



Tiro, porrada e bomba: o noticiário policial e a inserção do jornalista amador no telejornal¹

Aline Grupillo Chagas Reis²
Universidade Federal Fluminense

Resumo: O objetivo deste artigo é analisar em que medida a mudança no formato do telejornal SBT Rio, projetou o noticiário entre as camadas populares e o tornou vice-líder de audiência no Rio de Janeiro. A adoção da linguagem informal demandou alterações no cenário, na retórica discursiva do telejornal, agora baseada na performance dos apresentadores, e, em última análise, no investimento da emissora na cobertura de crimes e da violência urbana carioca. Sendo assim, o artigo está dividido em duas partes, a primeira focada nas mudanças técnico-operacionais decorrentes dessa estratégia comercial e a segunda centrada na necessidade de produção de imagens impactantes feita, preferencialmente, pelo chamado jornalista amador. A hipótese é que o telejornalismo popular tornou-se dependente do trabalho desses indivíduos pelas dificuldades de acessos das equipes de reportagem profissionais aos locais das ocorrências policiais.

Palavras-chave: telejornalismo; telejornalismo popular; jornalismo; televisão; sbtrio.

1. Introdução

“Atenção jornalistas de rádio, jornal ou televisão! se você conhece algum assunto que possa ser interessante para uma reportagem em programas de televisão. Ganhe dez mil reais, use o seu nome ou pseudônimo.” O anúncio, destaque na programação do

¹ Artigo apresentado no 14º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, Palhoça – Unisul, novembro de 2016.

² Jornalista e mestrande do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social (PPGCOM)- UFF. Orientador Marco Roxo.

SBT, promete uma considerável quantia em dinheiro para quem conseguir enviar uma sugestão de pauta que possa ser transformada em reportagem nos programas televisivos do canal. Embora o comunicado não esclareça como são os critérios de avaliação para a entrega do prêmio, um alerta se encarrega de informar: “Não é concurso! é compra de assuntos que chamem a atenção do público”.³

A divulgação provocou certo desconforto no departamento de jornalismo. Em primeiro lugar porque a compra de pautas desconstrói a ideologia jornalística fundamentada na legitimidade e na autoridade do profissional da imprensa na construção dos acontecimentos da realidade social; e, em segundo lugar, porque a oferta financeira inibiu a contribuição voluntária dos espectadores, fontes importantes de assuntos com potencial de noticiabilidade. De certa forma, a iniciativa colocou em pé de igualdade jornalistas *profissionais* e jornalistas *amadores*. É nessa relação complexa, de oposição e ao mesmo tempo de interdependência, que se baseia esse artigo.

Fato que chama atenção, a dispensa da identificação formal do remetente no envio do material nos permite pensar que a produção está em busca de imagens e assuntos espetaculares que elevem os índices de audiência compreendendo, porém, que parte considerável desses fatos ocorre no submundo ou áreas perigosas, o que exige o anonimato do interlocutor.

Nesse sentido, a proposta do SBT oficializa uma prática já existente na emissora, a compra de imagens feitas por indivíduos ordinários, os chamados jornalistas *amadores*.⁴ No SBT Rio, essa espécie de colaboração parece fundamental pela crescente dificuldade de acesso das equipes de reportagem *profissionais* aos locais considerados perigosos e hostis à sua presença.

Desse modo, o fenômeno a que nos referimos não diz respeito a um conjunto de agentes engajados politicamente contra a hegemonia dos meios tradicionais (jornalismo *open source* ou jornalismo cidadão), tampouco a uma espécie de ativismo como observado nas mídias alternativas (Bentes, 2014), mas antes o interesse está na possibilidade de negociação comercial de imagens com os produtores de conteúdo televisual.

³ Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/inscricoes/casosjornalisticos>> acesso em 18 jul. 2016

⁴ O termo é utilizado pelos jornalistas profissionais para classificar os indivíduos que trabalham com equipamento próprio e sem identificação na captação de imagens, preferencialmente em locais de crimes.

Na perspectiva de Keen (2009), o jornalista amador constitui um diletante, indivíduo cuja habilidade e ligação com fontes de informação permitem o exercício da função, entretanto, a ausência da formação superior na área de interesse, impede o seu reconhecimento estatutário pelos pares.

Além dos aspectos já ressaltados, o trabalho dos amadores problematiza questões entorno da identidade do jornalista profissional, do estatuto profissional do repórter cinematográfico e da hierarquização laboral entre os produtores de texto (repórteres, editores e produtores) e os produtores de imagem (repórteres cinematográficos) dos quais não é exigida a portabilidade do diploma específico para o exercício da atividade profissional nas organizações televisivas.

Tendo em vista essas questões, este artigo está dividido em duas partes distintas. Inicialmente, pretende-se analisar em que medida as mudanças no formato do SBT Rio refletiram no aumento da audiência do telejornal entre as camadas mais pobres para, em seguida, averiguar como a narrativa policial propiciou a (re)emergência do jornalista amador como coprodutor da (tele)notícia. As imagens amadoras permitem o *framing* espetacular do fato social contribuindo, assim, para o ordenamento espaço-temporal do noticiário que fundamenta, através da sequência de reportagens, o discurso da violência urbana e a retórica do jornalismo como prestador de serviço público e defensor da moral e da ordem social.

2. O telejornalismo policial como estratégia comercial

O SBT Rio estreou na programação da emissora na cidade do Rio de Janeiro no final da década de 1990 com o formato de telejornalismo padrão em que a bancada corresponde ao principal elemento cênico. O noticiário produzia e exibia reportagens de temas variados – ligados aos problemas urbanos cotidianos – estruturadas em um modelo formal marcado primeiramente pela estabilidade no enquadramento das imagens e também por uma narrativa roteirizada raramente fugindo à fórmula *off* – narração do repórter – passagem e entrevistas.

A migração para o gênero policial, centrado nas reportagens de crimes, nos dramas familiares, nas misérias humanas, nos fatos pitorescos e nos conflitos sociais, se deu a partir de 2009, quando a direção apostou na implementação do chamado jornalis-

mo *mundo cão* (SACRAMENTO; ROXO, 2015). O novo direcionamento refletiu diretamente nos modos de produção do noticiário demandando adaptações tanto por parte dos jornalistas para estreitar a relação com as fontes policiais, quanto por parte da equipe técnica e operacional (repórteres cinematográficos, auxiliares de câmera e editores de imagem) agora orientada a captar e editar matérias no estilo plano-sequência, com poucos cortes e com o predomínio de movimentos frenéticos, instáveis e inconstantes cuja função de *ao vivo* tem por premissa a criação de uma empatia com o telespectador.

A proposta de alteração do formato e do conteúdo do SBT Rio compreendia uma dupla estratégia comercial da emissora: de um lado, inserir a sucursal na concorrência direta com a Rede Record pela audiência no horário do início da tarde e, por outro lado, criar um telejornal alternativo ao modelo “civilizado” e normativo utilizado pela Rede Globo baseado nas diretrizes (isenção, imparcialidade e objetividade) do jornalismo moderno.

Historicamente, a narrativa policial compôs a estratégia mercadológica sob a qual erigiu o SBT: a programação popular. Desde a década de 1980, quando de fato tornou-se uma concessão pública, o SBT soube como nenhuma outra emissora aproveitar a lacuna deixada pelo projeto de modernização da televisão brasileira que retirou do ar programas considerados de “baixo nível” e “mau gosto”, na década anterior. A herança deixada por produtos de sucesso de público como *Patrulha da Cidade*, da rádio Tupi, *A Cidade contra o Crime*, da Globo e *O Homem do Sapato Branco*, da TV Cultura seria reaproveitada pelo Sistema Brasileiro de Televisão em produções como *O Povo na TV*, *O Crime e a Lei* e *Jornal Policial*. A linguagem do improvisado adotada pela então rede TVS levou o canal a se tornar parte viva da televisão brasileira, “exatamente aquela que não encontrava lugar nos padrões vigentes na década de 70” (MIRA, 1995).

Particularmente no telejornalismo, a emissora vinha de experiências recentes com o conteúdo policial nas duas versões de *Aqui Agora*, em 1991 e em 2008. Programa homônimo a outros dois – *Aqui e Agora*, exibido pela TV Tupi em 1979, e *Nuevediarario*, do Canal 9 de Buenos Aires – o jornalístico reproduziu na TV brasileira a linguagem do cinema verdade nos anos 60 (câmera na mão, som direto, informação), de fabulação explícita e intensa dramatização, herança da imprensa sensacionalista, do folhetim e da radionovela (BENTES, 1994).

A linguagem do plano-sequência, ainda que grosseira esteticamente, garantia o impacto das imagens *ao vivo* no programa. Esta era a receita do jornalista Albino Castro, diretor responsável pelo *Aqui Agora* para alavancar o índice de audiência do canal que chegou a marcar 37 pontos durante a exibição da primeira versão do noticiário.⁵ À Folha de São Paulo, em virtude do relançamento do jornalístico, Castro afirmava que manteria "o conceito de ter vários curtas-metragens em um programa". À época, dizia o diretor: “a câmera poderá chacoalhar sempre que for preciso”.⁶

No caso do SBT Rio, a aproximação das classes populares implicou antes de mais nada na mudança estética do telejornal apresentado desde a estreia pela jornalista Renata Affonso (Figura 1).

Figura 1: A jornalista Renata Affonso na bancada do SBT Rio (1999 -2006)



A bancada, elemento central no estúdio até 2009, perderia paulatinamente sua função no novo projeto de telejornalismo da sucursal. A partir daquele ano, uma reforma permitiu maior movimentação do novo apresentador na enunciação do noticiário. Inicialmente, o jornalista Luiz Bacci se revezava entre a bancada e um telão por onde podia interagir com os repórteres na rua (Figura 2).

⁵ Cf. Roxo, 2010.

⁶ Entrevista ao jornal Folha de São Paulo (03/03/2008). Disponível em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0303200811.htm> acesso em 17 fev. 2016

Figura 2: O apresentador deixa a bancada para ser enquadrado de corpo inteiro



No mesmo ano, porém, a bancada foi retirada do cenário com o objetivo de ampliar a área para a performance do apresentador. Duas câmeras posicionadas nas extremidades do estúdio acompanhavam Bacci através de *zoom in* e *zoom out* – enquadramento fechado e aberto – o que conferia mais agilidade ao telejornal.

A principal modificação no cenário, no entanto, ocorreu em 2013, com a criação de dois ambientes distintos – um deles simulando uma sala de estar onde comentaristas e entrevistados são posicionados – o que proporcionou significativa melhora na movimentação da apresentadora (Figura 3). A imagem do Cristo Redentor como representação da cidade foi centralizada no cenário indicando o forte direcionamento do noticiário à problemática local. O SBT Rio consolidou assim uma postura opinativa, centrada no *hardnews*, frente à linguagem formal e impessoal do *RJTV 1ª edição*, telejornal da Rede Globo exibido no mesmo horário.

Ao se posicionar como telejornal das classes econômicas mais baixas, o SBT Rio passou a concorrer diretamente com o *Balanço Geral*, da Rede Record, de mesmo formato, apresentado, à época, por Wagner Montes. Pacientes à espera de atendimento nos hospitais, acidentes de trânsito, “baixarias”, escândalos políticos, operações policiais e crime aberrantes passaram a fazer parte do cardápio televisual diário do programa acompanhado em 245 mil residências por quase 675 mil espectadores diariamente, 68%

deles das classes C, D e E.⁷ O noticiário conquistou a vice-liderança de audiência no estado em parte pelo carisma da apresentadora Isabele Benito.

Figura 3: Estúdio de transmissão do telejornal SBT Rio



Corner (1995; 1996) argumenta que a visualidade é a principal característica da televisão. Nesse sentido, a construção de ambientes e cenários para fácil absorção do conteúdo passa a ser central:

O uso adequado das potencialidades do meio vai tornar o conteúdo atraente para um público de massa. A visualização é o forte da televisão. O conhecimento do mundo é articulado pela visualidade. O meio representa a realidade, cria um poderoso engajamento, identificação, fascinação, pensamentos e valores através de imagens. (CORNER, 1995, 1996, *apud* EKSTRÖM, 2002)⁸

Igualmente importantes são as estratégias empregadas pela televisão para atrair a audiência. Ekström (2002) as dividiu em três categorias, denominadas de modos de comunicação que ressaltam o jornalismo televisivo como forma de conhecimento pela informação, como narrativa carregada de suspense e, por último, como forma de atração, que mobiliza a experiência do ver pela exposição ao sensacional. A utilização dessas três categorias pode ser identificada no formato do telejornal SBT Rio.

Com o slogan *Jornalismo na veia*, o noticiário evoca a retórica da TV como bem público essencial à democracia, o que o eleva ao *status* de fonte de informação. Além

⁷ Pesquisa encomendada pelo setor comercial do SBT Rio ao IBOPE, realizada no Grande Rio de Janeiro entre fev/14 e fev/15, a que tivemos acesso.

⁸ Tradução nossa.

disso, a gravação das reportagens em câmera subjetiva – plano-sequência – e posterior edição com larga utilização de efeitos visuais e sonoros transformam o espectador em participante da narração pelo acompanhamento dos desdobramentos dos fatos na medida em que acontecem. Esse efeito testemunhal é ampliado pela criação de uma atmosfera de suspense que aproveita ao máximo a dramaticidade do meio. Precisa-se que o telespectador acredite que a história aconteceu exatamente como está sendo mostrada. Daí a atração da audiência pela fascinação e experimentação do sensacional.

Ao lançar mão de narrativas televisuais carregadas de dramaticidade, o SBT Rio oferece ao espectador um misto de jornalismo e entretenimento por meio de uma realidade construída em fragmentos que convocam um cotidiano violento, de barbárie e desesperança onde o próprio telejornal sobressai como saída possível para uma mudança social e o telejornalismo como instrumento da ordem e da moral (BLONDHEIM & LI-EBES, 2009).

A apropriação pelo telejornalismo local da tendência ao sensacionalismo, ao espetáculo e à teatralização da notícia vem confirmar as características do próprio SBT desde a sua criação com o apelo ao grotesco e às matrizes mais remotas da cultura popular. E nesse sentido, o discurso jornalístico da emissora caminha *pari passu* àquele assumido nas últimas décadas pela mídia na América Latina, sobretudo a televisiva (COUTINHO, 1972) para a qual corroboram o conteúdo imagético impactante bem como a performance de repórteres e apresentadores diante das câmeras.

Desse ponto de vista, “assistir televisão é como ir ao circo, ver o que ocorre em situações extraordinárias, ‘em outro mundo’” (EKSTRÖM, 2002, p.479).⁹ Ou como sugeriu Mira (1995), é estar diante de um circo eletrônico onde o apresentador desempenha papel vital no convite para adentrar à lona e participar do espetáculo.

3. Dedo na cara! em defesa do povo

O bordão utilizado pela apresentadora Isabele Benito sucede à exibição dos fatos mais estarrecedores na TV. Nos termos de Freire Filho (2007), é o símbolo da postura neopopulista do SBT Rio que tem na figura da líder carismática o elo de ligação com a

⁹ Tradução nossa.

audiência. A jornalista representa uma espécie de justiceira, que fala em nome do povo, aponta os responsáveis pelo sofrimento alheio e cobra, principalmente do poder público, o seu fim, forjando desta forma uma identidade mediada e imediata com o telespectador, especialmente aqueles das camadas mais pobres.

Esse jornalismo de “soberania popular” fica assim preservado no planejamento de pautas que oferecem as condições necessárias à continuidade da televisão do imaginário do serviço público. O bordão *Dedo na cara!* acompanha um efeito visual que parece rachar a tela da TV diante da indignação da apresentadora, comumente enquadrada em *close-up* durante comentários exaltados sobre os mais variados assuntos (Figura 4).

Figura 4: A tela da TV “racha” com a indignação da apresentadora



Telles (2013) argumenta que o conteúdo em primeiro plano oferece uma leitura afetiva do real pelo destaque fisionômico, compreende um recurso de manutenção de afetos. O *close-up* reflete uma espécie de *presença por excelência*, invariavelmente indexada aos telejornais pelas *personas* televisivas (TELLES, 2013, p.71).

O rosto como plano principal funciona como a ponte de ligação entre a televisão e milhares de espectadores separados geograficamente, unindo-os entorno de um sentimento de pertença comum, corroborando então para a criação de uma *cultura de celebridades* na qual o enquadramento próximo e pessoal de alta qualidade produz familiarização com as estrelas (WHANNEL, 2005). Nessa mesma linha de

entendimento, Couldry (2005) aponta para o ordenamento de padrões sociais através das celebridades, no qual valores podem ser confirmados e comunicados. “Um ponto crucial que nos ajuda a entender, em última instância, como os rituais (de mídia) estão ligados ao poder” (COULDRY, 2005, p.25).¹⁰

O centramento na apresentadora como persona televisiva promoveu seu trânsito entre meios. A jornalista, que começou a carreira no SBT como repórter de polícia, acumula atualmente a administração de um *vlog* da própria emissora¹¹ e a produção de conteúdo para um portal na *internet* que leva o seu nome.¹² No ambiente virtual Isabele Benito apregoa que “em um país onde as injustiças são gritantes, onde há corruptos aos montes, a imprensa é a melhor arma de manutenção da democracia”. Ali não há modéstia, a apresentadora é “tudo que a gente precisa”.

Já na TV, o discurso representativo da maioria segue invariavelmente a retórica do jornalismo profissional como representante da opinião pública, conforme sugere o trecho:

Eu não coloco touca preta na cabeça, eu não coloco lenço na minha boca, eu mostro minha cara todos os dias aqui [...]. Todos os dias eu faço manifestação, dou Dedo na cara, reclamo e cobro com nome e sobrenome [...]. Eu sou uma manifestante da imprensa, eu sou parte da imprensa, aquela que tá aí pra fazer a manutenção da democracia (Isabele Benito).¹³

A performance midiática ritualizada contribuiu para formalizar a autoridade tanto da apresentadora quanto do telejornal. Na visão de Scannell (2009), o tempo de exibição e a programação em sintonia com os humores e as exigências da audiência são determinantes para a permanência e manutenção do produto televisual no ar (SCANNELL, 2009, p.224). O corpo, a postura e a voz da apresentadora juntamente com o tempo diário de permanência do programa no ar parecem projetá-la para além da tela promovendo um efeito de proximidade junto ao espectador.

¹⁰ Tradução nossa.

¹¹ Disponível em: <http://www.sbt.com.br/jornalismo/vlogs/isabelebenito/noticias/noticias_todas.asp> acesso em 01 jun. 2016

¹² Disponível em: <<http://www.isabelebenito.com.br>> acesso em 01 jun. 2016

¹³ Comentário da apresentadora sobre a agressão a um fotógrafo durante cobertura policial em julho de 2014. Disponível em < <https://www.youtube.com/watch?v=HzL03bYoaY4> > acesso em 01 jun. 2016

Na análise comparativa entre as notícias de jornal e as notícias de TV, Weaver (1993) procurou explicar como tais características conferem ao narrador na televisão uma aura de onisciência ao passo que dota o próprio meio de autoridade moral e intelectual:

A sua postura é tranquila e de mestre, a sua voz de comando, a sua dicção perfeita; as suas deixas são faladas impecavelmente, a sua roupa impecável, feita por medida, e com combinação de cores, e o seu cabelo está perfeitamente no lugar (ou não conforme o estilo). Ele pode ser uma pessoa, mas está claramente a desempenhar um papel. (WEAVER, 1993, p.301)

Desta forma, tanto o papel desempenhado pela apresentadora quanto a proposta de espetacularização e dramatização do SBT Rio tornam possível a interpretação do formato como pertencente a um novo gênero: o *infotainment*. Bolin (2014) ressalta que a assimetria entre informação e entretenimento preferencialmente atende à lógica comercial e mercantil da produção televisual. Do *infotainment* decorre uma autonomização e expansão da atuação do jornalista que passa a transitar com mais fluidez e flexibilidade pelos dois espaços – jornalismo e entretenimento – sem qualquer constrangimento, o que o autor chama de *hiperjornalização*. Essa dinâmica pode ser a chave para explicar a exploração da imagem da apresentadora Isabele Benito no espaço virtual, em *talk shows* e até mesmo em anúncios publicitários.

A trajetória do SBT Rio demonstrada até aqui contribui para entendermos um aspecto importante da produção televisual desenvolvida no Brasil desde os anos 60: a aposta dos grupos de mídia no escárnio, no escracho, no espetáculo, no “baixo nível” e no “mal gosto” como linguagem que negocia direta e culturalmente com as camadas populares.

Se analisada dentro do contexto do telejornalismo policial contemporâneo, a estratégia, ainda que mantenha sua eficácia comercial e de manutenção da audiência, apresenta limitações que no âmbito da rotina produtiva vão sendo superadas de forma precária e problemática. Dito de outra forma, a elaboração de reportagens de crimes ou de temas conflituosos, central para esse tipo de telejornal, requer o acesso, cada vez mais difícil, a lugares considerados perigosos e hostis às equipes profissionais de reportagem. Isso nos leva à segunda parte desse artigo, às discussões sobre a introdução e o

papel do jornalista amador na produção das notícias relacionadas ao gênero policial como explicaremos adiante.

4. O jornalista amador no telejornalismo policial

Não por acaso, 2013 representou um marco para o jornalismo do SBT Rio. Foi a partir de junho daquele ano que a emissora incorporou em sua rotina produtiva o chamado *jornalista amador*. Não se trata do cidadão que ocasionalmente faz o registro de fatos com potencial de noticiabilidade por meio de dispositivos móveis com o intuito de participação no telejornal. Também não se refere aos usuário-produtores de *blogs*, *vlogs* ou qualquer outra plataforma colaborativa no ambiente virtual (BRUNS, 2005, DEUZE, 2008).

Embora essas práticas estejam disseminadas socialmente pelo barateamento das ferramentas tecnológicas e até mesmo pela ascensão de uma cultura participativa, elas diferem daquilo que entendemos ser, no âmbito da produção noticiosa, o jornalismo amador: uma atividade remunerada, desempenhada diariamente nas redações por indivíduos sem formação superior cuja principal tarefa é a captação de imagens e a apuração de acontecimentos que serão processados em notícias pelos jornalistas *profissionais*, em outras palavras, um diletante (KEEN, 2009).

No SBT Rio, esse tipo de serviço passou a ser prestado em virtude das limitações estruturais da emissora e, especialmente, pela dificuldade de cobertura nas manifestações populares ocorridas na cidade a partir daquele ano. O telejornal, que possui apenas três equipes de reportagem – todas em atividade no período diurno – encontrou nos jornalistas amadores uma forma mais barata, rápida e menos arriscada de conseguir as imagens impactantes que comporiam o noticiário.

Os amadores utilizam equipamento próprio, são responsáveis por providenciar o aparato de proteção individual e meio de transporte (geralmente motocicleta para conferir agilidade no trânsito), recebem por diária ou pelas imagens de casos extraordinários e exclusivos que venham a capturar, sem, no entanto, possuir identidade funcional e manter qualquer vínculo empregatício com a organização.

Isso permite aos jornalistas amadores circular por ambientes conflagrados e de conflitos sem serem identificados, o que lhes garante o acesso às áreas e regiões restritas

e hostis à imprensa oficial. Outro ponto chave para entendermos o papel do amador é o estreitamento da relação com as fontes policiais e do submundo, fundamentais para um telejornal especialista em tiro, porrada e bomba!

É fácil compreender o significado da expressão. Às 11h50 do dia 21 de março de 2014, a sala da casa de muitos cariocas foi invadida pelo som estridente de rajadas de fuzil através da tela da TV. Moradores eram mostrados tentando escapar do fogo cruzado. O pânico, evidenciado nos rostos, provocava um estado de tensão e paralisia no espectador. De repente, de um beco, na escuridão, saía um policial carregado pelos colegas de farda. Era o comandante da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) do complexo de favelas de Manguinhos, área pobre e perigosa da zona norte da cidade. Ele acabara de ser atingido por um disparo e era socorrido às pressas por agentes desesperados. Toda a cena transcorreu *ao vivo*, era quase possível sentir-se lá, sob a tensão e a ameaça de uma artilharia pesada.¹⁴

As cenas de abertura do SBT Rio, embora exibidas com exclusividade, não foram gravadas por uma equipe de reportagem profissional da emissora. Por trás da câmera portátil estava Ronny Alves, um jornalista amador. O depoimento de Ronny para uma das reportagens exibidas revela o *modus operandi* pouco conhecido dos espectadores nas coberturas policiais telejornalísticas: “O capitão permitiu que eu filmasse e pediu para que eu ficasse junto com a equipe dele. Menos de 50 metros caminhados, ele foi alvejado. [...] Já fiz diversas operações, mas essa vai ficar pro resto da minha vida”.

As imagens foram compradas pelo SBT Rio por R\$ 1.500 reais.¹⁵ O conteúdo preencheu quase todo o tempo líquido de notícias (30 minutos) do telejornal local naquele dia e também foi utilizado para mostrar a *realidade carioca* nos telejornais em rede nacional. A fala do jornalista amador deixa claro a recorrência de sua participação nesse tipo de cobertura e o caso, embora não seja único, evidencia a questão central desse artigo: a inter-relação entre a narrativa policial nos telejornais populares e a atividade do jornalista amador. Conforme sugerido por Ronny, a proximidade com fontes e informantes nas instituições policiais acabam facilitando a entrada dos amadores no mercado produtor de imagens impactantes.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QpodrazRGd8>> acesso em 25 mai. 2016

¹⁵ Dados informados pelo editor regional do SBT, Diego Sangermano, à autora em 23 mar. 2016

O operador de câmera Ulysses Fontes, que já atuou como jornalista amador, confirmou que muitas operações policiais são previamente combinadas entre amadores e policiais militares com intuito de produzir “boas imagens” que possam ser posteriormente vendidas aos telejornais populares. Nesse mercado, não há padrões rígidos para a negociação, quase sempre mediada pelo chefe de reportagem ou um produtor:

Você chegava e dizia: oh, fiz um cara aqui tomando um tiro. Quanto é? Quinhentos que eu quero. Ligavam pra São Paulo e diziam: vale. Pagavam. Fiz um acidentezinho, vale 100 reais, 50 reais [...]. A gente ganhava na quantidade. Fazia até 20 imagens por dia, o que valesse (Ulysses Fontes).¹⁶

A estreita relação entre amadores e policiais, por exemplo, fica mais clara nas fotos postadas por alguns deles durante coberturas em favelas cariocas, dentro do veículo blindado da PM, conhecido como “caveirão” (Figuras 5 e 6).

No período das manifestações populares de 2013, o SBT Rio chegou a contar com a coprodução de sete jornalistas amadores. Atualmente, três prestam o serviço com frequência e outros três são acionados de acordo com a demanda. O tema não merece trocadilhos, mas é difícil escapar de sua ambiguidade constitutiva. Os amadores são profissionais especializados em flagrantes.

Figura 5: jornalista amador em filmagem no “caveirão”



¹⁶ Entrevista à autora em 18 abr. 2016

Figura 6: Jornalista amador registra policiais no veículo blindado



O *site cinegrafistas.com* explica que os amadores “acompanham o trabalho da polícia, bombeiros, ambulâncias e fazem imagens de assalto, tiroteio, acidente, etc. Em seguida, com as imagens captadas, oferecem para as emissoras de televisão”. Esses indivíduos são autodidatas que levantam o mínimo de informações e precisam estar atentos, especialmente à *internet* e aos programas de rádio para “descobrir as ocorrências em andamento” e, assim, estar “no lugar certo, na hora certa”. O *site* lista 10 dicas para se tornar um amador profissional.¹⁷

Não é de hoje que o SBT descobriu esse filão. Os produtores de *Aqui Agora* formaram um cadastro com 250 jornalistas amadores que poderiam ser acionados enquanto o programa estivesse no ar.¹⁸ O telejornal tornou-se referência da linguagem popular no telejornalismo brasileiro na década de 1990 ao estampar na TV a miséria e a degradação humana, em especial os temas policiais. A hipótese para a recorrência dos jornalistas amadores na produção noticiosa dos telejornais está ligada ao risco de deter-

¹⁷ Disponível em: <<https://cinegrafistas.com.br/2011/10/08/10-dicas-para-cinegrafista-amador/>> acesso em 20 jun. 2016

¹⁸ Entrevista do diretor Albino Castro ao jornal Folha de São Paulo (06/04/97) para matéria que abordava a emergência dos cinegrafistas amadores em decorrência do caso ‘Favela Naval’ na cidade de Diadema. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/tvfolha/tv060410.htm>> acesso em 20 jun. 2016

minadas coberturas jornalísticas e à recusa dos agentes da imprensa oficial em levá-las a cabo.

Nos últimos anos, de acordo com relatórios da Federação Nacional dos Jornalistas – FENAJ – quase 300 casos de agressão contra jornalistas profissionais foram registrados só na região Sudeste.¹⁹ O levantamento mais recente, referente a 2015, mostra que a televisão é o tipo de mídia que registra o maior número de casos: ao todo 50, o correspondente a 36,49% do total.

Em 2011 e em 2014, dois cinegrafistas da TV Bandeirantes no Rio de Janeiro morreram em coberturas consideradas de risco. Gelson Domingos foi atingido por um tiro de fuzil no peito durante uma operação policial na favela de Antares, zona oeste da cidade e Santiago Andrade faleceu depois de ser atingido por um rojão durante um protesto na região central do Rio. Em virtude desse histórico, segundo Diego Sangermano, alguns profissionais do SBT no Rio de Janeiro comunicaram abertamente às suas chefias que não iriam participar de tais coberturas, outros nunca se posicionaram nesse sentido, mas ao chegarem ao local dos acontecimentos, retornavam com o argumento de que “não dava para ficar”.

5. Considerações Finais

Os jornalistas amadores se tornaram peças curinga para os produtores do telejornalismo contemporâneo, especialmente os centrados no *mundo cão*. A entrada desses indivíduos na produção de notícias não parece, *stricto sensu*, um reflexo restrito dos avanços da tecnologia, embora seja preciso admitir que o melhoramento das redes de banda larga contribuiu para o estreitamento da relação entre *profissionais* e *amadores*.

Na produção do SBT Rio, por exemplo, um produtor de notícias é encarregado de vasculhar as redes sociais em busca de vídeos que rendam reportagens excitantes para a audiência. Parte desse material vem das chamadas “News” – agências de notícias de bairros – espalhadas por todas as regiões da cidade. Em sua maioria, os administradores dessas páginas possuem uma estreita relação com a população local e, especialmente, com as fontes policiais. São moradores e também jornalistas amadores.

¹⁹ Dados disponíveis em: <<http://www.fenaj.org.br>> acesso em 20 jun. 2016

Embora supram as necessidades produtivas do telejornal, esses amadores não são reconhecidos como pares pelos profissionais da redação. A tensão gerada por essa relação parece ainda mais forte entre os repórteres cinematográficos que veem seus empregos sob constante ameaça. A preocupação faz sentido. Mesmo enquadrados profissionalmente como jornalistas pelo decreto-lei 972, de 1969, na prática, os cinegrafistas representam uma categoria hierarquicamente inferior já que a produção textual sobressai na construção narrativa televisual.

O dilema é latente no telejornalismo contemporâneo. A pesquisa tem demonstrado, no entanto, que não apenas o SBT Rio, mas outras emissoras como a TV Bandeirantes e a própria TV Globo têm recorrido aos jornalistas amadores na produção de reportagens policiais e de conflitos sociais. O tema é amplo e complexo, não pretendemos esgotá-lo nesse trabalho. Apesar de ainda faltarem muitas peças a esse quebra-cabeça, acreditamos ter conectado aspectos do processo produtivo que levam o telejornalismo policial ao jornalismo amador.

Referências

BENTES, Ivana. **Aqui Agora**: o cinema do submundo ou o tele-show da realidade. **Revista Imagens**. Editora da Unicamp, n.2, 1994.

_____. **Estéticas Insurgentes e Mídia-Multidão**. Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v.10, n.1, p.330-343, maio 2014.

BLONDHEIM, Menahen; LIEBES, Tamar. **Television News and the Nation: The End?** ANALS, AAPSS, 625, 2009.

BOLIN, Göran. **Television Journalim, Politics, and Entertainment**: power and autonomy in the field of television journalism. **Television & New Media**, 2014, v.15: 336-349. SAGE Publications

BRUNS, Axel. **Gatewatching**: collaborative online news production. Nova York: Peter Lang, 2005.

COULDRY, Nick. **Media Rituals: A critical approach**. Londres: Routledge, 2005.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do Telejornalismo**: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora –MG. Rio de Janeiro: Mauad, 2012.

DEUZE, Mark. **The professional Identity in the Context of Convergence Culture**. Observatório, v.2, n.4, 2008.

EKSTRÖM, Mats. **Information, storytelling and attractions: TV journalism in three modes of communication.** *Media, Culture & Society*, V.22: 465-492. SAGE Publications.

FREIRE FILHO, João. **A celebração do ordinário na TV: democracia radical ou neopopulismo midiático?.** In: FREIRE FILHO, J.; HERSCHMANN, M. (Orgs.). **Novos rumos da cultura da mídia.** Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

KEEN, Andrew. **O culto do amador.** Zahar, 2009

MIRA, Maria Celeste. **O Circo eletrônico – Silvio Santos e o SBT.** Loyola/Olho D'Água, 1995.

ROXO, Marco; SACRAMENTO, Igor. **Estratégias demóticas no jornalismo televisivo brasileiro: o populismo e o neopopulismo.** *Sessões do Imaginário*. Vol. 20, n. 34, 2015.

ROXO, Marco. **A volta do jornalismo cão na TV.** In: Ribeiro, Ana Paula Goulart; Sacramento, Igor; Roxo, Marco (orgs). **História da Televisão no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2010.

SCANNELL, Paddy. **The Dialectic of Time and Television.** ANNALS, AAPSS, 625, 2009.

TELLES, Márcio. **A recriação dos tempos mortos do futebol pela televisão: molduras, moldurações e figuras televisivas.** Dissertação de mestrado, 2013. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/72639>>

WEAVER, Paul H. **As notícias de jornal e as notícias de televisão.** In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias.** 2.ed. Lisboa: Vega, 1993.

WHANNEL, Garry. **Fields in Vision: television sport and cultural transformation.** Londres: Routledge, 1992.