

## ANÁLISE CRÍTICA DO EPISÓDIO REFUGIADOS DO PROFESSÃO REPÓRTER<sup>1</sup>

Leandro BEZERRA<sup>2</sup>

Edenilson MENDES<sup>3</sup>

Paulo Vitor Giraldo PIRES<sup>4</sup>

Universidade Federal do Amapá, UNIFAP

### RESUMO

O presente artigo estuda o episódio “*Refugiados*” exibido em 10 de maio de 2017 no programa *Profissão Repórter* da rede Globo, objetivando realizar uma análise do discurso midiático em contraponto com as teorias de ação pessoal e organizacional, o estudo foi embasado em teóricos da comunicação, como Patrick Charaudeau e Vilém Flusser, a fim de subsidiar as críticas sobre o produto midiático. O resultado é uma exposição da análise de discurso, e a compreensão de como ocorre a interferência de “forças” externas e internas na produção jornalística e conseqüentemente na opinião pública.

**PALAVRAS-CHAVE:** Análise midiática; Mídia; Teorias do Jornalismo; Refugiados; Profissão Repórter.

### INTRODUÇÃO

O programa *Profissão Repórter* da rede Globo de televisão, dirigido e apresentado pelo jornalista Caco Barcellos, no ar desde junho de 2008 em horário fixo, exibido atualmente às 23:30 horas nas quartas-feiras, com tempo médio de 30 minutos por edição.

O programa possui como argumento a exibição dos bastidores do trabalho realizado para construção de reportagens jornalísticas para a TV, exhibe ao público matérias de interesse e de comoção social, demonstrando como se dá o processo jornalístico, desde a construção da pauta até a edição da matéria, utilizando-se sempre de diferentes visões acerca de um mesmo tema abordado. Conta com a presença de uma espécie de tutoria na qual o jornalista mais experiente, Caco Barcellos, orienta os demais jornalistas da equipe no fazer jornalístico.

Iniciado como um quadro do *Fantástico*, o programa preserva características de jornal semanal mesmo com um formato diferenciado, tendendo a se aprofundar mais na notícia, com

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 1 – Análise de mídia, gestão e estratégias comunicacionais do II Comertec Jr., realizado de 14 a 16 de junho de 2018, na Universidade Federal do Amapá (UNIFAP)

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da da UNIFAP, email: [dotfob@gmail.com](mailto:dotfob@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da da UNIFAP, email: [edenilson.mcp@gmail.com](mailto:edenilson.mcp@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: [paulogiraldi2@gmail.com](mailto:paulogiraldi2@gmail.com)

seus repórteres demonstrando maior envolvimento com os casos, apesar do tempo reduzido de cada edição.

A edição do programa possui um formato, que apresenta certa padronização na maioria dos episódios, onde a apresentação das reportagens que ilustram o tema central é realizada de forma intercalada.

O episódio escolhido para análise trata sobre problemáticas envolvendo refugiados Venezuelanos, Sírios e Haitianos. O episódio foi ao ar em 10 de maio de 2017 e retrata questões recentes, de escala global e que ainda estão em fase de discursões e entendimentos por parte de governos, imprensa e demais membros das sociedades.

No caso Venezuelano, a principal condição para busca de refúgio no Brasil é a crise política e econômica que levou a Venezuela a uma condição grave de desabastecimento em áreas como a da saúde, alimentação e combustível. O episódio foca na situação econômica e nas condições de vida dos estrangeiros ao ingressar no Brasil.

A principal porta de entrada para os venezuelanos no Brasil é pequeno município de Pacaraima no estado de Roraima, com cerca de 12 mil habitantes, o município, que sofre com a falta de estrutura para comportar a migração em massa de cidadãos venezuelanos.

O retrato dos refugiados de guerra da Síria é apresentado, com foco nas condições de vida dos refugiados em dois campos de refugiados na Jordânia, o Zaatari e o Azraq que juntos possuíam cerca de 210 mil habitantes na época. É destacado o comércio local, a rotina de famílias, a falta de emprego e de perspectivas, além de uma vida que lembra a de prisioneiros.

Sobre a problemática Síria, já em 2011, inspirados pela *Primavera Árabe*<sup>5</sup>, se deu início aos primeiros protestos em favor da democracia e contra o governo de Bashar Al-Assad, presidente desde os anos 2000 e responsabilizado por grande parte da população por atos de corrupção, por limitar a liberdade política e pelos altos índices de desemprego do país. Desde então, o clima de revolta só aumentou com ataques armados tanto do governo quanto de opositores, iniciando um processo de guerra civil que já perdura 7 anos e que já matou mais 300 mil pessoas, segundo o Observatório Sírio de direitos humanos<sup>6</sup>.

O conflito, que no início era entre oposição e situação, atualmente envolve diversas forças externas, como os grupos jihadistas, Estado Islâmico e Al-Qaeda. Além destes, outros países estão envolvidos no conflito, Rússia e Iran apoiando o governo de Assad e EUA, Reino Unido, França, Turquia e Arábia Saudita apoiando as forças rebeldes<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> Levante de revolucionárias manifestações no Oriente Médio e norte da África.

<sup>6</sup> <http://www.ebc.com.br/observatorio-sirio-dos-direitos-humanos>

<sup>7</sup> <http://www.bbc.com/portuguese/internacional-43204513>

A questão dos haitianos residentes no Brasil, é apresentada explorando a história de vida de um personagem, o jovem Nico. É apresentada suas condições de moradia, trabalho e como foi o trajeto feito pelo entrevistado para chegar a São Paulo.

O Haiti é um país que sofre com uma frágil condição política e econômica, o quais foram agravados em 2010, um terremoto assolou o país deixando milhares de mortos e desabrigados. Ainda durante o processo de recuperação estrutural, o país sofreu com outra catástrofe natural, o furacão Matthew que atingiu o país em 2016<sup>8</sup>. A falta de estrutura, moradia e o estado de calamidade têm levado seus habitantes optarem por deixar o país em busca de uma vida melhor.

Levando em consideração definições da ONU e da legislação brasileira para a questão de refugiados, observamos que o programa não faz uma distinção precisa entre migrantes e refugiados. Existem diferenças significativas entre ambas situações, que podem confundir questões relacionadas a obrigações políticas. Entretanto, acreditamos, que esta falta de precisão, não diminui a importância da denúncia de condições de vida, fora de um padrão razoável, de pessoas que são obrigadas a sair de seus países por questões que ameacem diretamente suas vidas, por problemas econômicos e sociais.

Um aspecto relevante sobre o programa Profissão Repórter é o fato de o mesmo está disponível na mídia televisiva em canal aberto, que possui um grande impacto no grande público. Um segundo aspecto estaria no seu formato, entendemos que este possui um viés importante, que possibilita a jornalistas recém-formados experiência na atividade, além de oportunizar aos espectadores um conhecer, mesmo que superficial, de como é realizado o trabalho jornalístico. A cada temporada o seu formato, juntamente com a rotatividade dos jornalistas participantes, possibilita uma certa “auto oxigenação”, e assim, aparenta revigorar o interesse do público.

Seu tempo de atividade no ar, seu alinhamento com a agenda da sociedade, suas problemáticas e seu formato jornalístico diferenciado, nos leva a crer que a análise mais aprofundada deste produto midiático pode contribuir com área de comunicação, em especial a jornalística. Neste sentido, objetivamos analisar como o fazer jornalístico, aliado ao interesse e opinião pública é impactado por questões organizacionais e de ação pessoal, além de buscar compreender como um produto midiático pode contribuir para a discursão, tendo como eixo a temática relativa às necessidades de migração e refúgio.

---

<sup>8</sup> <http://agenciabrasil.abc.com.br/internacional/noticia/2017-01/apos-7-anos-haiti-ainda-tenta-se-recuperar-de-terremoto>

### REFERENCIAL TEÓRICO

Os processos migratórios e de refúgio, fatos apresentados no programa analisado, podem modificar profundamente as sociedades. Os impactos positivos ou negativos, quando existem, possuem particularidades relacionadas aos aspectos culturais das populações envolvidas, no grau de diferença de tais aspectos e no como os efeitos são absorvidos e mediados por populações, governos, sociedades civis e pela imprensa. Sobre a questão das dificuldades das migrações temos:

Vir de algum lugar, de “lá”, e não “aqui” e ser simultaneamente “de dentro” e “de fora” da situação dada, é viver na intersecção das histórias e memórias, vivenciando tanto sua preliminar dispersão quanto sua subsequente translação em uma nova, mais extensiva combinação ao longo das possibilidades emergentes [...]. Este drama, raramente escolhido livremente é o dilema do estranho. Expulso da tradição da terra natal, experimentando uma identidade em constante desafio, do estranho se requer perpetuamente que se sinta em casa, numa interminável discussão entre uma herança histórica dispersa e um presente heterogêneo. (CHAMBERS, 1994, p. 6) *apud* (MENEZES, 2012, p. 31)

Quando analisado as questões de migração e refúgio, o simples conhecer dos fatos, aparenta ser insuficiente para definições de juízo de valor. A profundidade das reflexões é alcançada com o debate, com a transformação dos acontecimentos interpretados e, portanto, com a participação da mídia e interesse do espectador.

A imprensa possui papel crucial no aspecto mediador para formação de opinião, pois é a responsável, em primeira instância, por construir, através da produção midiática, a notícia, uma representação do fato para um público específico. Em uma segunda instância, cabe a produção midiática compreender as interpretações e assim, realimentar o noticiário num processo de transformações, transações e interpretações. De acordo com o contrato midiático apresentado por Patrick Charaudeau. “É o contrato de comunicação midiático que gera um espaço público de informação e é em seu próprio quadro que se constrói a opinião pública.” (CHARAUDEAU, 2010, p. 115)

Sobre o espaço público e opinião pública, Dominique Wolton esclarece o seguinte:

É o lugar, acessível a todos os cidadãos, onde um público se reúne para formular uma opinião pública. O intercâmbio discursivo de posições racionais sobre problemas de interesse geral permite identificar uma opinião pública. (WOLTON, 1999)

As concepções sobre o espaço público aliadas as concepções de comunicação midiática denotam, na atualidade, uma interdependência entre os conceitos, nos parece

razoável inferir que a existência da comunicação midiática está atrelada a existência de um espaço público. Neste ambiente a opinião pública é tida como produto das relações mediatizadas, portanto, um produto de esforços do público e dos produtores. Ressaltando que a importância de cada ator na contemporaneidade é mais igualitária.

Neste processo de construção da informação, a participação do público é essencial. A construção da notícia ocorre, primariamente, em função de um público alvo e as futuras reconstruções ocorrem de acordo com *feedback*<sup>9</sup> das intervenções interpretativas do público, tal qual o conceito de comunicação dialética.

Para produzir informação, os homens trocam diferentes informações disponíveis na esperança de sintetizar uma nova informação. Essa é a forma de uma comunicação dialética. Para preservar, manter a informação, os homens compartilham informações existentes na esperança de que elas, assim compartilhadas, possam resistir melhor ao efeito entrópico da natureza. Essa é a forma de comunicação discursiva. (FLUSSER, 2007, p. 97)

Na obra "O mundo codificado", Vilém Flusser, esclarece a importância da comunicação para a vida humana e a relação existente entre discursos e diálogos, destaca que, apesar de haver uma ligação intrínseca entre discurso e diálogo, os mesmos, dependendo do ponto de vista, são diferentes. A diferença básica, estaria no fato de que os discursos existem para propagar informações, enquanto que os diálogos são criados para produção de novas informações.

Flusser (2007) esclarece ainda, "nunca antes na história a comunicação foi tão boa e funcionou de forma tão extensiva e tão intensiva como hoje. O que as pessoas pensam é na dificuldade de produzir diálogos efetivos." (FLUSSER, 2007, p. 98)

O equilíbrio entre discursos e diálogos se faz necessário para que a propagação de informações esteja aliada a produção de novas informações, saberes e consequentemente, opiniões.

Dominique Wolton (2010), ao detalhar o papel do receptor em uma comunicação, estabelece que a simples propagação de informações é insuficiente para que ocorra uma comunicação, ele coloca o receptor em posição atuante no processo comunicacional com o produto midiático. "Os receptores negociam, filtram, hierarquizam, recusam ou aceitam as incontáveis mensagens recebidas (...) O receptor, que nunca foi passivo, está cada vez mais ativo para resistir ao fluxo de informações." (WOLTON, 2010, p. 18)

---

<sup>9</sup> Informação que o emissor obtém da reação do receptor à sua mensagem, e que serve para avaliar os resultados da transmissão.

Portanto, neste cenário, o receptor ganha dos teóricos não apenas poderes e responsabilidades para com o processo comunicacional. O sucesso da empreita midiática depende, de o produto ser pensado para um público alvo e de ficar atento a interlocuções deste público, para que novas produções estejam de acordo com os anseios da opinião pública, ou seja, é necessário a existência de um diálogo presente entre produtores e receptores.

Neste quesito, a televisão como mídia possui certas características que a colocam em vantagens em relação a outras mídias, o alcance e a receptividade são dois exemplos. O alcance diz respeito a capacidade de seu sinal atingir longas distancias, no caso, a TV Globo está, disponível de forma gratuita em praticamente todo território nacional.

### **Mídia, produto midiático e suas relações**

A televisão, como objeto tecnológico, repercutiu de forma decisiva como o jornalismo fora e é produzido. O mesmo aparenta ocorrer com o advento de novas tecnologias, as quais, neste momento histórico passam também a influenciar o jornalismo e a própria televisão.

As possibilidades de substituições e ou manutenções tecnológicas não incidem *à priori* evolução históricas em sim, mas indicam uma necessária interação com a sociedade.

Sem dúvida, a habilidade ou inabilidade de as sociedades dominarem a tecnologia e, em especial, aquelas que são estrategicamente decisivas em cada período histórico, traça o seu destino a ponto de podermos dizer que, embora não determine a evolução histórica e a transformação social, a tecnologia (ou sua falta) incorpora a capacidade de transformação das sociedades, bem como os usos que as sociedades, sempre em um processo conflituoso, decidem dar ao se potencial tecnológico. (CASTELLS, 1999, p. 26)

A prática jornalística, independentemente dos meios, é agregada de diversos valores e objetivos. O formato televisivo que permite a utilização de texto, áudio e imagem em movimento, aparenta facilitar a recepção da notícia pelo telespectador, o que não significa dizer que de fato ocorrerá uma interação entre TV e espectador.

Na relação entre televisão e público, as interações, impulsos e respostas são, na atualidade, ricas de possibilidades, no sentido de que, com as novas tecnologias digitais é possível a percepção mais rápida das respostas aos impulsos. Esta relação é baseada em

interesses mútuos, Manuel Carlos Chaparro (2007) ao delinear as ideias sobre o modelo pragmático do jornalismo e sobre a relação de interesses, detalha:

Na concepção do modelo, as fronteiras para as interferências dos autores e atores sociais estão totalmente abertas nos três polos de interação: com a *sociedade*, que estabelece princípios e costumes, portanto as razões éticas e morais; com a *atualidade*, representada não apenas pelo que acontece mas também por aquilo que as pessoas querem dizer e saber sobre o que acontece; e com a *recepção ativa*, em que se dá o encontro de expectativas e perspectivas. (CHAPARRO, 2007, p. 145)

Ainda sobre as questões de interesses que envolvem o relacionamento entre o público e a atividade jornalística, Chaparro (2007) adverte o seguinte:

Aliás, nunca é demais lembrar que a atividade jornalística deve ser avaliada e avalizada pelas razões do *interesse público*, parâmetro gerador dos critérios jornalísticos de valorização da informação. E, quanto mais vigorosos forem os atributos de relevância social da informação, maior será a dimensão do interesse público atendido. (CHAPARRO, 2007, p. 146)

O produto midiático, em especial os de cunho jornalístico, das grandes empresas de comunicação, possui diversas finalidades práticas, algumas delas são: entreter, informar, divulgar, manter canais de poder e, no estado de capitalismo informacional<sup>10</sup>, o produto midiático também deve gerar lucro para seus proprietários.

Quando vai ao ar, o programa carrega os diversos objetivos que “fazem” parte dos interesses institucionais, não sendo necessário ou mesmo possível, segregar finalidades. Assim, o programa com objetivo de informar, pode possuir em determinado tempo/espço, concomitantemente ou não, objetivos de entreter, de divulgar e, inclusive, de lucrar.

De fato, a junção dos interesses mútuos é que definirão, quais finalidades previamente estabelecidas pelo programa terão aplicabilidade prática. O noticiário estaria sujeito às análises e interesses pessoais do espectador, e apesar do forte apelo que a mídia impõe sobre o público para consumir seus produtos, cabe ao receptor a disposição em consumir ou não determinado produto midiático. Medina (1988) coloca a produção jornalística de uma grande indústria da informação, como envolta a complexidades tecnológicas, que se contrapõem às idealizações do jornalismo romântico e livre.

Nas empresas pertencentes a “engrenagem industrial”, caso da empresa Rede Globo, as funções e finalidades de seus programas, (informar, entreter, divulgar, lucrar, etc.) estariam atreladas umas às outras, respeitando o contexto da publicação do produto. Esse alinhamento,

<sup>10</sup> Denominação atribuída por Manuel Castells (1999).

se dá de tal forma que não nos é possível imaginar que um programa, mesmo o jornalístico, seja exibido somente com o objetivo de informar, outros interesses coexistem e influenciam na forma de apresentação na tela do espectador.

### Produto midiático, influências e impactos

Considerando que o produto midiático jornalístico, seu conteúdo, angulação e objetivos dependem, em primeira instância, das ações dos jornalistas envolvidos, sem desconsiderar que tais ações são limitadas por contextos externos, questões éticas, orçamento e por imposições organizacionais. Optamos por conduzir a análise, buscando identificar como as teorias do jornalismo de Ação pessoal e Organizacional contribuem para a produção midiática e para com a interação com o público.

A teoria da ação pessoal, também conhecida por *Gatekeeper*, explica que o jornalista tem poder de decisão sobre vários aspectos e em vários estágios da produção da notícia sendo, portanto, um dos principais responsáveis pelo o que vai ser publicado. Para Nelson Traquinas (2005), existem vários estágios no processo de produção de notícias, cada estágio desses é um *gate* (portão). Porém, para Traquina (2005) a teoria seria limitada por somente observar a característica de seleção.

A teoria do *gatekeeper* avança igualmente uma concepção bem limitada do trabalho jornalístico, sendo uma teoria que se baseia no conceito de “seleção”, minimizando outras dimensões importantes do processo de produção das notícias, uma visão limitada do processo de produção das notícias (TRAQUINA, 2005, p. 151).

Outra teoria observada no episódio é a teoria Organizacional, na qual a notícia, como produto da organização, é disponibilizada com as características pensadas e desejadas pela empresa. As normas organizacionais se sobrepõem aos valores do jornalista, no qual o profissional deve se adequar. De acordo com Nelson Traquina (2005, p. 157), “a autonomia do jornalista é permitida enquanto for exercida em conformidade com os requisitos da empresa jornalística”.

Alguns dos aspectos de influência organizacional dizem respeito aos princípios editoriais, alinhados a missão, visão e valores, adotados por uma organização produtora, principalmente em organizações de grande porte.



Na formulação narrativa (a notícia objetiva) predominam critérios seletivos, o fato é narrado nos seus grandes traços externo e, naturalmente, a angulação da empresa jornalística e de seu grupo determina quais os grandes traços. Então torna-se comum noticiar desta ou daquela forma, este ou aquele assunto; ou deixa-se de noticiar certos fatos porque se julgam inconvenientes. (CHAPARRO, 2007, p. 112)

De acordo com a teoria organizacional, criada pelo sociólogo norte-americano Warren Breed em 1955, o jornalista no contexto da instituição na qual é contratado, sofre as influências organizacionais no seu modo de agir e produzir. Segundo Breed (*apud* TRAQUINA, 2005, p. 152), “o jornalista acaba por ser ‘socializado’ na política editorial da organização através de uma sucessão sutil de recompensa e punição.”

Ainda de acordo com o que afirma Breed, tais influências, pontos de vista e cultura organizacional, não precisam ser repassadas explicitamente aos funcionários, os sentimentos de obrigação para com os superiores, às aspirações funcionais, prazer da atividade aliados ao um certo sentimento de conformismo leva adiante o modo de trabalho organizacional de forma quase autônoma para os profissionais.

A publicação da linha editorial da TV Globo em seu site<sup>11</sup> confirma os aspectos de automação da teoria ao propagar em um dos seus parágrafos o seguinte:

Tais princípios foram praticados por gerações e gerações de maneira intuitiva, sem que houvessem formalizados ordenadamente em um código. Cada uma de nossas redações sempre esteve imbuída deles, e todas puderam, até aqui, se pautar por eles. (GRUPO GLOBO, 2011)

Apesar da propensão de que tais princípios sejam adotados pelos profissionais de forma autônoma, o grupo Globo, resolveu explicitar tais normas em documentos on-line, justificando que o faz objetivando deixar claro, em tempos digitais, quais são os princípios que regem o seu trabalho jornalístico.

Dentre os princípios, autoproclamados pelo grupo Globo, como *essência globo*, elencamos como destaque a serem analisados no produto midiático escolhido, os seguintes: “respeito à diversidade” e “estética”<sup>12</sup>.

De fato, os princípios elencados acima, apesar de generalistas, são observáveis em vários aspectos do produto analisado. Lembrando que a adoção de tais princípios por parte dos profissionais é uma obrigação editorial.

<sup>11</sup> [http://grupoglobo.globo.com/principios\\_editoriais.php](http://grupoglobo.globo.com/principios_editoriais.php)

<sup>12</sup> [http://grupoglobo.globo.com/pdf/essencia\\_globo.pdf](http://grupoglobo.globo.com/pdf/essencia_globo.pdf)

Sobre o princípio “respeito a diversidade”, O programa Profissão Repórter demonstra alinhamento evidenciando no conteúdo a interação com personagens diversos em cada episódio. Outro aspecto relacionado a este princípio está na exibição de episódios com uma vasta diversidade temática.

Figura 1: Distribuição temática dos episódios de 2008 a 2017

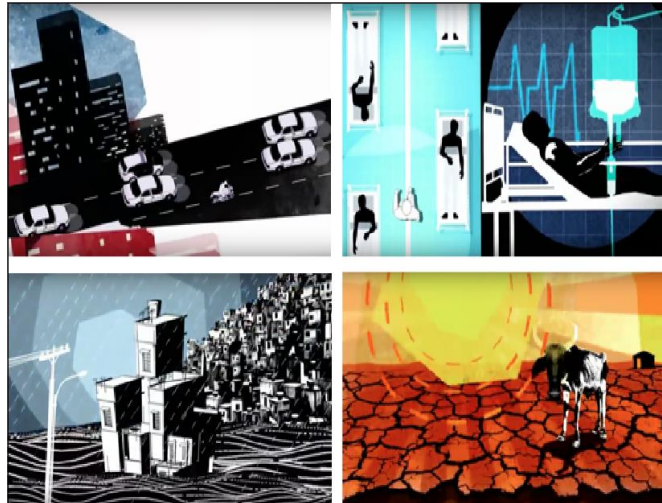


Fonte: Própria (2018)

A figura acima ilustra a densidade de temas trabalhados pelo programa desde 2008 até 2017. A classificação dos episódios nos temas foi realizada de acordo com o eixo temático abordado pelos episódios.

Com relação a questão estética, podemos observar no episódio analisado, como o princípio é adotado. As peças gráficas são de fácil assimilação e adequadas à mensagem que se deseja passar. Como exemplo analisamos o grafismo de abertura utilizado para introduzir o episódio.

Figura 2: Sequência de quadros da abertura do programa



Fonte: (GLOBO, 2017), adaptação nossa.

A mensagem de que o programa deseja abordar temas diversos e de relevância social, voltados para a realidade brasileira, fica evidenciada no grafismo, figura 2. Sua apresentação a cada episódio, reforça a mensagem.

Uma outra peça gráfica observada no episódio são os mapas, utilizados em diversos momentos do episódio, possuem como função básica auxiliar o telespectador a contextualizar o acontecimento a uma região geográfica e assim, compreender melhor, o que implica a situação vivenciada pelos personagens que ilustram a matéria.

Ainda sobre princípios editoriais da corporação, porém, mais específicos para as produções jornalísticas, destacamos a isenção como princípio a ser analisado<sup>13</sup>.

No caso da isenção, que remete a objetividade jornalística, a política editorial da rede Globo (2011), coerentemente com o que dizem os teóricos do jornalismo, destaca uma impossibilidade de 100% de isenção na atividade jornalística. Porém impele que é necessário buscar o máximo de isenção possível. Ao tratar da questão da objetividade Clóvis Rossi, esclarece que:

A objetividade é possível, por exemplo, na narração de um acidente de trânsito – e, assim mesmo, se nele não estiver envolvido o repórter, pessoalmente, ou algum amigo ou parente. Esse tipo de acontecimento – ou seja, aquele que afeta um pequeno grupo de pessoas, sem maior incidência política e/ou social – ainda permite o exercício da objetividade. Nos demais, ela é apenas um mito. (ROSSI, 1980, p. s.n)

Esta impossibilidade de 100% de isenção, deixa margem para que este tipo de princípio percorra áreas cinzentas de avaliação, estando, portanto em uma área de transição,

<sup>13</sup> <http://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>

onde o jornalista por um lado, é influenciado pela norma organizacional, por outro, possui possibilidades de escolhas. As escolhas são válidas e balizam o que diz a teoria da ação pessoal, *Gatekeeper*.

Nesta teoria, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, "portões" que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. (TRAQUINA, 2005, p. 150)

Neste sentido, passamos a observar que determinadas formas de apresentação do programa midiático podem ser vistas e analisadas sob a tutela tanto da teoria organizacional, quanto da teoria da ação pessoal.

O alinhamento do episódio ao princípio da isenção, alínea *b*, que trata da questão de apuração, no nosso entender, quando vista apenas pela teoria organizacional, se mostra prejudicada, no sentido de que não evidencia todos os diversos ângulos dos acontecimentos.

Aspectos relacionados às resultantes da migração em massa dos venezuelanos para o Brasil, como por exemplo, questões de violência e segurança pública são omitidos. Outra questão bastante minimizada no caso dos imigrantes venezuelanos, são os possíveis atos de xenofobia, forma de preconceito bastante comum neste tipo de situação migratória. No episódio, somente um exemplo deste tipo de atitude é apresentado, aos 28m45s.

Porém, quando observadas sob o ponto de vista da teoria *Gatekeeper*, a não apresentação de determinado ângulo, pode ser perfeitamente justificada, como direito de escolha do jornalista, desde de que a falta não prejudique sobremaneira a isenção da informação. Além disso, notamos ser rotina do programa, quando as matérias possuem maior impacto, apresentar novos episódios tratando o mesmo tipo de acontecimento com novas visões, tal rotina, pode a médio e longo prazo, ao menos amenizar questões relativas a falta de maior angulação de determinada cobertura jornalística.

Podemos usar como exemplo, as questões do horário avançado e do tempo, relativamente curto de veiculação do programa, como questões que são implicadas por decisões organizacionais e que também acabam por incidir em decisões de ação pessoal. As limitações de tempo, geralmente cumprem uma agenda voltada aos negócios da organização, mas sabendo de tais limitações cabe à equipe jornalística decidir o que irá ou não ser exibido em um episódio.

Outra característica do episódio que denota uma opção clara da equipe jornalística é a forma de edição e apresentação das reportagens. No episódio, foram apresentadas três

reportagens, que apresentavam as especificidades distintas do tema, as problemáticas dos Venezuelanos, Sírios e Haitianos. A edição do programa optou por apresentar tais reportagens de forma intercalada.

Este formato de edição cria dinamicidade, leveza e conduz o telespectador nas principais questões do tema, encarando os problemas de comoção social de forma a observar fatos e aspectos diversos sobre a mesma questão. O programa não faz, explicitamente, comparações entre as especificidades de cada matéria, entretanto, o formato adotado leva, no nosso entender, o telespectador a fazer comparações entre as situações e a analisar determinado acontecimento com a bagagem de “conhecimento” do que ocorre em outras localidades.

Por fim, temos também como elemento observável que denota ação de escolha no episódio, a opção por não fazer a cobertura com equipe própria nos países de origem dos imigrantes. No caso venezuelano, optou-se pelo uso de imagens de arquivos, com notícias que foram apresentadas em outros jornais da emissora e pela participação do jornalista venezuelano Ivan Reyes, que exibiu imagens e falou sobre a situação de desabastecimento na Venezuela. A utilização de imagens de arquivo de outros jornais, resolve bem a questão, considerando o tempo limitado do episódio, sem afetar a credibilidade. O mesmo não ocorre com relação a Síria e ao Haiti, apenas curtos comentários são lançados sobre a situação destes países, deixando as informações da situação destes países em estado de incompletude.

### **Considerações finais**

A análise desenvolvida no presente artigo sobre o episódio dos Refugiados do programa Profissão Repórter da Rede Globo, possibilitou uma maior compreensão de como a imprensa encaminha o tratamento de determinados assuntos. Além disso, também permitiu o estudo acerca de como o produto midiático é influenciado por questões organizacionais e ações pessoais, com base nas teorias do jornalismo.

De modo geral, foi observada a forte influencia organizacional sobre a estrutura do programa, mostrando como o processo criativo do jornalista está atrelado a parâmetros estabelecidos previamente pela corporação. Apesar disso, também foi possível observar, que a equipe jornalística é responsável, dentro de suas limitações organizacionais, por decidir qual o melhor caminho para a produção midiática.

Observamos então, que a notícia que chega aos telespectadores, que representa determinado aspecto da realidade, passa por “filtros” e pode, em determinados contextos, não alcançar objetivos de informar, se produção e abordagem não forem adequados aos anseios do público. A interação entre produção midiática e telespectador torna-se então, fundamental. O *feedback* do público possibilita ao produtor a constante renovação da produção e assim, do processo de informar.

O produto midiático estudado, apresenta em um formato jornalístico diferenciado, notícias de interesse público e social diversos, contribuindo para assim para discussões de temáticas que afetam o bem-estar social.

Sua periodicidade em formato de série com episódios semanais, permite trabalhar diferenciadas temáticas, além de possibilitar à produção voltar a determinado assunto sempre que necessário para apresentar uma angulação diferenciada dos fatos.

Para o estudante de jornalismo, o programa é, em uma visão empírica, especialmente importante, pois possibilita ao estudante conhecer aspectos da produção jornalística em TV aberta. Entendemos que estudos adicionais, voltados para compreensão desta afirmação e das opiniões do público sobre o programa, devem ser realizados em trabalhos futuros, de forma a esclarecer com maior assertividade as conclusões sobre os efeitos da produção no público.

### BIBLIOGRAFIA

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Tradução de Maria Lucia Machado. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 1997.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. Tradução de Roneide Venancio Majer. São Paulo: Paz e Terra, v. I, 1999.

CHAPARRO, M. C. **Pragmática do Jornalismo**. São Paulo: Summus, 2007.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. Tradução de Angela M. S. Correa. 2ª ed. ed. São Paulo: Ed. Contexto, 2010.

FLUSSER, V. **O Mundo Codificado**: Por uma filosofia do design e da comunicação. Tradução de Raquel Abi-Sâmara. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GLOBO, R. Profissão Repórter: Refugiados. **g1.globo.com**, 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/profissao-reporter/edicoes/2017/05/10.html>>. Acesso em: 10 maio 2018.

GRUPO GLOBO. Princípios editoriais. **PRINCÍPIOS EDITORIAIS**, 2011. Disponível em: <[http://grupoglobo.globo.com/principios\\_editoriais.php](http://grupoglobo.globo.com/principios_editoriais.php)>. Acesso em: 17 maio 2018.

MEDINA, C. **Notícia, um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus, v. 24, 1988.

MENEZES, M. A. D. Migrações e Mobilidades: Repensando teorias, tipologias e conceitos. In: TEIXEIRA, P. E.; BRAGA, A. M. D. C.; BAENINGER, R. **Migrações**: implicações passadas, presentes e futuras. Marília: Cultura Acadêmica, 2012.

ROSSI, C. **O que é jornalismo**. Coleção primeiros passos. ed. São Paulo: Brasiliense S.A, 1980.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**: Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, v. I, 2005.

WOLTON, D. **Pensar a Comunicação**. Tradução de Vanda Anastácio. Alges: Difusão Editorial, SA, 1999.

WOLTON, D. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.