tem como foco a necessidade de selecionar o que interessa ao público.

1.1 O jornalista sentado

O conceito francês jornalista sentado (*journaliste assis*) é citado pelo pesquisador Erik Neveu (2001, p. 7) como um “jornalismo mais orientado ao tratamento (formatação de textos de outros jornalistas, notícias de agências e releases distribuídos pelas assessorias de imprensa) de uma informação que não é coletada pelo próprio jornalista”. Nesse sentido, o termo se contrapõe, segundo Pereira (2003), à expressão *journaliste debout* (jornalista de pé), “que se dedica à coleta de informações por meio do contato direto com as fontes”.

Pereira propõe que o “jornalista online” seja considerado como um novo status profissional da categoria, ao lado de outros já apontados por Ortega e Humanes (2000),

como: jornalismo objetivo, jornalismo interpretativo, jornalismo de precisão, jornalismo de investigação, jornalismo de opinião, jornalismo comprometido, novo jornalismo.

Como um novo status, o ‘jornalista sentado’ adapta alguns elementos dos modelos precedentes às suas rotinas, ao mesmo tempo em que assimila as singularidades da Rede. Como afirma Patino (2001: 03), um know-how jornalístico emerge. A mídia criou seu jornalismo. E, de maneira circular, o jornalismo criou sua mídia (PEREIRA, 2003, p.103).

O uso de dispositivos tecnológicos que facilitam a apuração de notícias sem sair da redação também contribui para reduzir a autonomia dos jornalistas diante das fontes. Para Adghirni (2004), o trabalho realizado hoje na maioria das redações brasileiras, especialmente na mídia digital, tem forte influência do material produzido pelas assessorias de imprensa, daí ter se cunhado o conceito de “mídia das fontes”.

Este novo profissional não lida necessariamente com a "notícia quente", mas com matérias requentadas, informações-serviço, conselhos e dicas de auto-ajuda. Não há compromisso com os fatos. Este jornalista é apenas um intermediário, conselheiro a serviço dos mais diversos públicos. Não estamos falando aqui de reportagem ou de jornalismo investigativo" (ADGHIRNNI, 2004, p. 2)

Com o objetivo de interagir com as chamadas mídias convencionais (jornais, rádios, televisão, internet), as instituições criaram seus próprios serviços de comunicação. Mais de 40% do mercado do jornalismo hoje (o que representa 60 mil jornalistas com registro profissional) é formado por profissionais que atuam no setor da comunicação institucional. “As empresas jornalísticas perderam o monopólio da produção de notícias. As fontes criaram suas próprias mídias e tentam interferir nas pautas da mídia convencional” (Adghirni, 2004).

Segundo Ward (2007), o surgimento do jornalismo online tem desafiado a primazia das notícias, o relacionamento entre o repórter e o leitor e o atual conjunto de habilidades do jornalista. “As notícias e as reportagens especiais têm dado lugar ao conteúdo útil. Dizem que os jornalistas se transformaram em arquitetos da informação, mas eles não sabem o que isso significa”.

A mudança das rotinas produtivas, em especial no cyberjornalismo, tem um sintoma visível: a ausência de carros de reportagem nas ruas, conforme suscitado por Ferrari (2003). “O fazer jornalístico está mudando, basta olharmos para o inexistente número de ‘carros de reportagem’ nas redações digitais, o que demonstra que raramente o repórter Web sai à rua em busca de um fato. O fato vem até ele pela própria net”.

Da época da máquina de escrever ao computador, muita coisa mudou no fazer jornalístico, incluindo o enxugamento de pessoal nas redações, a adoção de novas tecnologias e a integração dos sistemas de publicação (Moretzsohn, 2013).

Ainda que existam os dispositivos móveis, com o qual o jornalista pode enviar informações para a redação praticamente de qualquer lugar onde esteja, o que se vê é a rua ficando cada vez mais distante da rotina produtiva das empresas de comunicação.

De um lado, proporciona maior mobilidade ao repórter, que pode transmitir a informação de qualquer lugar onde esteja; de outro tende a prendê-lo à redação, diante da possibilidade de obter dados pela internet ou pelos incontáveis aplicativos para celular (MORETZSOHN, 2013, p. 18)

Moretzsohn (2013) aborda essa questão ao tratar das transformações vividas pelo jornalismo. “Que não se pense, porém, que se estão depreciando as novas tecnologias ou fazendo uma evocação nostálgica daqueles velhos tempos, que só nos parecem bons quando já distantes de nós. É uma constatação: hoje, o jornalista vai à rua muito menos do que antes”.

Tal realidade empobrece o conteúdo oferecido à audiência, uma vez que o jornalista perde o contato direto com a fonte e com a “verdade” que irá levar ao público. Cláudio Abramo, citado por Moretzsohn no livro *Repórter no Volante*, alerta para a necessidade de uma maior proximidade entre o jornalista e os fatos que serão apurados. “É preciso que (o jornalista) saiba das coisas e as tenha visto. É preciso andar na rua e saber que ela é feita de paralelepípedos. Não adianta apenas ler a respeito: é necessário pisar aquele chão, sofrer o sol, saber ver nos rostos da multidão o que é uma pessoa e o que é outra”.

A relação ideal entre o jornalista e a apuração de rua, no entanto, é artigo cada vez mais raro na rotina produtiva dos veículos de comunicação. Há jornalistas que só conhecem as fontes por telefone ou e-mail. A chamada reportagem presencial diminui cada vez mais, e se perde também o caráter descritivo da notícia (sobre ambientes, forma de agir e de se vestir dos personagens), tão essencial em alguns textos. Como o repórter vai ser “testemunha ocular da história” sem ter presenciado os fatos?

1.2 O retorno do copidesk

Em 2003, Ferrari já apontava que a produção de reportagens, nas redações online, deixara de ser um item do jornalismo diário. “Adotou-se apenas a produção de notícias, ou como se diz no jargão jornalístico, de ‘empacotamento’ da notícia”.

Para a autora, empacotar significa receber um material produzido, na maioria das vezes, por uma agência de notícias conveniada, e mudar o título, a abertura, transformar alguns parágrafos em outras matérias para ser usado como link correlato, adicionar foto ou vídeo, etc.

O “empacotador de matérias” acaba tendo uma função de tradutor, codificador, capaz de adaptar a notícia à linguagem mais aceita na internet. “É uma espécie de ressurgimento da função do copydesk, cargo comum nos jornais de antigamente, ocupado por jornalistas com profundo conhecimento da língua portuguesa e domínio dos recursos da redação expositiva. (...) Ao trabalhar em cima do texto alheio, o jornalista da Internet não deixa de ser um copidesk” (Ferrari, 2003).

No livro *Jornalismo para todos*, Natalício Norberto já destacava a figura do copidesk em detrimento da reportagem.

“(…) chama a atenção também a implantação e o endeusamento de uma nova categoria profissional que é o alicerce de um jornal: a reportagem. (...) Os nossos jornais melhoraram a redação mas falham em cobertura e notícia. Chega-se ao cúmulo de virtuosismo de ao se transformar notícias sem a menor importância em autênticas peças de antologias jornalísticas pelo simples fato de que não há bons repórteres para levantarem grandes assuntos e sim rescrevedores para redigirem e apresentarem com certa graça um assunto comum. É a "nova classe" que surgiu em nossa imprensa. É bem verdade que isto está acontecendo pela absoluta falta do elemento humano mas, de qualquer forma, não deixa de se constituir em um grave problema" (NORBERTO, 1969, p. 103)

2. Textos urbanos

O jornalista sentado fala sobre os "textos urbanos", mas escreve sem poder lê-lo, como suscitado por Michel de Certeau n'A Invenção do Cotidiano (1994), uma vez que o estar nas ruas também é um processo de enunciação. É a cidade – com suas narrativas – e a vida que corre pelas ruas que ganham corpo no jornalismo online, porém, sem os pés dos jornalistas tocarem grãos de poeira e asfalto fora das redações.

Esses praticantes jogam com espaços que não se veem; têm dele um conhecimento tão cego como no corpo-a-corpo amoroso. Os caminhos que se respondem nesse entrelaçamento, poesias ignoradas de que cada corpo é um elemento assinado por muitos outros, escapam à legibilidade. Tudo se passa como se uma espécie de cegueira caracterizasse as práticas organizadoras da cidade habitada. (CERTEAU, 1990, 171)

Com os pés na redação e os dedos a teclar notícias de fontes oficiais ou a partir do relato alheio, os repórteres que não vão à rua perdem seu poder de enunciação. É pelo olhar e voz do outro que ele exercita o dizer jornalístico. Troca os pés pelas mãos.

Uma comparação pelo ato de falar permite ir mais longe e não se limitar somente à crítica das representações gráficas, visando, nos limites da legibilidade, um inacessível além. O ato de caminhar está para o sistema urbano como a enunciação (o speech act) está para a língua ou para os enunciados proferidos. (...) o ato de caminhar parece portanto encontrar uma primeira definição como espaço de enunciação (CERTEAU, 1990, p. 177)

Mesmo com a velocidade exigida nas redações online, Ferrari (2003) dialoga com o retorno das práticas defendido por Michel de Certeau ao propor que o jornalista digital se volte mais para as ruas:

O tempo virtual também pode assumir roupagens mais do que reais na vida de um jornalista virtual. Ele precisa abrir os olhos e sair andando a pé pela cidade. Faça esse rico exercício. Deixe o carro estacionado, salte do ônibus, caminhe sem compromisso. Olhe para o lado, aguçe o ouvido, pegue-se observando uma conversa alheia na fila do caixa 24 horas; repare como as mulheres seguram a bolsa; a poluição visual dos outdoors. Como ensina Roland Barthes nos seus estudos sobre linguagem, desvie seu caminho habitual e olhe sem máscara o que a rua lhe apresenta (FERRARI, 2003, p. 46)

No prefácio do livro “O Olho da Rua” (2008), de Eliane Brum, Caco Barcellos aponta os métodos rigorosos de pesquisa da jornalista como o avesso da dinâmica tecnoburocrática predominante. “Apurar por e-mail, por telefone, por intercâmbios eletrônicos da informação, além de excluir da pesquisa a maioria da população, que não tem acesso a essas tecnologias, elimina o melhor da prática jornalística: ouvir de perto, ao vivo, de preferência com os pés envolvidos ‘na lama dos acontecimentos’”.

Para a jornalista Eliane Brum, a reportagem é um ato de entrega, de envolvimento intenso entre quem fala e quem escuta. Para ela, repórter de verdade, “atravessa a rua de si mesmo para olhar a realidade do outro lado de sua visão de mundo.

2.1 João do Rio

Buscar as notícias nas ruas não é algo inerente à rotina de produção do jornalista. Até o início do século XX, prevalecia o jornalismo de gabinete. No Brasil, o personagem mais emblemático dessa mudança de postura profissional é o escritor João Paulo Barreto, o João do Rio, na virada do século XIX para o XX, que foi buscar nas ruas matéria-prima para suas crônicas.

Sob influência francesa e com pseudônimo inspirado em Jean de Paris, o escritor Paulo Barreto, segundo Siqueira (2004), “parafraseou Baudelaire e se tornou flâneur, vagando pelas ruas da cidade e observando parcelas da sociedade que raramente frequentavam a literatura e o jornalismo.”

Ao contrário do que era tradição na época, ainda conforme Siqueira, João do Rio deixa de lado o estilo “crônica de gabinete”, escrito sem averiguação de informações, e opta pela ida ao campo. É a rua, com seus personagens e histórias do *bas fond*, que ganha espaço nos textos publicados pelo escritor carioca e que hoje é considerado um dos pioneiros na adoção de técnicas de apuração e reportagem, na história da imprensa brasileira.

Para compreender a psicologia da rua não basta gozar-lhe as delícias como se goza o calor do sol e o lirismo do luar. É preciso ter espírito vagabundo, cheio de curiosidades malsãs e os nervos com um perpétuo desejo incompreensível, é preciso ser aquele que chamamos flâneur e praticar o mais interessante dos esportes - a arte de flânar (RIO, 2007, p. 27)

Medina (1978) destaca “a observação da realidade”, como uma característica essencial do repórter. Para a autora, esse foi o ponto de partida de João do Rio ao produzir reportagens e ao renovar a crônica: “O repórter vai a campo e busca informações. Vale-se, antes de mais nada, do método da observação. Essa capacidade é apontada por quase todos os autores como a arma mais importante de Paulo Barreto”. Destaca-se nesse processo, a coleta de informações por meio de fontes, que é a grande conquista técnica que João do Rio lança no jornalismo brasileiro, ainda segundo Medina.

3. Cenário de pesquisa

O portal G1 Paraíba nasceu em 26 de agosto de 2011, a partir da fusão do então Paraíba 1 com o portal nacional G1. O veículo pertence à Rede Paraíba de Comunicação, que detém duas concessões de TV afiliadas à Rede Globo (TV Cabo Branco, em João Pessoa, e TV Paraíba, em Campina Grande), além das rádios Caco Branco FM, CBN João Pessoa e do Jornal da Paraíba. O grupo também conta com o portal Jornal a Paraíba. Atualmente, o G1 Paraíba tem, em média, 1,5 milhão de visitas por mês, as quais geram em torno de 3 milhões de visualizações de página. Aproximadamente, 55% do público que acessa o portal é paraibano.

A mudança de Paraíba 1 para G1 Paraíba foi uma forma de adequação da rede ao projeto nacional da Globo de expandir seus produtos online. A Paraíba foi o oitavo Estado a se incorporar ao projeto da Globo de regionalização do conteúdo no portal G1. Para a implantação do novo projeto, foram necessários seis meses de planejamento e várias etapas de trabalho incluindo reformas na estrutura física da empresa, treinamento e contratação de pessoal e investimentos em equipamentos de tecnologia.

O conteúdo oferecido pelo portal paraibano inclui todas as reportagens exibidas nas afiliadas da TV Cabo Branco e TV Paraíba, bem como reportagens especiais, infografias e noticiário "hard news". Durante nossa análise, foi observado um maior destaque às notícias policiais, em detrimento de outras questões do cotidiano.

A redação do G1 Paraíba conta com 11 profissionais, divididos em dois editores, seis repórteres (um em Campina Grande), dois estagiários e uma pessoa que atua nas mídias sociais, colaborando com sugestões de pautas e compartilhando publicações do portal. Afora isso, há também um paparazzi, contratado com carteira assinada, como radialista, e que colabora com envio de fotografias e vídeos.

3.1 Rotinas produtivas no G1 Paraíba

A apuração e produção de notícias no G1 Paraíba se dá, essencialmente, a partir da redação. A regra é que os repórteres saiam às ruas apenas quando a execução da pauta se torna inviável de ser produzida na própria empresa, como em casos de coletiva de imprensa ou algum protesto de grande relevância, como o ocorrido no dia 20 de junho de 2013, quando milhares de pessoas ganharam as ruas de todo o País. Segundo os editores do portal, “não há uma periodicidade fechada (para essas saídas), já que isso depende muito do que está acontecendo na cidade e da avaliação da editoria”.

Na maioria das vezes, a apuração é feita por telefone, e-mail e auxílio das redes sociais. Há também um aproveitamento de material enviado por assessoria, o qual, segundo nossos entrevistados, nunca é aproveitado em sua totalidade da forma como chega. Os "releases" passam uma avaliação dos editores e o que é considerado como válido para publicação, pelos critérios do G1, passa por um tratamento, sendo também complementado por outras fontes para garantir o contraponto.

Os repórteres do G1 Paraíba também selecionam e dão "tratamento" à parte do material publicado pelo Jornal da Paraíba, veículo impresso pertencente à Rede Paraíba de Comunicação.

Para a produção das notícias, a equipe também se vale do próprio banco de informações (histórico) do portal, principalmente para suítes de matérias. No jornalismo online, basta uma pequena informação nova ser acrescentada ao material antigo que se tem notícia de "cara nova".

3.2 Paparazzo, o furacão!

Walter Paparazzo nasceu em Natal, no Rio Grande do Norte, como Walter Fernando Souto Brandão, mas está radicado na Paraíba desde criança. Integra uma família de 14 filhos - todos com o nome Walter, inclusive as mulheres - e atua há 15 anos como paparazzi, profissão iniciada meio por acaso em São Paulo, para onde fora à procura de emprego.

Um amigo fazia free lancer de filmagem de casamento e eu ajudava. Uma noite, ia fazer iluminação e deveria voltar com a câmera para casa, de carro. Quando vinha descendo a avenida São João, vi um tumulto. Umas pessoas correndo e apontando para cima. Quando olhei era um policial agarrando uma mulher que tentava se matar. Não resisti, pois estava com uma câmera boa, e registrei o fato, tremendo muito e com medo de passar por cima das cenas do casamento. Depois que fiz a imagem, um pessoal com sotaque de carioca me abordou e me disseram que me pagariam tanto pelas imagens, em torno de R\$ 500 hoje. Vendi essa imagem. Peguei o dinheiro, dividi com meu amigo. E de lá para cá fiquei nesse fanatismo (PAPARAZZO, 2013)

Por necessidade e o “fanatismo” – como chama o frisson que sente em buscar fatos inusitados nas ruas, Walter Paparazzo ganhou uma nova profissão em São Paulo. Após o episódio da tentativa de homicídio, no qual ele até comprometeu cenas do casamento que tinha sido filmado, uma irmã comprou para ele uma câmera de vídeo à prestação e ele continuou vendendo imagens na Terra da Garoa.

Ganhei muito dinheiro em São Paulo. Lá existe escritório terceirizado só para isso. Pegava briga, artistas na rua, fazia de tudo. Fiquei um certo tempo ganhando dinheiro com imagem, mas precisei voltar à Paraíba porque minha mãe estava doente. Já tive pastelaria, loja de bijuterias e depois resolvi voltar ao ‘fanatismo’ mesmo sabendo que João Pessoa não tinha essas coisas. Comecei a pegar imagens, oferecer e fui pegando nome e nome e hoje estou realizado com o que eu faço.

Para poder “fazer nome” e ganhar credibilidade em João Pessoa, Walter Paparazzo passou praticamente um ano fornecendo imagens de graça para uma emissora local. Sem formação alguma específica na área, ele é defensor prático do jornalismo em tempo real, que tem fetiche pela velocidade (Morethzsohn, 2002). “Para meus flagrantes, o que preciso é ter rapidez, chegar rápido. A qualidade técnica não tem muita importância para o meu ramo. Não sou fotógrafo, nem cinegrafista técnico, sou um furacão. Paparazzo Furacão”.

O colaborador do G1 Paraíba foi contratado justamente por ter muitas fontes. Paparazzo possui muitos contatos e uma relação muito próxima com policiais e

socorristas. Também por isso, poucas vezes é pautado pela redação. Ele traça seus próprios roteiros em busca da notícia, conforme relato dos editores do portal:

Ele tem uma estrutura própria de acompanhamento dos factuais e, com raras exceções, ele mesmo se pauta. O próprio Walter tem suas estratégias para saber onde tem notícia acontecendo. Algumas pautas são repassadas diretamente por e-mail para a redação. Isso acontece quando ele percebe que é algo mais urgente e que rende boa imagem pelo celular. Em outras, ele passa pela redação para entregar o material depois de produzido com sua câmera fotográfica profissional.

Paparazzo trabalha no sistema 24/7 e não consegue se desligar em momento algum. Durante a entrevista para esse estudo, seu telefone tocava direto, com ligações de policiais, populares e socorristas do Samu. Isso ocorre porque, para facilitar o processo produtivo, o colaborador do G1 Paraíba concede o número do seu telefone celular indiscriminadamente. “Alguns policiais fornecem informações em troca de imagens que depois vão servir para futuras promoções”, explica.

Sempre fora da redação, correndo em busca da notícia, também há dias em que o telefone de Paparazzo não toca, ou ele não consegue alguma informação extraoficial que garanta os cliques e imagens que irão abastecer o portal. Nessas horas, ele incorpora João do Rio e assume ares de um novo *flâneur*, ainda que em cima de uma motocicleta.

Quando o dia está fraco, saio andando pelas BRs, para ver se tem flagrante de acidente, ando também perto de escola, para ver se tem pai que leva duas, três crianças em cima de uma bicicleta ou de moto. Também procuro bicho. Já me disseram na redação: Quando tiver bicho, traga! Onde chego, faço fotografias para o G1 e imagens exclusivas para a TV Cabo Branco.

3.3 Faro jornalístico, colaborações e conflitos

A rotina organizacional que prioriza o repórter entre quatro paredes, sob o conforto do ar-condicionado e longe da poeira das ruas não agrada a todos no G1 Paraíba. Alguns repórteres e editores sentem falta do contato direto com o fato e as fontes. “Eu mesma sinto falta de tê-los mais na rua. Sabemos dos ônus que esta escolha representa, mas estar mais tempo na redação é parte da necessidade do veículo de dar agilidade à produção dentro das condições de trabalho que dispomos”, admite um editor entrevistado.

Consciente da limitação imposta pelo modelo organizacional vigente, a redação precisa se adequar também ao estilo do colaborador paparazzi. Não chega a ser uma queda-de-braço diária, mas há momentos de divergência. Nem sempre Walter Paparazzo está disposto a cobrir alguma demanda da redação e que vale matéria, mesmo sendo avisado da pauta.

Walter fica sabendo muito rápido de pautas interessantes, tem um bom olhar para alguns flagrantes do cotidiano e consegue trazer um material muito interessante e até exclusivo para a redação. O lado ruim é que, às vezes, ele se nega a fazer pautas que são bem bacanas e que, em algumas situações, não rendem pela falta da imagem. É mais comum ele supervalorizar fatos que não são pauta do que o contrário.

A prioridade de Paparazzo são os “factuais exclusivos”, por isso ele quase nunca se dispõe a cobrir pautas marcadas pela redação do G1 Paraíba:

Eu gosto de ficar livre, não gosto de ser pautado para Assembleia (só se houver cacete), para passeata, imagens de enterro. Gosto de fazer flagrantes e ação. Também vou quando sou pautado, mas às vezes me recuso. Quando me recuso, nunca me pressionam.

A falta de uma presença constante de repórteres nas ruas também influi na seleção de notícias que serão “manchetadas” pelo G1 Paraíba. Durante nosso estudo, percebemos que boa parte das matérias que apareciam na página principal do portal tinha relação direta com o trabalho desenvolvido por Paparazzo, inclusive com muito espaço para notícias policiais.

Além disso, na maioria das matérias a fonte é sempre a oficial, faltando a voz da vítima, do agente principal do fato, de um popular. Buscando evitar esse tipo de situação, a editoria do G1 Paraíba tem orientado o colaborador a captar imagens com sonoras que possam ajudar na apuração da notícia. Isso facilita porque, como se sabe, nem sempre será fácil localizar os envolvidos no fato por telefone. Isso funciona especialmente para matérias policiais e cobertura de trânsito.

Para chegar aos destaques do portal, o colaborador chega a forçar a derrubada de alguns “portões”, para influenciar na decisão dos *gatekeepers*, conforme um editor:

Por coincidência, estamos numa fase de transição: reduzindo o número de matérias policiais e tentando dar espaço a crimes de destaque, com algum diferencial. Claro que ele (Paparazzo) sempre dá uma forçada para que todo o material dele entre, mas não é ele quem decide.

Em 1922, ao tratar da natureza da notícia, Lippmann já apontava o diferencial de um bom profissional. “Um bom jornalista irá encontrar a notícia com mais frequência do que um picareta. Se enxergar um prédio com uma borda perigosa, ele não precisa esperar que ela caia na rua para reconhecer a notícia”. Mesmo sem ser jornalista, Paparazzo possui critérios próprios de noticiabilidade.

Meu critério é quando eu vejo que aquilo vai repercutir, que é inusitado, que aquilo está inflamado. O cara chegou, ameaçou fazer alguma coisa, tentou. Tem de repercutir. Nunca tenho errado nesse ponto, tenho mais acertado. Uma vez, passei e vi um cara batendo numa casa com uma marreta. Eu passei, vi que o negócio ia cair. Só pelo risco, já ia dar notícia. Só pelo jeito que ele estava fazendo, já ia virar notícia. Fiquei lá um tempão acompanhando, e a parede caiu. Levei as imagens para um editor. Me deu

uma coisa no peito quando eu vi que o editor interrompeu o cigarro e disse: “Essa eu quero!”

Aos 52 anos, Walter Papparazzo se ressentido de não ter estudado, principalmente de não ter feito um curso de jornalismo. Hoje ele possui DRT, mas obtida logo após a queda da exigência do diploma pelo Supremo Tribunal Federal. Na rotina produtiva do G1 Paraíba, ele diz que às vezes recebe alguma orientação, mas pouca.

Não dão muita orientação, pois sabem que eu faço tudo. Já me falaram sobre assalto, imagens de circuito interno, sobre animais. Na TV, disseram hoje que eu preciso treinar minha narração, porque eu falo como se tudo fosse uma manchete. Eu gostaria de ser mais treinado. É muito bom. Às vezes dizem: “Jornalismo não tem o que fazer”. Mas quando você tem uma pequena orientação, você vê que precisa de mais coisa. Uma faculdade é diferente.

Cada vez mais, o jornalismo cria novas bases de produção e se reconfigura a partir dos novos dispositivos tecnológicos. Ao longo desse artigo, abordamos mudanças nas rotinas produtivas das redações digitais, dentre as quais o estabelecimento do jornalismo online como um novo status social da profissão e a figura do “jornalista sentado”.

Tendo como campo de estudo o portal G1 Paraíba, pudemos não apenas constatar empiricamente a predominância do “jornalista sentado” na redação, bem como observar as relações dos profissionais com um paparazzi.

É visível o não aprofundamento de conteúdo nas coberturas externas, principalmente pela ausência do contato direto com a fonte, ainda que haja a colaboração de Walter Papparazzo. A partir deste estudo, percebemos a necessidade do jornalismo atual incorporar João do Rio e deixar, um pouco, o ar-condicionado dos gabinetes para que a rua, novas fontes e outras ambiências ganhem corpo no noticiário.

Referências

ADGHIRNI, Zélia Leal. **Mudanças Estruturais no Jornalismo**: travessia de uma zona de turbulência. In: *Jornalismo e Sociedade- Teorias e Metodologias*. Fábio Henrique Pereira (org). Florianópolis: Insular, 2012.

_____ **O Jornalismo entre a informação e a comunicação**: como as assessorias de imprensa agendam a mídia. Actas do III Sopcom, VI Lusocom e II Ibérico – Volume IV. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/adghirni-zelia-jornalismo-informacao-comunicacao.pdf>

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A Construção da Notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BENETTI, Marcia. **Produção da Notícia**. In: *Dicionário da Comunicação*. Ciro Marcondes Filho (org). São Paulo: Paulus, 2009.



BRUM, Eliane. **O Olho da Rua** – Uma Repórter em Busca da Literatura da Vida Real. São Paulo: Globo, 2008.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano** – Artes de Fazer. 2ª. Edição. Petrópolis: Vozes, 1994.

FERRARI, Pollyanna. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

LIPPMANN, Walter. **A Natureza da Notícia**. In: A Era Glacial do Jornalismo – Teorias sociais da imprensa. Christa Berger e Beatriz Marocco (orgs.) V. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LOTMAN, Iuri. **A estrutura do texto artístico**. Lisboa: Estampa, 1978.

MAGALHÃES, Fernanda. **A Alma da Rua**: O espaço urbano carioca na crônica de João do Rio. Artigo publicado no ANPUH – XXIII SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA – Londrina, 2005.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Notícia, um produto a venda**: Jornalismo na Sociedade urbana e industrial. São Paulo: Alfa-Omega, 1978.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em Tempo Real**: O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

NÉVEU, Erik. **Sociologie du journalisme**. Paris (França): La Découverte, 2001.

NORBERTO, Natalício. **Jornalismo para todos**. Rio de Janeiro: Casa Publicadora Batista, 1969.

ORTEGA, Felix e HUMANES, Maria Luisa. **Algo más que perio-distas** – sociología de una profesión. Barcelona (Espanha): Editora Ariel, 2000.

PEREIRA, Fábio Henrique. **O jornalista on-line: Um Novo Status Profissional?** Uma análise da produção da notícia da internet a partir do conceito de jornalista sentado. UNB, 2003. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-jornalista-on-line-novo-status.pdf>

PRADO, Magali. **Webjornalismo**. São Paulo: LTC, 2011.

RIO, João do. **A Alma Encantadora da Ruas**. Crônicas. Texto Integral. São Paulo: Martin Claret, 2007.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. **João do Rio, Repórter da Pobreza na Cidade**. Em Questão, Porto Alegre, v. 10, n.1, 2004

SHOEMAKER, Pamela J. **Teoria do Gatekeeping** – Construção e seleção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

WARD, Mike. **Jornalismo Online**. São Paulo: Roca, 2006.



Centro Internacional de Semiótica e Comunicação – CISECO

II COLÓQUIO SEMIÓTICA DAS MÍDIAS • ISSN 2317-9147

Praia Hotel Albacora • Japaratinga – Alagoas • 25 de setembro de 2013
