

# Técnicas jornalísticas e psicanalíticas em reportagens de risco<sup>1</sup>

Felipe Pena

## **Introdução**

No Rio de Janeiro, o jornalismo é uma profissão de risco. Principalmente para os profissionais que fazem a cobertura jornalística da polícia, cuja atividade envolve confrontos quase diários com traficantes de drogas que controlam determinadas áreas pobres da cidade, as chamadas favelas. Nos últimos 10 anos, 18 repórteres foram feridos nesses confrontos, e um deles, o companheiro Tim Lopes (que usarei como estudo de caso), da Rede Globo de Televisão, foi torturado e morto pelos bandidos após realizar uma reportagem sobre a relação entre prostituição e entorpecentes.

O presente artigo, no entanto, não é propriamente sobre o risco dos jornalistas, mas sobre as imagens do risco produzidas por esses profissionais e o fascínio que elas exercem nos consumidores de notícias. Assim, vou direcionar minha análise para um duplo movimento no interior desta realidade: de um lado, a lógica do telespectador, que acompanha o noticiário como um filme de ação; de outro, a lógica do próprio jornalista, mais preocupado com a narrativa do que com a informação. Para tanto, é preciso, inicialmente, examinar tanto a técnica, como a ontologia do jornalismo, onde, *en passant*, percebemos semelhanças relativas a problemas levantados pela técnica psicanalítica.

## **Técnica e ontologia jornalística: objetividade, medo e oralidade**

Entre 1911 e 1915, Freud publicou seis trabalhos<sup>2</sup> com o objetivo fundamental de discutir a técnica psicanalítica. A estes, juntaram-se posteriormente textos como

“Conferências de introdução à psicanálise” (1917), “Análise terminável e interminável” (1937), “Construções em análise” (1937) e “Esboço de psicanálise” (1938), as três últimas já muito próximas da morte do autor.

Ao analisar estes textos, o professor brasileiro Luis Cláudio Figueiredo chama a atenção para a natureza negativa dos trabalhos, citando uma carta datada de 1928, em que Freud se dirige a Ferenczi: “Recomendações sobre a técnica era essencialmente negativa, meu caro Sándor”<sup>3</sup>.

Mas o que significa esta natureza negativa? O próprio Freud trata de esclarecer: seu principal objetivo era impedir a banalização tecnicista das questões técnicas, o que significava “interditar” ou “dissuadir” certos experimentos entre analistas afoitos e inexperientes<sup>4</sup>. Além disso, ele também temia pelo uso da técnica como um livro de receitas por leigos que tivessem acesso a tais escritos. Era preciso, fundamentalmente, evitar erros que colocavam em risco a essência da psicanálise, como, por exemplo, o abuso da sugestão, o furor pesquisante, a falta de neutralidade, o furor interpretativo, a falta da atenção flutuante, a pretensão pedagógica e o furor curativo.

Tal raciocínio, no entanto, leva a outro, também expresso em uma carta a Ferenczi: “os analistas obedientes não perceberam a elasticidade das regras que propus e se submeteram a elas como se fossem tabus”<sup>5</sup>. Ou seja, Freud não deseja formular uma cartilha ortodoxa, embora, em muitos casos, ela acabasse sendo seguida como tal, principalmente em países com os Estados Unidos.

Não vou entrar no mérito se tais observações servem ou não a uma técnica mais ferencziana, pois meu objetivo é comparar tais observações com a formulação da moderna técnica jornalística, principalmente no que concerne ao conceito de objetividade.

Ao usar as metáforas do transmissor e do cirurgião, Freud chama a atenção para a necessidade de ser objetivo e neutro no trabalho clínico, mas estas observações devem estar no interior de uma conduta e não na letra ortodoxa de uma suposta cartilha. Em outras palavras, a técnica não se sustenta no código, mas sim na ética, ou, conforme a análise de Thomas Ogden, na manutenção de uma posição por parte do analista.<sup>6</sup>

No jornalismo contemporâneo, há uma questão técnica análoga, principalmente na discussão do conceito de objetividade. O ex-editor da CNN, David Mindich, autor do livro *Just the facts: how objectivity came to define american journalism*, localiza o início da discussão no século XIX. “Minha pesquisa sugere que a objetividade como envolvimento ético nasceu em 1830 e atingiu grande sucesso em 1890” (p.10). O próprio Mindich, no entanto, deixa claro que o conceito só foi realmente aplicado no começo do século XX. Opinião compartilhada pela maioria dos teóricos do jornalismo.

Entretanto, o problema do conceito não está no tempo, mas na interpretação. *A objetividade é definida em oposição à subjetividade, o que é um grande erro, pois ela surge*

*não para negá-la, mas sim por reconhecer a sua inevitabilidade.* Seu verdadeiro significado está ligado à idéia de que os fatos são construídos de forma tão complexa que não se pode cultuá-los como a expressão absoluta da realidade. Pelo contrário, é preciso desconfiar destes fatos e criar um método que assegure algum rigor narrativo ao reportá-los. Mas isso não significa seguir uma cartilha, mas sim balizar condutas.

O professor Michael Schudson, no livro *Discovering the News: a social history of american newspapers*, de 1978, já fala sobre a inevitabilidade da subjetividade como característica e não como negação da objetividade. Segundo Schudson, o conceito se desenvolve por 3 motivos principais: 1. a partir do ceticismo da sociedade americana no começo do século XX, influenciada pelo crescimento da psicanálise, que faz duras críticas à razão; 2. pelo nascimento da profissão de relações públicas, capaz de produzir fatos para beneficiar determinadas empresas; e, 3. principalmente, pela influência da propaganda, cuja eficácia ficou provada ao levar a opinião pública americana a ficar a favor da entrada dos Estados Unidos na primeira grande guerra. Já Nelson Traquina, em sua obra sobre a teoria do jornalismo publicada em 2004, cita a tese de doutorado do português Adriano Rodrigues, que também critica “a insustentável dicotomia simplificadora entre objetividade e subjetividade” (p.135).

A objetividade, então, surge porque há uma percepção de que os fatos são subjetivos, ou seja, construídos a partir da mediação de um indivíduo, que tem preconceitos, ideologias, carências, interesses pessoais ou organizacionais e outras idiossincrasias. E como elas não deixarão de existir, vamos tratar de amenizar sua influência no relato dos acontecimentos. Vamos criar uma metodologia de trabalho.

Quando o público e os jornalistas percebem que os textos são influenciados pela subjetividade e podem distorcer a suposta realidade – até mesmo por força do inconsciente, como demonstrou Freud – o mundo está em plena crise do sistema democrático. O totalitarismo está em ascensão, amparado pelo controle dos meios de comunicação e pela propaganda de massa. Mas é nos Estados Unidos que o poder desta propaganda mostra sua cara. Segundo Schudson, citado por Traquina, a Comissão de Informação Pública criada pelo presidente Wilson em 1917 “produziu mais de 6000 comunicados, contratou mais de 75.000 pessoas para fazer pequenos discursos nos cinemas e outros lugares públicos e mobilizou os escudeiros para distribuir nos domicílios discursos do presidente a favor da guerra” (p.136). E havia muitos jornalistas engajados neste tema. Então, como confiar nos fatos?

Da mesma forma, as idiossincrasias dos profissionais podiam ser percebidas em coberturas específicas como a que o New York Times fez sobre a Revolução Russa. Conforme a descrição de Walter Lippmann “no geral, as notícias sobre a Rússia se convertiam num caso de ver as coisas não como eram, mas como os homens queriam ver” (Kovach e Rosenstiel, 2007:114). Para ele, era preciso que os jornalistas evitassem os próprios preconceitos e a única maneira de fazer isso era adquirir um pouco de espírito científico. Mas não havia ilusões sobre a eficácia da ciência, pois

ele conhecia a complexidade da produção de notícias. Daí a sua conclusão de que o método é que deveria ser objetivo, não o jornalista.

Entretanto, tal método, volto a afirmar, não pode ser seguido como cartilha, mas como balizador, talvez até negativo, conforme as intenções de Freud em seus textos técnicos sobre a psicanálise. O importante é interpretar a objetividade não a partir da moral, mas a partir da conduta. A técnica, como muito bem nos ensinou Heidegger, não é uma questão técnica, mas, fundamentalmente, ética.

O jornalismo se funda no desejo fantasioso de possuir o dom da ubiqüidade. Imagine poder estar presente em vários lugares ao mesmo tempo e saber de tudo que se passa nos mais diversos contextos! Como no poema de e.e.cummings (a grafia é minúscula mesmo), estar instantaneamente em “algum lugar onde nunca estive e ver coisas que não pode tocar com muita proximidade”. Ou, nas palavras do poeta Robert Frost, “não ver profundezas nem distâncias, muito menos aceitar os limites do olhar”. O que acharíamos disso?

A resposta parece óbvia, mas desnuda o mais perene dos desejos humanos. A busca da onipresença triunfante só tem um objetivo: a onisciência. O homem tem medo do desconhecido e luta desesperadamente contra ele. Um medo tão antigo que, na Bíblia, está registrado na primeira frase do primeiro livro, o Gênesis: “No princípio, era o caos. Havia trevas sobre a face do abismo”. As palavras caos e abismo transitam pelo mesmo campo semântico. Caos vem do grego *khúnein*, que significa exatamente abismo. Os próprios gregos tratavam de relacionar a palavra com desordem e confusão, opondo-a radicalmente à idéia de organização e estabilidade. O abismo representava o desconhecimento, a incapacidade em ordenar o mundo e domar os seus fenômenos naturais.

De fato, a obsessão em dominar a natureza esconde a verdadeira obsessão do homem: dominar o caos, ou, em outras palavras, ter previsões seguras que evitem a queda no abismo, ou seja, o desconhecido. Para isso, ele inventou a ciência e tratou logo de criar leis deterministas que dessem estabilidade aos tais fenômenos naturais. A física de Aristóteles, a mecânica de Newton ou a abóbada de Ptolomeu tinham a função primordial de ordenar os acontecimentos da natureza, explicando suas origens e tentando prever seus movimentos.

O medo do desconhecido não vem só da natureza, mas também da geografia. Longas e intransponíveis distâncias potencializam o desconhecimento e, conseqüentemente, o medo e a imaginação. Se, até hoje, indagamos se estamos sozinhos ou não no Universo, por que seria diferente com os habitantes deste planeta, por exemplo, durante a Era dos descobrimentos? Essa própria Era só foi possível porque o homem quis conhecer o que estava além dos seus limites físicos e, por isso, construiu caravelas e encorajou as navegações. Mas não custa perguntar: o que leva algumas dezenas de navegantes a abandonar suas famílias e se meter durante meses em um barquinho de madeira vagabunda com alguns metros de comprimento em

um oceano revolto? A resposta me parece clara: o medo de não conhecer o que está além-mar é muito maior do que o medo do próprio mar.

É o mesmo motivo que ainda nos faz mandar foguetes a Marte, Saturno e outros planetas. Tentamos ter o dom da ubiqüidade através da alteridade, pois a ilusão da onipresença é construída pelas informações produzidas pelo outro. Já que não podemos estar em vários lugares ao mesmo tempo, queremos, pelo menos, acreditar que sabemos o que acontece pelos mais longínquos rincões do universo, e, para isso, mandamos correspondentes, relatores ou alguma tecnologia que possa substituir o relato do homem. Pois a simples perspectiva de não ter a menor idéia do se passa ao nosso redor, seja qual for o perímetro, nos dá um frio na barriga e aterroriza nosso imaginário. O sucesso dos filmes de ficção científica está aí para comprovar esta tese. Temos pesadelos com invasões de marcianos e discos voadores com raios laser coloridos.

Em suma, a natureza do jornalismo está no medo. O medo do desconhecido, que leva o homem a querer exatamente o contrário, ou seja, conhecer. E assim, ele acredita que pode administrar sua vida de forma mais estável e coerente, sentindo-se um pouco mais seguro para enfrentar o cotidiano aterrorizante de seu meio ambiente. Mas, para isso, é preciso transpor limites, superar barreiras, ousar. Entretanto, não basta produzir cientistas e filósofos, ou incentivar navegadores, astronautas e outros viajantes. Também é preciso que eles façam os tais relatos e reportem suas informações a outros membros da comunidade que buscam a segurança e a estabilidade do “conhecimento”. A isso, sob certas circunstâncias éticas e estéticas, posso chamar jornalismo.

Só que uma história do jornalismo dificilmente poderia estar excluída de uma história da comunicação. Na verdade, como nos conta César Aguillera Castilho, ela é até menos inteligível fora deste contexto. Castilho escreveu o primeiro capítulo do livro *História da imprensa*, um compêndio de 700 páginas organizado pelo professor espanhol Alejandro Pizarroso Quintero. O título do capítulo é “Comunicação e informação antes da impressão”. Em seu texto, Castilho faz a seguinte ponderação: “se a primeira grande aquisição comunicativa do *Homo Sapiens* é a fala, isso não exclui que tenha havido comunicação antes de sua aquisição” (p.17). Ele se baseia em estudos do pesquisador Carleton S. Coon para traçar um panorama darwinista do homem, em que relaciona a origem da fala humana à sua própria evolução física e mental. Assim, o ser humano, muito lentamente, passaria de uma fase pré-lógica para um pensamento lógico e libertador. Entretanto, essa passagem não significa a perda do mundo de significações primordiais expressas na diversidade gestual do homem primitivo.

A linguagem não verbal é essencial para o advento da verbalização, que, segundo Castilho, acontece durante a revolução neolítica, quando verifica-se um aumento de novas tarefas e novos utensílios. “Por essa altura, parece que o homem

conseguiu um idioma verbal, se bem que este, só por si, nunca tenha existido: fala-se com os olhos, com os gestos, com o corpo, com as posturas e, principalmente, com o tom e a emoção” (p.14).

Quando o homem fala, há um componente sinestésico tanto na emissão quanto na recepção. Ao ouvir alguém em uma praça pública, por exemplo, não estamos só usando a audição. Estamos vendo seus gestos, usando o tato para nos apoiar em algum banco ou ficar de pé, sentindo o cheiro no ar e o paladar de nossa última refeição ou da fome que se aproxima. Todos estes componentes influenciam a mensagem. São parte dela.

Segundo Bill Kovach e Tom Rosenstiel, autores do livro *Os elementos do jornalismo*, os relatos orais podem ser considerados uma espécie de pré-jornalismo. Para eles, quanto mais democrática uma sociedade, maior é a tendência para dispor de mais notícias e informações. O que pode ser comprovado pela democracia ateniense, que se apoiava em um jornalismo oral, no mercado de Atenas, onde tudo que era importante para o interesse público ficava ao ar livre, como concluem Kovach e Rosenstiel, citando o professor de jornalismo John Hohenberg (p.36).

O fato é que os relatos orais são a primeira grande mídia da humanidade. O historiador Peter Burke classifica-os como um meio de comunicação específico e importante, mas que tem recebido pouca atenção da historiografia oficial, apesar da vasta literatura sobre a oralidade. Mesmo muito tempo após a invenção da escrita, a comunicação oral continuou (e continua) poderosa. Segundo Burke, no livro *Uma história social da mídia*, “as possibilidades do meio oral eram conscientemente exploradas pelos mestres do que era conhecido no século XVI como a retórica eclesiástica” (p. 38).

Os púlpitos da Igreja Católica e Protestante influenciavam reis e rainhas. Para Burke, os governos tinham plena consciência do poder que a tal retórica tinha sobre a população, principalmente nas áreas rurais, onde havia obediência cega aos seus ensinamentos. “A rainha Elizabeth I falou da necessidade de ‘sintonizar os púlpitos’, e Carlos I concordou declarando que ‘em tempos de paz as pessoas são mais governadas pelo púlpito do que pela espada’, uma clássica e primeira declaração da idéia de hegemonia cultural” (p. 39). Burke ainda destaca outros importantes tipos de comunicação oral, como a acadêmica, o canto, o boato e a informação de tabernas, banhos públicos, clubes, bares e cafés.

E é exatamente nos cafés de Londres, no começo do século XVII, que Bill Kovach e Tom Rosenstiel situam um possível início do que eles chamam de moderno jornalismo. Lá, os donos dos *pubs* (casas públicas) estimulavam as conversas com viajantes, pedindo que eles contassem o que tinham visto pelo caminho. “Na Inglaterra, havia cafés especializados em informações específicas. Os primeiros jornais saíram desses cafés por volta de 1609, quando tipógrafos mais atrevidos começaram a recolher informações, fofocas e discussões políticas nos próprios cafés, depois impri-

mindu tudo” (p.37). Ou seja, além da passagem de uma cultura oral para a escrita, é a invenção dos tipos impressos que vai possibilitar o advento do jornalismo moderno. Entretanto, a oralidade continuará sendo protagonista do processo jornalístico, não só na relação com as fontes como na configuração de novas tecnologias midiáticas, como o rádio e a televisão, mídia que serve para o caso abordado a seguir.

## **O caso Tim Lopes**

Em setembro de 1992, eu era um jornalista em início de carreira no jornal carioca O Dia quando conheci o experiente repórter Tim Lopes, um especialista em reportagens policiais e coberturas de carnaval.

Tim era conhecido por seu temperamento alegre e pelos conhecimentos profundos dos códigos sociais das favelas cariocas. Além disso, tinha a generosidade dos grandes mestres, sempre disposto a ensinar os jovens repórteres, chamados de focas no jargão jornalístico. Lembro com saudades de seus conselhos e dos almoços na Casa da Feijoada, em Ipanema, ao lado de sua casa e, não coincidentemente, perto da entrada de uma importante favela do Rio de Janeiro.

A estratégia jornalística de Tim Lopes se caracterizava pela escuta atenta da parcela humilde da população. Como tinha fontes em diversas comunidades, sempre conseguia trazer para as reportagens uma narrativa genuína, sem os preconceitos habituais, tão enraizados na sociedade carioca. Talvez por isso tenha sido convidado para trabalhar na Rede Globo de Televisão, onde exerceu a função de repórter produtor. Ou seja, ele preparava as reportagens para os jornalistas de vídeo, aqueles que são conhecidos do grande público. Na verdade, Tim se especializou em operar uma câmera escondida e, com isso, chegou a ganhar o mais importante prêmio de jornalismo do Brasil. Em outras palavras, ele percebeu que, na televisão, não adiantava apenas dar os fatos. Era preciso mostrá-los. E se as imagens fossem sensacionais, melhor ainda.

Não há repórter de TV que nunca tenha ouvido a velha máxima: “uma imagem vale mais que mil palavras”. Da mesma forma, não há professor de telejornalismo que não tenha utilizado o velho recurso de passar o telejornal sem som para refutar esta afirmação. Mas, afinal, quem reina soberano no império das informações televisivas?

Neste caso, há vários reis. Para Michel Chion, a audição e a visão suscitam percepções específicas, o que impediria afirmar que um sentido é mais importante que o outro. Desta forma, Chion substitui a concepção de hierarquia pela de inter-complementação dos sentidos.<sup>7</sup>

Para Umberto Eco, a linguagem televisiva é uma combinação de três códigos: o icônico, o linguístico e o sonoro.<sup>8</sup> O primeiro reporta-se à percepção visual. O segundo refere-se à língua e está dividido em dois sub-códigos: o dos “jargões especializados”, que são vocábulos próprios de uma linguagem técnica, e o dos sintagmas

“estilísticos”, que se expressam por meio de figuras retóricas correspondentes às imagens estéticas dos códigos icônicos. Já o código sonoro é relativo à música (uma vinheta, por exemplo) e aos efeitos sonoros (disparo de uma arma) e divide-se em três sub-códigos: o emotivo, o estilístico e o convencional.

Não parece difícil concluir que a televisão utiliza signos pertencentes a diversas linguagens, realocando-os em sistemas que adquirem sentido nas relações entre si. No caso do telejornal, estas relações põem em xeque a suposta soberania do código icônico, já que, a despeito da já mencionada intercomplementação de sentidos, a linguagem verbal parece ser a única realmente imprescindível para a compreensão da mensagem. Dificilmente, veremos imagens sem um enunciado verbal durante o telejornal. Entretanto, basta colocar uma foto de um repórter e um mapa da Europa na tela, por exemplo, para que ele fale de um acontecimento no sul da França, mesmo que não haja imagens disponíveis sobre o local. E se elas existirem, ainda assim o texto do repórter será imprescindível para a compreensão dos fatos. Como conclui Célia Mota, “não basta ver, é preciso que alguém veja por nós.”<sup>9</sup> E nos conte, é claro.

O telejornal é uma polifonia de vozes. Uma apresentação de corpos que reportam imagens. E para reportá-las eles (os corpos) utilizam o código verbal. Só que este código verbal é híbrido, pois é escrito para ser lido. Ou seja, não é uma linguagem oral autêntica, mas um oral produzido, uma escrita oralizada, que leva em conta a fugacidade do texto televisivo. Como a notícia só passa uma vez, é preciso ser direto e simplificar a linguagem.

Ao contrário do jornal, que oferece um cardápio de notícias ao leitor, na TV a refeição é escolhida pelo *mâitre*. A notícia televisiva é produzida para ser consumida na sua totalidade, como um grande “lidão”. E como o telespectador não pode voltar a fita, os manuais de redação pregam a simplicidade e a objetividade como norma número um. É ela que vai possibilitar a discussão dos fatos por um maior número de pessoas e influenciar na sociabilidade.

Entretanto, apesar de nossa conclusão de que o verbal é mais importante que o visual, o senso comum das redações ainda identifica a imagem como o caminho mais fácil para a tal objetividade, principalmente, como já disse, se ela tiver a roupagem do sensacionalismo. E foi exatamente a busca de uma imagem sensacional que levou à morte de Tim Lopes.

Em junho de 2002, Tim estava fazendo uma reportagem sobre a prostituição em bailes funk no Complexo do Alemão, uma favela da zona norte do Rio de Janeiro. Anos antes, na mesma comunidade, o repórter produzira uma matéria sobre o tráfico de drogas com uma câmera escondida, o que dera a ele o Prêmio Esso de Jornalismo. As imagens mostravam os traficantes vendendo maconha e cocaína livremente, no meio da rua, como se fosse uma feira livre. Chegavam a fazer promoções e gritar os preços em voz alta:



- Pó de quinze!
- Preto de cinco!

Tudo devidamente documentado pelas lentes indiscretas de Tim, que, por não aparecer no vídeo, conseguia manter seu disfarce. O prêmio, portanto, não era relativo apenas ao conteúdo da reportagem, mas também ao risco corrido pelo repórter para registrar aquelas imagens. O que fascinava o telespectador – e também o júri do prêmio – era perceber as imagens do risco pela câmera subjetiva do repórter, que dava a sensação de ele próprio, telespectador, estar no meio daquela situação. Ou seja, a informação nem era tão importante, já que o tráfico de drogas na favela não é novidade, mas a narrativa, esta sim, possuía o fascínio da catarse coletiva.

O problema é que Tim não conseguiria manter seu anonimato na reportagem seguinte, sobre a prostituição em bailes funk. Ele chegou a ter todas as informações necessárias: sabia os nomes dos cafetões, as rotinas das prostitutas, os preços e a dinâmica da distribuição de lucros. Mas faltava aquilo que seus editores (e ele próprio), como profissionais de TV, consideravam o principal: a imagem sensacional.

Disfarçado, ele voltou à favela com uma câmera escondida para tentar registrar a negociação entre clientes, prostitutas e cafetões-traficantes. Mas não sabia que as seguidas andanças pela favela já tinham chamado a atenção dos bandidos, que o desmascararam. Levado para o alto do morro, foi julgado por um tribunal composto por traficantes e condenado à tortura e morte. Seu corpo foi incinerado, após sofrer dilacerações e queimaduras. O reconhecimento só foi possível através de um exame de DNA.

Após seu desaparecimento, houve grande pressão da imprensa e a polícia carioca intensificou as investigações, mas as primeiras conclusões foram surpreendentes. Os policiais colocaram a culpa no próprio Tim, que teria sido descuidado. Para alguns colegas da imprensa, o relatório de investigação do inspetor Daniel Gomes de Lima Freire sobre o assassinato do jornalista foi a prova de que se pode matar alguém mais de uma vez. Segundo essa versão, quando o inspetor disse que Tim “se colocou muito perto do perigo, não vislumbrando a diferença da emoção para a razão, fato que ocasionou sua detenção e morte”, ele quis matar a reputação profissional do repórter e torturar sua família e amigos. Mas eu estou longe de acreditar que Daniel Freire seja o verdadeiro (ou, pelo menos, o único) culpado nessa estória.

O governo do estado afastou o inspetor e exonerou o delegado, mas não deu satisfações sobre os recursos que foram fornecidos para a investigação do caso. Muito menos sobre a orientação dada à polícia. O relatório do inspetor deixou claro que a polícia do Rio de Janeiro parte do pressuposto equivocado de que o cidadão deve evitar locais perigosos, em vez de garantir para ele, cidadão, a segurança necessária para exercer seu direito constitucional de ir e vir. Uma total inversão de valores.

Dias depois, a polícia protegeu a fuga de uma família acuada por traficantes de uma determinada comunidade ao invés de garantir que ela pudesse permanecer

em seu domicílio, confirmando a inversão de valores. Mas, infelizmente, esse é o pensamento dos policiais da cidade. O inspetor Daniel só confirmou a regra. Uma regra que, aliás, ele não criou. Os profissionais da segurança pública sabem que levam desvantagem na guerra contra os soldados do tráfico, armados de fuzis automáticos, granadas e até lança-mísseis. Eles próprios têm suas limitações e o Estado não trata de saná-las. Por isso, antes de mais nada, eles procuram proteger a si próprios. Uma triste realidade.

Em seu relatório, o inspetor Daniel disse que Tim se colocou muito perto do perigo “no afã de efetuar melhores imagens dos traficantes”. Sem absolver o relatório do inspetor, vale a pergunta: havia outro motivo para o repórter voltar à favela? Tim era um jornalista experiente, com muitas fontes. Será que as anteriores incursões à favela não foram suficientes para ele apurar a matéria? E, como já mencionei, se a reportagem fosse para um jornal, já não haveria imagens suficientes para ilustrá-la? E mesmo que não houvesse imagens, as informações apuradas já não teriam cumprido o objetivo de denunciar a exploração sexual nos bailes funk?

As respostas são complexas, mas passam pela conclusão inevitável de que a imagem espetacular vale mais do que a informação. E não adianta culpar apenas a televisão, pois somos nós, telespectadores, que estamos ávidos por consumir imagens sensacionais. Somos nós que não exercemos a cidadania, não fiscalizamos o veículo, não exigimos qualidade na programação. Somos nós que damos audiência a programas escatológicos e privilegiamos o sensacionalismo em detrimento da informação. Como diz o poeta Affonso Romano de Sant’anna, fomos nós que matamos Tim Lopes.

O caso mostra que não é a informação o principal valor-notícia do telejornalismo. Em seu lugar, encontramos o fascínio pela imagem do risco corrido pelo repórter. Nesse caso, então, não seria exagerado dizer que, apesar do livre-arbítrio e da experiência do jornalista, nós, telespectadores, também matamos Tim Lopes. E continuamos a matar, cada vez que entramos nessa lógica de consumo das imagens de risco. Mas fica a pergunta: por que nos fascinamos tanto por essas imagens?

Um esboço de resposta é tentado a seguir.

### ***Valores-notícia, consumo audiovisual e relatos do estrangeiro***

Se partirmos do pressuposto de que a notícia não se reduz a uma mera técnica de captação de informações, nem, muito menos, é o espelho da realidade, nossa opção epistemológica deixa claro que o trabalho jornalístico tem dimensão simbólica, ao encarar a notícia como construção social de uma suposta realidade. Nesse sentido, é preciso abordar seu processo de produção.

Na fortuna crítica sobre jornalismo de TV, o paradigma da manipulação da notícia sempre é muito lembrado. E não é para menos. Em uma sociedade cuja

mídia se desenvolveu nas barbas do poder econômico e político, a lembrança é mais do que pertinente. Entretanto, este enfoque moral-psicológico não leva em conta que nem sempre há uma intenção manipuladora,<sup>10</sup> já que as distorções podem estar ligadas ao próprio processo de produção da notícia, vinculado a fatores como rotinização do trabalho, constrangimentos organizacionais, noticiabilidade e cultura profissional.<sup>11</sup>

A sistematização do *newsmaking* feita por Traquina e Wolf leva em consideração que as normas ocupacionais parecem mais fortes do que as preferências pessoais na seleção e filtragem das notícias. No caso da TV, o tempo é o eixo central do processo. O jornalista está sempre submetido à pressão do *deadline*, o fechamento da matéria. Os fatos podem surgir em qualquer lugar, a qualquer hora, mas por mais paradoxal que pareça, é preciso colocar ordem na imprevisibilidade. Os critérios de noticiabilidade, usados como um conjunto de instrumentos e operações que possibilitam ao jornalista escolher que fatos irão se transformar em notícias, evidenciam-se nos chamados valores-notícias.

Para Wolf,<sup>12</sup> os valores-notícia estão divididos em cinco categorias: 1. as substantivas, que são relativas ao conteúdo e classificam-se de acordo com o grau de importância dos envolvidos e o grau de interesse do público; 2. as relativas ao produto, que estão divididas por critérios de brevidade, atualidade, qualidade e equilíbrio; 3. as relativas ao meio de informação, que estão divididas em graus de acessibilidade às fontes/locais e em possibilidades/limites de formatação; 4. as relativas ao público, que abordam critérios como serviço e protetividade; e 5. as relativas à concorrência, cujo acesso exclusivo, conhecido como furo, parece ser o valor supremo.

É importante ressaltar que a noticiabilidade é negociada, o que faz com que todos estes critérios sejam variáveis. E eles estão inseridos na rotina jornalística, ou melhor, acabam tornando possível essa rotina, pois são contextualizados no processo produtivo, onde adquirem significado, desempenham função e tornam-se elementos dados como certos, o chamado senso comum da redação.<sup>13</sup>

Portanto, o fascínio pelas imagens de risco não é um elemento isolado. Ele está inserido na lógica da noticiabilidade evidenciada pelos valores-notícia. Da mesma forma, posso concluir que o Rio de Janeiro também não é um exemplo único. Zonas de risco em todo mundo exercem fascínio nos consumidores de notícias, o que tornou muito popular o trabalho dos correspondentes de guerra, por exemplo, cujo ofício é sinônimo de risco.

A função de correspondente de guerra sempre foi encarada com uma alta dose de romantismo. Os riscos inerentes a ela são dimensionados por suas representações midiáticas, que são glamourizadas e estereotipadas. A imagem que o grande público tem de John Reed, por exemplo, não é a do livro *Dez dias que abalaram o mundo*, o mais célebre relato jornalístico de uma revolução. Ela corresponde ao ator e diretor Warren Beatty, que interpretou o jornalista no filme *Reds*, um dos maiores sucessos

de Hollywood. Da mesma forma, apesar de não ficcional, o Peter Arnett que conhecemos refere-se à tela da CNN durante a Guerra do Golfo, o que é muito distante do repórter que cruzou a nado o rio Mekong, no Vietnã, após um naufrágio.

Vale lembrar os dados do CPJ, o Conselho para Proteção dos Jornalistas: de 1993 a 2002, 366 jornalistas foram assassinados durante o exercício da profissão. Desse total, 60 foram mortos em zonas de guerra e 277 em represália às suas reportagens. Destes 277, 50 foram torturados antes de morrer e apenas 21 tiveram seus assassinos presos e processados. O que significa que 94% dos casos ficaram impunes. O CPJ inclui nesses números os casos dos repórteres Daniel Pearl e Tim Lopes. Aliás, o principal alerta do guia profissional da entidade diz que os jornalistas submetidos ao maior risco não são os estrangeiros, mas os locais, porque as empresas não fornecem equipamento de segurança ou treinamento de guerra. Estes profissionais acabam tornando-se os verdadeiros estrangeiros, pois não têm nenhum tipo de garantia. Como moro no Rio de Janeiro, não posso deixar de concordar com o alerta. Por isso, uso o termo correspondentes em guerra, já que os repórteres cariocas parecem estrangeiros nas zonas de conflito entre a polícia e os traficantes. De fato, os morros da cidade configuram-se como um Estado autônomo, com leis próprias e poder estabelecido. Então, os jornalistas saem da redação, localizada na República Federativa do Brasil, e cruzam a fronteira de outros países, as favelas controladas pelo tráfico. São, portanto, correspondentes internacionais. E como a guerra é permanente, viram, de fato, correspondentes em guerra. Além disso, também estão, literalmente, em guerra, pois, na maioria das vezes, são considerados inimigos por ambas as partes do conflito. Tanto a polícia como os bandidos detestam a imprensa. O caso Tim Lopes confirma esta tese.

Como conclusão, volto ao início deste texto, quando disse que a origem do jornalismo está no medo, mais precisamente, no medo do desconhecido. Se, no Rio de Janeiro, os jornalistas que cobrem favelas são correspondentes de/em guerra, então eles nos trazem informações sobre uma terra desconhecida, o que é confirmado pelo famoso epíteto de cidade partida, onde favelados e não favelados vivem em mundos completamente diferentes. Ao consumir as imagens desses territórios dominados pelo tráfico, em que a cidadania é substituída pelo poder aterrorizante de um Estado paralelo e armado, os “cidadãos do asfalto” purgam seus medos de estarem submetidos a essa lógica.

E, através das imagens produzidas por jornalistas, elegem o risco como elemento catalisador da dinâmica purgatória de seus mais baixos instintos.

*Felipe Pena*

Professor da Universidade Federal Fluminense - UFF  
felipepena@globocom

## Notas

1. Este artigo foi apresentado no IX Colóquio Brasil-França de Ciências da Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
2. Obras completas, vol. XII.
3. Figueiredo, p. 16.
4. Idem, p. 18.
5. Idem, p. 19.
6. Ogden, p. 61
7. Chion apud Rezende, p. 40.
8. Eco apud Rezende, p. 38.
9. Mota apud Sá Rego, p. 301.
10. Albuquerque apud Vizeu.
11. Wolf, M. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 2002.
12. Idem.
13. Vizeu (2000), p. 83.

## Referências bibliográficas

- CANCLINI, Nestor Garcia. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- FIGUEIREDO, Luis Carlos. *Ética e técnica em psicanálise*. São Paulo: Escuta, 2008.
- FREUD, Sigmund. *Obras completas*. Vol. XII. São Paulo: Imago, 1982.
- MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Ed. SENAC, 2001.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Elementos de lingüística para o texto literário*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- OGDEN, Thomas. Reconsiderando três aspectos da técnica psicanalítica. In: *Pulsional Revista de Psicanálise*. São Paulo, n.109, 1996.
- PARKS, Michael. In the danger zone: weighing risks. Nova York: *Columbia Journalism Review*. Maio/junho, 2002.
- PENA, Felipe. *Televisão e sociedade*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Teoria do jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.
- \_\_\_\_\_. *A perna coxa da tecnologia. Fantasias totalitárias dos naufragos da polissemia na cibercultura*. Belo Horizonte. Cd-rom da Intercom. 2003.
- REZENDE, Guilherme. *Telejornalismo no Brasil*. São Paulo: Summus, 2000.
- TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teoria e estórias*. Lisboa: Veja, 1993.
- TURKLE, Sherry. *La vida em la pantalla. La construcción de la identidad em la era de Internet*. Barcelona: Paidós, 1997.
- VIRILIO, Paul. *A máquina de visão*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.
- VIZEU, Alfredo. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.
- WERTHEIM, Margaret. *Uma história do espaço: de Dante à Internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 2003.

## **Resumo**

O presente artigo analisa as imagens do risco que são veiculadas pelos meios de comunicação, tendo como protagonistas os próprios jornalistas que as veiculam. Tentamos entender porque essas imagens do risco exercem tanto fascínio nos telespectadores e porque os jornalistas continuam a veiculá-las, apesar do contexto perigoso. Para isso, enveredamos por um estudo de caso sobre a profissão de jornalista nas favelas do Rio de Janeiro, que vivem em guerra permanente, tomando como parâmetro o assassinato do repórter Tim Lopes, da Rede Globo de Televisão, principal emissora do país. Como base teórica, fazemos uma aproximação entre a técnica psicanalítica e a técnica jornalística, principalmente no que concerne ao entendimento dos conceitos de objetividade e neutralidade, que, segundo minha hipótese, são mal interpretados em ambas as profissões.

## **Palavras-chave**

Técnica psicanalítica; Teoria do jornalismo; Neutralidade; Objetividade; Textos técnicos de Freud.

## **Resumé**

Cet article analyse les images à risque qui sont exhibés dans les moyens de communication, en ayant comme des protagonistes de cette exhibition les journalistes eux-mêmes. Nous essayons de comprendre pourquoi les langages du risque rendent les téléspectateurs si fascinés et pourquoi les journalistes continuent en les véhiculant, en dépit du contexte dangereux. Pour autant, nous avons fait une étude de cas à propos de l'exercice de métier de journaliste dans les *favelas* du Rio de Janeiro, communautés en état permanent de guerre, prennent comme base Tim Lopes, du principal chaîne de télévision du pays, TV Globo. Comme base théorique, nous avons supposé une relation entre la technique psychanalytique et la technique journalistique, principalement en ce qui concerne l'objectivité et la neutralité. Ces concepts, selon la notre hypothèse, sont mal interprétés dans les deux professions.

## **Mots-clés**

Technique psychanalytique; Journalisme; Neutralité; Objectivité; Textes techniques de Freud.