

NO AR – AS HISTÓRIAS POR TRÁS DA SUA TELEVISÃO

Bianca Aparecida Martins Chagas e Silva¹, Elizabete Mayumy Kobayashi².

Universidade do Vale do Paraíba/Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento, Avenida Shishima Hifumi, 2911, Urbanova - 12244-000 - São José dos Campos-SP, Brasil,
bianca.martins.chagas@oulook.com, betekoba@univap.br.

Resumo

Este artigo é uma apresentação do projeto de conclusão de graduação em Jornalismo, pela Universidade do Vale do Paraíba (Univap), tendo como produto final um livro de contos intitulado de: “No ar: histórias por trás da sua televisão”. O livro será composto por cinco contos que se passam do ponto de vista de jornalistas televisivos em diferentes funções, sendo elas: estagiário, produtor, repórter, editor de texto e âncora, todos ligados por um ambiente em comum, uma redação que está fazendo a cobertura de uma queda de avião. O objetivo deste trabalho é oferecer uma opção de conteúdo de simples entendimento sobre a influência do *gatekeeping* no caminho da notícia para pessoas que não são jornalistas, utilizando ferramentas de *storytelling*. A pesquisa foi realizada por meio de levantamento bibliográfico e entrevistas semiestruturadas com pessoas que atuam no jornalismo de televisão. Todo o trabalho realizado tem o intuito de tornar a escrita dos contos a mais próxima da realidade e direcionada para o interesse do público-alvo possível.

Palavras-chave: Jornalismo televisivo. *Gatekeeping*. *Storytelling*.

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas – Comunicação.

Introdução

O jornalismo está presente na vida de grande parte das pessoas. Atualmente, muitas delas consideram os meios de comunicação tradicionais como as fontes de informação mais confiáveis. No dia 29 de março de 2025, a Folha de São Paulo divulgou uma pesquisa relativa ao Censo 2022 do IBGE, em que o rádio e a TV fechada aparecem como os meios considerados mais confiáveis e a TV aberta aparece em sexto lugar com uma diferença percentual pequena em relação à fechada. Respectivamente 81%, 75% e 69% das pessoas que responderam ao estudo acreditam que estes meios de comunicação são confiáveis, enquanto os influenciadores, as redes sociais e os blogs aparecem com os menores números, sendo 35%, 41% e 43% (Sabino, 2025).

Para quem não está inserido no meio, o jornalismo de televisão pode parecer algo muito distante da sua realidade, como se fosse um mundo à parte dentro das telas. Mas é importante lembrar que jornalista é uma profissão, ocupada por pessoas comuns, como todas as outras. A questão é que as ações dessa profissão, incluindo o *gatekeeping*, estão presentes no dia a dia de todas as pessoas fora dela. Segundo Shoemaker e Vos,

Gatekeeping é o processo de seleção e transformação de vários pequenos pedaços de informação na quantidade limitada de mensagens que chegam às pessoas diariamente, além de ser o papel central da mídia na vida pública moderna. (Shoemaker; Vos, 2011, p. 11)

O objetivo deste trabalho é relatar o processo de elaboração de um livro uma ficção-jornalística, por meio de um livro de contos inspirado em entrevistas reais e levantamento bibliográfico que seja capaz de informar, de maneira simples e interessante, sobre o funcionamento dos processos de *gatekeeping* em uma redação de televisão às pessoas que não são da área da comunicação. Para isso, utilizo ferramentas de *storytelling*. Segundo Xavier (2015, p. 9), “*Storytelling* é a tecnarte de elaborar e encadear cenas, dando-lhes um sentido envolvente que capte a atenção das pessoas e enseje a assimilação de uma ideia central.”

A Ciência do NANO e seu impacto transformador no MACRO

Os noticiários e programas jornalísticos pautam as discussões diárias dos telespectadores. “As pessoas não têm como saber o que a mídia não lhes conta, a menos que experienciem diretamente o evento”, dizem Shoemaker e Vos (2011, p. 16). Os noticiários trazem pesquisas sobre o comportamento da sociedade, acompanhando o andamento da economia e das ações políticas e exibindo notícias factuais sobre casos de violência e tragédias de grande.

Estas informações passam por vários filtros antes de chegar ao público, entre eles estão as reuniões de pauta, os *releases* (textos que, normalmente, divulgam algo das empresas e afins) enviados por assessores à redação, a edição de texto e de vídeo, e o próprio olhar do jornalista, seja ele editor, apresentador, repórter ou produtor. Entretanto, este processo não é claro para quem está do outro lado da tela. Quando se fala do “por trás das câmeras”, na maioria das vezes é destacado o processo técnico de gravação, como o uso das câmeras e de teleprompters (aparelho que permite que o apresentador leia tudo o que está sendo dito no ar), e não o processo de produção da notícia.

Metodologia

Para realização do trabalho, foram feitas pesquisas bibliográficas a partir da leitura de vários livros e artigos sobre *gatekeeping* e teoria da comunicação, história da televisão brasileira, prática jornalística, *storytelling*, escrita de ficção, jornalismo literário e contos. Há dois livros base utilizados no projeto *Teoria do gatekeeping – Seleção e construção da notícia* (2011) de P. J. Shoemaker e T. P. Vos e *Storytelling – Histórias que deixam marcas* (2015) de A. Xavier. Ainda relacionado aos caminhos da comunicação, foram usadas as bibliografias: *Teoria da comunicação: conceitos Básicos* (2006) de R. Vilalba. Sobre a escrita de histórias outros dois livros essenciais para a construção do trabalho foram *Escrever ficção – Um manual de criação literária* (2019) de L. A. A. Brasil e *Jornalismo Literário* (2017) de F. Pena. Além disso, houve uma pesquisa bibliográfica sobre a televisão e a prática jornalística.

Também foram realizadas entrevistas jornalísticas semiestruturadas com profissionais de diferentes funções que trabalham ou já trabalharam em televisões do Vale do Paraíba, com o intuito de embasar a escrita do livro para além do conhecimento teórico e aproximar os contos ao máximo da realidade na prática. As perguntas semiestruturadas e ao todo foram 15 entrevistados, três de cada função, sendo elas: estagiário, produtores, repórter, editor de texto e âncora.

Resultados

Por meio do levantamento bibliográfico foi possível identificar as principais funções de cada uma das funções retratadas nos contos. Curado afirma que “A apuração é o contato de primeiro grau da notícia com a redação” (Curado, 2002, p. 34). Por isso, o apurador precisa estar em sintonia com o restante da redação independentemente do tamanho e do alcance da emissora. Um bom apurador:

Colabora para completar informações para uma equipe que está na rua; faz conferência de dados para editores que estão fechando o jornal; supre a chefia de reportagem com informações atualizadas sobre eventos que estão se desdobrando e que estão descobertos pela reportagem (Curado, 2002, p. 34).

O apurador precisa estar sempre antenado, acompanhando notícias da sua região e do mundo de outros veículos e meios de comunicação, como o rádio e a internet, além de manter contato diário com fontes oficiais. É importante que ele transforme o amontoado de informações que chegam até ele em texto curtos e precisos (Curado, 2002).

Enquanto o produtor de televisão, para Villela (2008, p. 103), “é o profissional responsável por múltiplas atividades que podemos chamar denominas logística de Jornalismo”, o produtor também é responsável pela pauta que, de acordo com Curado (2002, p. 40) “é um conjunto de dados que dão partida a uma reportagem”.

No fim das contas, como dito por Villela (2008, p. 109), “Os produtores são seguramente a melhor representação para o que se costuma chamar de ‘faz tudo’”. Eles respondem pela marcação de externas, elaboram pautas diárias, acompanham os entrevistados em tempo real, precisam se manter sempre muito bem-informados sobre os acontecimentos do mundo, fazem diversas perguntas durante conversas com possíveis entrevistados, tem a obrigação de saber quem são as principais figuras e instituições em cenários regionais e gerais, devem manter uma extensa lista de contatos e pensam em variados temas e assuntos (Vilella, 2008).

De acordo com Curado (2008, p. 46):

A Ciência do NANO e seu impacto transformador no MACRO

O repórter é o líder de uma equipe externa. Dá ritmo ao time, discute as dificuldades de campo, reúne as informações, faz as entrevistas e apronta o texto da reportagem. Tem treinamento jornalístico, compreensão do material que irá realizar e boa comunicação com a equipe (Curado, 2008, p. 48).

Por ser o rosto que dá a notícia, o repórter precisa desenvolver a empatia do público para, assim, conquistar credibilidade junto a ele. Além das competências já esperadas de qualquer jornalista, os repórteres de TV também precisam de uma boa voz e da imagem empática, já que são a imagem e a voz dele que narram as notícias diretamente para a audiência (Curado, 2002).

Já o editor de texto, segundo Curado (2002, p. 52), “É o filtro crítico das informações e o último avaliador da reportagem antes da exibição”. O editor precisa conhecer a audiência do programa em que trabalha para dar identidade a ele, esse profissional é a ponte entre o jornal e o telespectador, é o que faz o universo do que está sendo noticiado ir de encontro com o universo de quem está assistindo a notícia (Curado, 2002).

De acordo com Serva (2001, p. 58) “O objetivo do trabalho jornalístico de edição é apresentar um cardápio inteligível de notícias ocorridas em tempo recente, permitindo ao leitor compreender o que ocorre em seu mundo”. Edição também é a montagem do programa com um todo e de cada reportagem que passa nele, é definir, selecionar e dispor a informação e as imagens e sons que a traduzem. (Villela, 2008).

De acordo com Curado (2002, p. 54), “O âncora – ou “*anchorman*” – é o apresentador do programa que acumula essa atividade com a de editor-chefe ou editor-executivo”. Esse profissional é responsável pela identidade do programa, tanto no conteúdo quanto no visual, afinal ele também é a imagem do jornal (Curado, 2002).

O âncora precisa ter as habilidades necessárias para qualquer bom jornalista, e ainda cumular a capacidade de gerenciamento, a empatia e a autoridade esperada de um repórter de vídeo e ainda supervisionar todos os conteúdos para que eles sigam a identidade do jornal. Ele tem que ser um profissional habilidoso, o que faz dele um tipo de jornalista muito valorizado (Curado, 2002).

Para além da pesquisa bibliográfica, as entrevistas com profissionais de televisão também serviram ao seu objetivo, trazendo relatos sobre o cotidiano jornalístico e relacionando questões levantadas pela teoria do *gatekeeping* com as rotinas de comunicação dentro de redações de televisão. Além de servirem como uma ótima base para escrever uma história próxima da realidade, trouxeram outras questões relevantes que não estavam planejadas.

As entrevistas deixaram clara a importância dos conhecimentos adquiridos pelos jornalistas na academia, mas também pontuaram como o jornalismo diário tem um funcionamento único que só pode ser compreendido quando se está inserido no ambiente, o que reforça a importância da redação como um cenário didático para um livro a respeito do caminho da notícia. Além disso, muito foi dito sobre as transformações do jornalismo nos últimos anos, tanto devido à tecnologia quanto à banalização da profissão na atualidade por conta da facilidade de produção de conteúdo e das *fake news*. Os profissionais também abordaram a necessidade de cautela redobrada em coberturas de casos mais sensíveis, em que filtrar as informações que devem ir ao ar e o momento em que vão é essencial para proteger direitos de privacidade de vítimas e familiares.

Discussão

Durante as pesquisas bibliográficas a importância da televisão para a cultura brasileira ficou visível, já que a sociedade foi construída de forma que, como dito por Ribeiro (2010, s/p online):

“O que há em comum em uma casa de quarto e sala de um município pequeno no interior do país e um apartamento moderno, recheado da mais avançada tecnologia? Ambas as residências devem ter ao menos um aparelho de televisão.”

Mas será que todos conhecem o processo por trás da elaboração e disseminação das notícias? Quando se trata dos meios clássicos como a televisão, nos quais a participação do público é menor ainda, será que os telespectadores entendem como a informação que chega até eles é filtrada, produzida e exibida?

Os noticiários e programas jornalísticos pautam as discussões diárias dos telespectadores. “As pessoas não têm como saber o que a mídia não lhes conta, a menos que experienciem diretamente o

A Ciência do **NANO** e seu impacto transformador no **MACRO**

evento”, segundo Shoemaker e Vos (2011, p. 16). Entretanto, não é um direito de todos ter acesso a essas informações, levando em conta a relevância para o dia a dia deles? E como levar este conhecimento de uma forma simples e interessante para quem está fora da bolha da área da comunicação?

Uma técnica altamente utilizada por marcas e por profissionais de publicidade e propaganda e de jornalismo como um todo para tornar qualquer coisa mais palpável de compreender e igualmente memorável: o *storytelling*. Xavier (2015, p. 21) explica a importância da maneira como uma história, “É fácil esquecer os nomes dos personagens e lugares, mas a essência dessa história permanece”. Ou seja, certos detalhes e burocracias podem ser esquecidas, mas sempre que uma história é bem contada, o aspecto principal dela marca o leitor.

Se torna ainda mais importante buscar maneiras de garantir a acessibilidade do conhecimento dos processos de *gatekeeping* e do caminho da notícia devido à atual facilidade ao acesso da produção de conteúdo por diversas emissoras de televisão e pelas redes sociais, já que não podemos descartar o cenário transmidiático, há um choque de informações divergentes vindas de diferentes fontes. O fenômeno das *fake news* e da desinformação também cresceu por conta da influência da globalização gerada pela internet, deixando um certo receio sobre o que é real e o que é manipulado nos meios comunicacionais, assim:

[...] não faltam também pontos altamente preocupantes e mesmo alarmantes que tem se avolumado nas últimas três décadas, em especial desde a Internet 2.0, dentre os quais, no que diz respeito ao presente texto, o do abuso das liberdades comunicativas e das suas sequelas, como é o caso do discurso do ódio, da desinformação em geral e das assim chamadas *fake news* em particular (Sarlet; Siqueira, 2020, p. 538).

Trabalhos como aulas de educomunicação realizados em escolas e até mesmo das próprias mídias de massa, trazendo conteúdos de alerta à *fake news*, ajudam a diminuir esse pavor sobre os veículos. Porém, ainda há espaço para outras ideias criativas que possam aproximar a sociedade da realidade comunicacional dos meios de massa, levando em conta a influência deles não só sobre os comunicadores de profissão, mas também sobre todas as pessoas, que também são comunicadores cotidianos.

O conhecimento, na prática, dos caminhos que a notícia leva podem ajudar a entender melhor o funcionamento de empresas de comunicação e, conseqüentemente, o conteúdo produzido por elas. Mas para que este conteúdo fure a bolha da área da comunicação é preciso utilizar técnicas e formatos que aumentem a didática e capacidade de envolvimento no tema.

Uma boa alternativa para simplificar o entendimento são as narrativas. Elas só funcionam, de fato, quando o público é trazido para dentro dela, isso é a conexão que a torna memorável e construção de personagens semelhantes a realidade humana, ou seja, emocionalmente complexos com escolhas e dilemas é uma forma efetiva de gerar identificação (Xavier, 2015). Brasil pontua que os conflitos e os personagens de uma história são o que a tornam memorável:

Se você leu um ótimo romance há dez anos, logo recordará, com força e vivacidade, do personagem central e do conflito, mas irá amaldiçoar a própria memória, pois não consegue lembrar dos eventos. Deixe a memória em paz e agradeça-lhe, por que ela gravou o que de fato interessa (Brasil, 2019, p. 26)

O Jornalismo Literário tem mais liberdade para desenvolver personagens e desencadear a afetividade do público. De acordo com Pena (2017), até a atualidade ainda há dificuldades para definir o Jornalismo Literário como gênero, entretanto, é possível afirmar que o jornalista literário deve carregar consigo os conceitos do Jornalismo Diário, ele utiliza as técnicas narrativas, a apuração rigorosa, a observação, clareza do discurso e a ética para criar novas estratégias profissionais.

Existe ainda ficção-jornalística que é pautada na realidade, porém “inventa deliberadamente” com base em relatos, em cenários políticos e sociais ou, até mesmo, nas próprias reportagens lidas e assistidas nos jornais (Pena, 2017). Com essa definição em mente, o gênero literário escolhido para o presente trabalho foi o conto, tendo em vista que, segundo Gotlib (1995), é um entrelaçado de realidade e ficção, sem limites muito explícitos.

A Ciência do NANO e seu impacto transformador no MACRO

Além de ser uma narrativa mais curta, com um modo breve e direcionado de construir uma história. O gênero foca em uma situação de um momento específico e através deste momento proporciona recursos narrativos que permitem ao leitor compreender o todo (Brasil, 2019).

Conclusão

O *gatekeeping* é um processo que influencia a vida de todos que consomem notícias, mesmo sem que eles conheçam o conceito. Entretanto, a maioria dos materiais sobre este tema é segmentado para os jornalistas em forma de artigos e livros acadêmicos, o que torna o conceito de difícil acesso para pessoas que não são da área da comunicação.

Os profissionais da área, assim como todos os indivíduos, exercem a comunicação nas mais diversas formas do seu cotidiano o que, segundo Vilalba (2006, p. 36), modifica o estilo da transmissão:

Em cada plano no qual atua, um mesmo indivíduo geralmente experimenta mudanças significativas em seu desempenho como comunicador (vocabulário, temas, suportes, regras e códigos variam). Ele também é chamado a negociar a formação de sentido com outros comunicadores dentro de campos sociais específicos, o que depende do tipo de profissão que tem, de seu poder aquisitivo, de seu grau de instrução, dos códigos que domina etc. (Vilalba, 2006, p. 36)

Entretanto, nem todo indivíduo é um *gatekeeper* igualmente poderoso. Os profissionais da comunicação, especialmente aqueles que atuam na mídia de massa, têm uma influência política e social enorme, uma vez que as informações filtradas por eles alcançam milhões de pessoas (Shoemaker; Vos, 2011).

Portanto, cabe a nós, comunicadores, encontrar maneiras de passar esses conhecimentos a diante de forma mais simples compreensão. Este trabalho propõe uma delas, um livro de contos, escrito a partir de técnicas de *storytelling* com personagens e acontecimentos marcantes que possam, além de informar, entreter os leitores, garantindo o entendimento do conhecimento por meio de exemplos práticos que se aproximam mais do cotidiano do leitor.

Referências

BRASIL, L. A. A. **Escrever ficção**: Um manual de criação literária. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

CURADO, O. **A notícia na TV**: O dia a dia de quem faz telejornalismo. 1. ed. São Paulo: Alegro, 2002.

GOTLIB, N. B. **Teoria do conto**. 7. ed. São Paulo: Editora Ática S.A., 1995.

PENA, F. **Jornalismo Literário**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2017.

RIBEIRO, A. P. G.; SACRAMENTO, I.; ROXO, M. História da televisão no Brasil: Do início aos dias de hoje. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2010. Kindle Disponível em:

https://www.amazon.com.br/Hist%C3%B3ria-televis%C3%A3o-Brasil-Goulart-Ribeiro-ebook/dp/B08Y5X45PR/ref=sr_1_6?crid=2XNWW3B792ENE&dib=eyJ2IjoiMSJ9.dLxhXzadPHr_qXqIG5XkoYVlJtNRPizV70GHYvSe57kYAFTI7Mu8c21uDHLgllxqiGc5_FzScggZXF1zc3l9E2TS4i6Pj6syopi4fquoZ7kC5pOLqZ6wqD-25mxcqvg43ytuTIXW3dXljoblXXKuKRRXOmgaDgkXa5HoN0n9t_fimWtgWaKCsuJK-IPd9SYjYXIB5PLNxHWQFobJNHNvIH5gbYLuNwVg3sBK9unprlowz7wWoAXp2zd7LMIS3c1yOYsti-ZxiJ51l0GqsNZ2CsTcl3Zjlouw7hhhsplLU.iFYnTCOB-KXg5RT1miVIFiTHmb1aCFpCUHDeleYqKo&dib_tag=se&keywords=a+hist%C3%B3ria+da+tv+brasil&qid=1746224080&sprefix=a+historia+da+tv+%2Caps%2C212&sr=8-6&asin=B08Y5X45PR&revisionId=ad99f2c5&format=3&depth=1 Acesso em: 02 maio 2025.

A Ciência do **NANO** e seu impacto transformador no **MACRO**

SABINO, A. Mídias do jornalismo profissional são as mais confiáveis, aponta pesquisa. **Folha de São Paulo**. 28 mar. 2025 Disponível em: [https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2025/03/midias-do-jornalismo-profissional-sao-as-mais-confiaveis-segundo-pesquisa.shtml#:~:text=As%20m%C3%ADdias%20tradicionais%20\(especialmente%20o,de%20monitramento%20de%20redes%20sociais](https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2025/03/midias-do-jornalismo-profissional-sao-as-mais-confiaveis-segundo-pesquisa.shtml#:~:text=As%20m%C3%ADdias%20tradicionais%20(especialmente%20o,de%20monitramento%20de%20redes%20sociais). Acesso em: 03 abr. 2025

SARLET, I. W.; SIQUEIRA, A. de B. Liberdade de expressão e seus limites numa democracia: o caso das assim chamadas “fake news” nas redes sociais em período eleitoral no Brasil. **REI - REVISTA ESTUDOS INSTITUCIONAIS**, [S. l.], v. 6, n. 2, p. 534–578, 2020. DOI: 10.21783/rei.v6i2.522. Disponível em: <https://www.estudosinstitucionais.com/REI/article/view/522>. Acesso em: 04 abr. 2025.

SERVA, L. R. P. **Jornalismo e desinformação**. 1. ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

SHOEMAKER, P. J.; VOS, T. P. **Teoria do gatekeeping**: seleção e construção da notícia. 1. ed. Porto Alegre: Penso, 2011.

VILALBA, R. **Teoria da comunicação**: conceitos Básicos. 1. ed. São Paulo: Ática, 2006.

VILLELA, R. **Profissão: Jornalista de TV**: Telejornalismo aplicado na área digital. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna, 2008.

XAVIER, A. **Storytelling: Histórias que deixam marcas**. 1. ed. Rio de Janeiro, 2015.

*A Ciência do **NANO** e seu impacto transformador no **MACRO***

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Universidade do Vale do Paraíba (UNIVAP) e de seus professores, os quais merecem enorme gratidão.