



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
DISCIPLINA: MONOGRAFIA

Cobertura de mundo via mídias sociais

A importância das mídias sociais no trabalho dos jornalistas da editoria de mundo do Correio Braziliense

Filipy Salles de Barcelos

2072646/5

Brasília, Junho de 2011

Filipy Salles de Barcelos

Cobertura de mundo via mídias sociais

A importância das mídias sociais no trabalho dos jornalistas da editoria de mundo do Correio Braziliense

Trabalho de conclusão do curso de comunicação social, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília, sob orientação da Professora Cláudia Busato

Brasília, Junho de 2011

Filipy Salles de Barcelos

Cobertura de mundo via mídias sociais

A importância das mídias sociais no trabalho dos jornalistas da editoria de mundo do Correio Braziliense

Trabalho de conclusão do curso de comunicação social, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília

Banca Examinadora

Prof(a) Cláudia Busato

Orientador

Prof(a) Severino Francisco

Examinador

Prof(a) Luiz Cláudio Ferreira

Examinador

Brasília, Junho de 2011

Dedico este trabalho a todas as pessoas que estiveram ao meu lado nesses nove semestres de graduação. Amigos, professores e especialmente aos meus pais. Muito obrigado.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar gostaria de agradecer a Deus por ter me dado direção e perseverança no longo caminho percorrido até a conclusão de mais esta etapa da minha vida. Sem Ele eu não teria forças para enfrentar os momentos de dificuldades.

Aos meus pais, Ismael e Inêz Barcelos, por terem me apoiado na escolha do curso e por toda a dedicação que, em alguns momentos, não me senti merecedor. Sem o apoio de vocês e do meu irmão, Leandro, não teria chegado até aqui. Um parágrafo é insuficiente para agradecer tudo o que fizeram por mim e dizer quanto eu os amo. Serei eternamente grato.

Ao mais do que amigo, um irmão escolhido por Deus para a minha vida, Raphael Magalhães, que desde a época do Ensino Médio acompanha minha trajetória e compartilha os momentos de alegria e de dificuldades comigo. Aos grandes amigos de faculdade Estevane Carvalho, Liamara Mendes, João Paulo Resende e Rafael Palmeiras, pela parceria formada nos quatro anos em que estivemos juntos. Espero reencontrá-los em breve em algum veículo de comunicação e bem posicionados na carreira.

A minha orientadora Cláudia Busato, pela paciência e dedicação durante esses meses de árduo trabalho. Agradeço por ter confiado em mim, mesmo com todos os imprevistos que encontramos durante esse processo.

Aos colegas que tive e tenho nos locais onde estagiei e trabalhei neste período. Especialmente à jornalista Carmen Souza, que acreditou no meu potencial e me deu a primeira chance de ter contato direto com a redação de um jornal. Você me ensinou muito, e serei eternamente grato.

Aos amigos, colegas e professores que, de alguma forma, contribuíram direta ou indiretamente para a minha formação.

RESUMO

A pesquisa apresenta o jornalismo internacional e a nova forma de conseguir fontes de informações e personagens: as mídias sociais. Para mostrar de que forma essa nova ferramenta de trabalho é utilizada pelo jornalista da editoria de mundo, estão dispostos vários pontos relevantes sobre o jornalismo internacional e sobre as mídias sociais. Mostra como funcionam algumas das principais mídias sociais, como o Facebook, o Twitter e o Orkut. Além disso, estão dispostas entrevistas com dois jornalistas que trabalham no Correio Braziliense, sendo um que é adepto da nova ferramenta de trabalho e o outro que prefere utilizar outros mecanismos para produzir uma reportagem à distância. Por fim é exposta uma breve análise das vantagens do uso das mídias sociais no trabalho do jornalista, mas de maneira cuidadosa.

Palavras-chave: Mídias sociais; internacional; jornalismo; mundo; tecnologia.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
1.1 Pergunta Problema.....	8
1.2 Problematização	8
1.3 Antecedentes.....	9
1.4 Justificativa	9
1.5 Objetivo Geral.....	10
1.6 Objetivo específico:	10
1.7 Hipótese	10
1.8 Abordagem Teórico-metodológica.....	11
1.9 Procedimentos Metodológicos.....	12
2. Um pouco de jornalismo internacional	13
3. Um pouco de tecnologia	20
3.1 Os campeões de acessos: Orkut, Facebook e Twitter	20
3.1.1 Orkut.....	20
3.1.2 Facebook.....	21
3.1.3 Twitter	22
3.2 Uma nova vertente do jornalismo	24
4. A nova ferramenta de trabalho segundo os entrevistados	28
4.1 Rodrigo Craveiro.....	28
4.2 Silvio Luíz Queiroz.....	30
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36
7. APÊNDICES	38
Apêndice I.....	39
Apêndice II.....	44
8. ANEXOS	47
Anexos I.....	48
Anexos II.....	49

1. INTRODUÇÃO

1.1 Pergunta Problema

De que forma as mídias sociais são utilizadas na cobertura internacional à distância realizada pelo Correio Braziliense?

1.2 Problematização

As guerras e conflitos armados, catástrofes naturais e muitos outros acontecimentos ocorrem a todo o momento nos mais diversos países. É papel da imprensa transmitir diariamente os tais acontecimentos que atingem o cotidiano das regiões em questão. Até mesmo a do Brasil, país que raras vezes na história participou de guerras, por exemplo, tem o dever de noticiar.

No entanto a realidade da imprensa brasileira impede que a maioria dos veículos de comunicação enviem correspondentes especiais para os países em que o foco da notícia esteja acontecendo. Desta forma, fica a dúvida de como cobrir um conflito, como os que acontecem atualmente no Oriente Médio, com a distância que o Brasil fica dos países conflitantes, Egito, Síria e Líbia.

O Correio Braziliense, objeto de estudo desse trabalho, faz a cobertura de tudo o que se passa nos países em questão sem sair de dentro da redação. O Jornalista Rodrigo Craveiro utiliza as mais modernas ferramentas disponibilizadas pela tecnologia para investigar o que acontece, em tempo real, no conflito. O Skype, Orkut, Twitter, Facebook, Agências de Notícias e outros programas e meios de comunicação são as armas encontradas por Craveiro para driblar a distância. Com tudo isso, o jornalista consegue produzir páginas inteiras de conteúdo em um dia de investigação.

O objetivo é o mesmo, tanto nos veículos que têm repórteres nos países em conflito, quanto os que dependem apenas da tecnologia para trabalhar. No entanto a percepção de um determinado fato pode ser diferente para cada um, afinal um repórter sentiu de fato o ambiente em conflito, e o outro não. Por isso cabe a este estudo identificar se o uso das mídias sociais já citadas são positivas para a produção das reportagens.

1.3 Antecedentes

A paixão por filmes de guerra e documentários sobre o assunto, e o papel dos jornalistas nos campos de batalha, me levaram a investir nesse tema. Transmitir para as pessoas o que se passa, com o maior grau de confiabilidade possível, é desafiador para quem trabalha no ramo.

Além disso, o fato de tentar entender os lados dos povos envolvidos, saber o que se passa com aqueles que vivem nos países, e entender o cotidiano dos inocentes e vítimas que convivem com o perigo iminente me instigam, como futuro jornalista.

Aliado a tudo isso está a curiosidade pelas mídias sociais, que envolvem pessoas de vários países e crescem cada dia mais. Pessoalmente faço parte de pelo menos quatro delas e fico impressionado com o alcance e evolução delas.

1.4 Justificativa

As guerras podem envolver dois ou mais países, ou ainda um mesmo povo com interesses diferentes. Identificar os motivos pelo qual se ocorre tamanho desentendimento, conviver no local dos conflitos e, durante esse processo, transmitir com fidedignidade os fatos presenciados para a sociedade que aguarda informações é de suma importância para ela. Afinal esse é o grande propósito do jornalismo, levar a informação para seus leitores, ouvintes ou telespectadores.

Mas a realidade das redações de jornais no Brasil não é a mesma para todas. Algumas não têm condições financeiras para enviar repórteres e fotógrafos, por exemplo, para os campos de batalha. Aí fica o desafio para tais veículos transmitirem as notícias que chegam através de terceiros, por assim dizer, com toda a veracidade possível.

É importante mostrar como se desenvolve o trabalho dos veículos que não enviam correspondentes, mas que escrevem ou produzem matérias sobre determinado conflito, por exemplo. Identificar alternativas existentes para os jornalistas, e o grau de confiabilidade de tais alternativas. Tomando como base o Correio Braziliense, que é o jornal mais respeitado do Distrito Federal, como o objeto de estudo, ficará claro como um veículo de comunicação faz esse trabalho.

A sociedade deve compreender que, mesmo que o repórter não possa estar no país conflitante, ela pode confiar no que lê, assiste ou ouve. É importante também que os jornalistas conheçam as alternativas existentes para fazer o trabalho da melhor forma possível.

1.5 Objetivo Geral

Abordar o jornalismo internacional aliado às redes sociais e a colaboração de usuários da internet. Pretende-se mostrar a importância da cobertura de fatos internacionais pela editoria de mundo para aqueles que vivem a milhares de quilômetros dos locais onde os fatos acontecem, mesmo sem sair de dentro da redação.

1.6 Objetivo específico:

Identificar as ferramentas disponíveis no mundo atual para as redações e seus respectivos repórteres para cobrir um fato à distância. Perceber se as reportagens realizadas por tais repórteres conseguem transmitir a notícia principal dos fatos, mesmo o repórter não estando *in loco*. A eficácia das ferramentas utilizadas pelos veículos de comunicação que não podem enviar correspondentes especiais.

1.7 Hipótese

A editoria de mundo do Correio Braziliense, bem como todas as outras do país, contam com uma nova ferramenta de trabalho, que são as mídias sociais. Elas proporcionam agilidade na produção de uma matéria sobre quaisquer situações ocorridas em determinado país. Ou seja, com a ajuda delas é possível encontrar personagens que relatem os fatos em tempo real com uma riqueza de detalhes maior do que a passada apenas pela agência de notícias. O leitor recebe a notícia com a garantia da fidedignidade de quem está no local, mesmo essa pessoa não sendo o repórter.

Mas para isso, Rodrigo Craveiro, subeditor e repórter que é adepto do uso da ferramenta, fica atento às informações para que ele não seja enganado pela

potencial fonte, uma vez que a distância impede um contato pessoal e a constatação das informações repassada.

1.8 Abordagem Teórico-metodológica

Para o desenvolvimento da monografia, uma pesquisa com objetivo exploratório foi realizada e dividida em duas etapas: pesquisa bibliográfica e entrevista semi-aberta. Gil (2002, p.41) explica que a pesquisa exploratória tem como “objetivo principal o aprimoramento de idéias e também proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito”. As duas partes de pesquisa consistem em “(a) levantamento bibliográfico e (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado” (Selltiz ET AL. Apud GIL, 2002, p. 41).

Para que o estudo com objetivo exploratório seja realizado com sucesso, é preciso primeiro escolher as leituras que mais se adéquam ao tema proposto e às necessidades do pesquisador. Uma das partes mais importantes e relevantes dessa pesquisa é a “identificação de fontes capazes de fornecer as respostas adequadas à solução do problema proposto (GIL, 2002, p.64).

Ainda de acordo com Gil (2002, p. 77), para a pesquisa bibliográfica com objetivo exploratório as finalidades são as seguintes: “(a) identificar as informações e os dados constantes do material impresso; (b) estabelecer relações entre informações e os dados obtidos com o problema proposto; (c) analisar a consistência das informações e dos dados apresentados pelos autores.”

A segunda parte da entrevista consiste em entrevistas de semi-abertas com repórteres do Correio Braziliense que já tiveram experiências práticas com o problema pesquisado. O objetivo das entrevistas em profundidade é saber se a bibliografia existente que trata das mídias sociais e do jornalismo internacional condiz com a realidade vivida por eles na redação.

O primeiro entrevistado foi o jornalista Rodrigo Craveiro da Costa Campos, que atua como subeditor do caderno de Mundo do jornal Correio Braziliense desde o ano de 2005. Possui diversas experiências como enviado especial e é adepto do uso das mídias sociais como nova ferramenta de trabalho.

O segundo entrevistado foi o jornalista Silvio Luiz Vasconcellos de Queiroz, também subeditor do caderno de mundo do jornal Correio Braziliense, onde trabalha

desde 2004. Também com importantes experiências internacionais, Queiroz não se sente a vontade com o uso das mídias sociais no trabalho e ainda prefere buscar outras formas para trabalhar.

1.9 Procedimentos Metodológicos

- Entrevistas com os jornalistas envolvidos;
- Levantamento bibliográfico.
- Pesquisa online em mídias sociais.

2. Um pouco de jornalismo internacional

Os primeiros traços do jornalismo internacional, também conhecido como jornalismo de mundo, surgiram no final do século XVIII. Naquela época, Jacob Függer von der Lilie, um importante banqueiro europeu, morava na cidade de Augsburg, Alemanha, mas tinha boa parte dos negócios na Bélgica. E justamente por ter notoriedade em diversos pontos da Europa, recebia de seus agentes notícias dos países constantemente, como cita o autor João Batista Natali no livro *Jornalismo Internacional*:

Seus agentes comprometiam-se em enviar com regularidade a Augsburg informações que tivessem alguma utilidade para os negócios. Como, por exemplo, a cotação de determinadas mercadorias nas feiras nas quais compravam, vendiam e sobretudo negociavam letras de câmbio. Os agentes também relatavam conflitos regionais e a forma com que esses conflitos, baseado naquela época em questões teológicas, afetava de maneira bem secular o risco do tráfego pela estrada, as cotações dos pedágios nas alfândegas senhoriais ou o preço das apólices de seguro. [...] Essas notícias e análises eram consolidadas e redistribuídas dentro da própria rede de agentes da casa bancária. Digamos, para simplificar, que ali estava de forma inequívoca o embrião do jornalismo econômico e político voltado para assuntos internacionais. (NATALI, 2004, p.21)

Desde então o crescimento deste processo foi iminente. No XVIII os correios se desenvolveram em vários lugares e facilitaram o trabalho de distribuição de informações em diários e jornais em muitos países europeus.

Atualmente existem diversas formas de se cobrir uma guerra ou quaisquer acontecimentos relevantes que aconteçam fora do Brasil sem depender de mecanismos demorados para a divulgação da notícia. Uma delas é presenciá-los do local onde os fatos acontecem, de uma cidade vizinha onde se possa ouvir os sons e ver fumaças longínquas, ou ainda de muito longe, onde nada se vê, nada se ouve, apenas se sabe por terceiros, por telefone ou pela rede mundial de computadores. Essa última opção é a mais pura realidade de milhares de veículos de comunicação espalhados pelo país.

Os principais motivos para isso são simples e óbvios. A falta de recursos financeiros e preparo técnico de profissionais para uma cobertura por vezes tão

arriscada e peculiar. A única saída, neste caso, é a dependência de informações oriundas de agências de comunicação internacionais ou fontes que estão vivendo a realidade, no momento em que os fatos acontecem e que se correspondem com o repórter que fica sentado dentro da redação.

Desde as primeiras guerras, por exemplo, os fatos são captados pelo correspondente, repassados para os repórteres e editados pelos mesmos que, enfim, publicam no jornal uma notícia que sofreu pelo menos duas interpretações diferentes. E isso pode chegar aos ouvidos do público, algumas vezes, distorcido.

A ideia da criação das agências de notícias surgiu em 1835, na França, com o jornalista Charles Havas e, posteriormente, desenvolvida em alguns veículos de comunicação até chegar em 1848 com a criação da *Associated Press* (AP) por seis jornais de Nova York, nos Estados Unidos, quando houve a guerra travada contra o México. O envio de um ou dois repórteres para cobrir os acontecimentos e relatá-los para todos os jornais barateou os custos para todos.

As agências deram visibilidade econômica ao noticiário internacional. Um texto distribuído a centenas de jornais que assinam os serviços de uma agência sai incomparavelmente mais barato do que um texto produzido por um correspondente ou enviado especial cujos custos são cobertos inteiramente por um jornal ou revista. O correspondente ou o enviado especial passou a ser um diferencial de peso, mas não o arroz-com-feijão do noticiário. (NATALI, 2004, p.31)

Já a primeira notícia internacional enviada de um país para outro sem a necessidade do enviado especial foi há mais de 150 anos. “Foi da AP, em 1858, o primeiro despacho por cabo telegráfico transatlântico. O texto, para uso dos jornais norte-americanos, trazia 48 palavras e se referia a uma rebelião contida na Índia contra os ingleses.” (NATALI, 2004, p.31).

E a imprensa brasileira passou a utilizar-se deste recurso em grande escala principalmente em meados de 1914, quando se deu início a Primeira Guerra Mundial. Na ocasião “nenhum jornal brasileiro enviou repórteres para acompanhar os combates. Dependia-se dos despachos das agências internacionais, que eram enriquecidos por meio de uma postura interpretativa, baseada em simpatias para com um dos lados...” (NATALI, 2004, p.43)

E essa dependência pode não ser saudável, uma vez que a visão do repórter correspondente ou enviado especial é única, e os detalhes observados por ele não viriam em uma lauda de texto enviada por uma agência. Como bem disse o jornalista Marcelo Rech:

Seja na Rússia, nos Bálcãs, no Oriente Médio ou nos grotões do Brasil, procurei jogar luz na matéria-prima básica das melhores reportagens: a alma do cidadão comum entrelaçada aos sobressaltos da política, da economia e da natureza. As contradições, a perplexidade e as emoções resultantes deste foco sempre foram e serão uma inesgotável fonte de textos jornalísticos que levam o leitor a dimensionar e compreender as marchas e contramarchas da civilização da qual fazemos parte. (RECH, 1997, p.12 – 13)

Um repórter preciso, no mínimo, saber uma língua além do português para querer se aventurar no meio do jornalismo internacional. Isso porque muitos textos recebidos são em inglês, por exemplo, e a entrevista com eventuais personagens precisa ser feita de forma que ambos entendam o que se fala. Mas essas entrevistas nem sempre são feitas in loco, como já foi dito. A falta de recursos dos veículos de comunicação obrigam, muitas vezes, que tais entrevistas sejam feitas de dentro da redação mesmo, por telefone ou internet.

Para facilitar a vida desses jornalistas, o mundo evoluiu, e junto com ele os meios de comunicação. Hoje em dia programas de computador agilizam e possibilitam a interação entre pessoas de todas as partes do mundo instantaneamente. Skype, Twitter, Orkut, MSN e outros mecanismos estão disponíveis gratuitamente na rede mundial de computadores para a comunicação mútua.

Viver aquele clima de guerra, estar em meio ao fogo cruzado deve ser emocionante. E seria ideal que os correspondentes fizessem o máximo possível para transmitir o que vivem aos leitores, como faz a jornalista norueguesa Asne Seiestad:

Apesar da quantidade de gente, o clima desta manhã de sexta-feira é tranquilo. Não há pressa, algumas pessoas caminham devagar pela rua, outras puxam carroças pesadas ou transportam enormes sacos e ainda equilibram bandejas em cima da cabeça. Ao longo das

calçadas, lojas e cafés abertos criam um ambiente descontraído. À superfície não se nota a tenebrosa nuvem de medo que paira. (SEIERSTAD, 2003, p.26).

Em seus livros, a jornalista norueguesa transcreve com riqueza de detalhes o que presencia. E é isso que se espera de um jornalista, de um repórter que faz o papel de mediador entre o acontecimento e o público. Antes de mais nada pessoas civis moram na região conflitante, e tentam viver aquela realidade da forma mais tranquila possível. É preciso que o leitor saiba que as guerras não são constituídas apenas por soldados, brigas e mortes, que cidadãos vivem e sofrem com isso dia após dia.

Portanto, talvez tais cidadãos civis possam ser ricas fontes de informações para a produção de uma reportagem, afinal eles mais do que ninguém sentem a flor da pele o que é morar em uma zona de conflito. O jornalista e repórter do Correio Braziliense, Rodrigo Craveiro, falou sobre os conflitos na faixa de Gaza de dentro da redação, em Brasília, e não esconde que utiliza a internet como principal aliada na cobertura:

Seja ousado. Não se apegue a ideias como “não posso”, “não consigo” etc. Utilize telefone, e-mail e o Skype como ferramentas de trabalho importantes para entrevistas à distância. Principalmente quem for da área internacional, jamais tenha medo de se desviar das agências de notícias e de dar um toque personalizado à notícia. Buscá-la por si mesmo... Trazê-la ao encontro do leitor. (CRAVEIRO R., Who hub entrevistas. Disponível em: <http://www.whohub.com/craveiro> Acesso em: 20 jun. 2010)

É certo que as guerras entre povos distintos ocorrem há milhares de anos. No entanto, pode-se dizer que a última década inovou os meios de comunicação com os programas da internet. Talvez por isso ainda não existam bibliografias específicas sobre o assunto, o que dificulta o embasamento teórico sobre tal delimitação temática. E a proposta aqui não é a de chegar a uma conclusão de como um repórter deve cobrir e agir em uma guerra, por exemplo, mas sim discutir e pesquisar como o “repórter moderno”, por assim dizer, pode cobrir uma guerra através dos novos meios, com credibilidade e fidedignidade.

Claro que a procura pelas fontes oficiais, como embaixadas, porta-vozes, políticos ou militares é essencial para a credibilidade da matéria. Mas não se deve ficar preso à elas para que a informação não fique tendenciosa para um lado apenas. Bem como infiltrações em tropas ou grupos armados em busca de informações privilegiadas. A isenção dos jornalistas precisa ser sempre preservada.

É interessante explicar que, embora muito importante, não é apenas a presença no front que garante o equilíbrio na cobertura. Muitas agências optam por um dos lados, mesmo quando têm acesso às informações. Na cobertura da invasão do Iraque, em 2003, por exemplo, muitos jornalistas norte-americanos integraram oficialmente pelotões do exército dos EUA, o que casou indignação. (Machado P., Observatório da Imprensa. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=525VOZ_006 Acesso em: 19 jun. 2010).

Tal infiltração de jornalistas é muito arriscada na visão ética da profissão. De acordo com o jornalista André Renato o fato de alguns repórteres se deslocarem junto com tropas na medida em que elas avançavam pelo campo de batalha, levantou questionamentos sobre a postura dos mesmos (Renato, 2008). Aí entra a famosa questão da imparcialidade. Estar junto de uma tropa, de um determinado lado, pode deixar a informação tendenciosa.

Daí o pensamento de Craveiro em buscar informações nos cidadão civis, que não têm nenhum envolvimento com os acontecimentos. Falar com duas ou três pessoas para ter versões diferentes do que aconteceu em determinado dia e momento. Livre de interesses governamentais e militares.

E, como bônus para jornalistas saturados de fontes oficiais e oficiosas, a disponibilidade total de dezenas de cidadãos, devidamente listados e com sugestões veladas de abordagem, para relatar o quotidiano de quem está exposto à ameaça permanente de artilharia islamita. Histórias já por de mais contadas e que servem para legitimar, aos olhos da opinião pública, a ação em curso. (Mandaíl M., Jornal de Notícias. Disponível em: http://jn.sapo.pt/Dos_sies/dossie.aspx?content_id=1070102&do_ss_ier=Guerra%20em%20Gaza Acesso em: 19 jun. 2010)

Atualmente a editoria de Mundo, ou editoria Internacional, depende do padrão adotado por cada instituição, é uma das que mais recebe pautas diariamente. Os mais diversos assuntos dos mais variados países lotam as caixas de e-mail dos repórteres, que decidem se apuram ou não os fatos recebidos para só então verem se uma notícia realmente pode surgir dali. Mas quem é da área precisa estar atento sobre o que acontece pelo mundo a todo o momento.

Rodrigo Craveiro, por exemplo, trabalhou durante a madrugada do dia 2 de maio de 2011 porque uma notícia inesperada, mas muito importante, veio à tona. A morte de Osama bin Laden seria anunciada oficialmente pelo presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, e pela manhã a manchete teria que estampar a capa do Correio Braziliense.

Da redação, buscou informações oficiais e aguardou o pronunciamento para redigir a matéria. Ao mesmo tempo já buscava alternativas para conversar com pessoas que estavam próximas ao local da captura do terrorista. Isso, claro, utilizando as redes sociais na internet como ferramenta de trabalho. A reportagem da manhã do dia seguinte saiu com informações mais oficiosas e de agências de notícias, umas vez que não havia muito tempo para busca de personagens.

No entanto, nos dias seguintes, Craveiro conseguiu entrevistar pessoas que estavam na mesma região que bin Laden morrera. Entrevistou sem sair do lugar, apenas utilizando-se do twitter. E na hora de redigir a matéria ele mesclava informações das agências de notícias, de fontes oficiais e do que ele conseguia com os entrevistados. Tudo para não ficar preso apenas naquilo que as agências divulgavam.

E não são apenas questões políticas, econômicas e ambientais que rendem pauta. Muitas vezes assuntos menos importantes do ponto de vista intelectual geram um interesse significativo nos leitores.

Muita coisa que será vista no futuro como de capital importância histórica é diariamente deixada de lado. E, ao mesmo tempo, certo temas sem importância histórica nenhuma acabam virando notícia porque interpelam a mitologia de nosso mundo cotidiano. Um dos exemplos dessa mitologia consistia, há alguns anos, em atribuir importância à agenda mundana da princesa Diana, ex-mulher do príncipe herdeiro do trono britânico. (NATALI, 2004, p.12).

Também no mês de maio de 2011 o casamento real inglês entre o príncipe William e a até então plebéia Kate, foi notícia de capa do jornal. Mesmo que o casamento não afetasse diretamente em nada aqui no Brasil, foi preciso dedicar algumas páginas para relatar todo o acontecimento daquela manhã. E como o Correio Braziliense não enviou nenhum repórter até a Inglaterra, mais uma vez tudo o que o leitor encontrou foram informações originadas de agências internacionais.

3. Um pouco de tecnologia

Desde que os primeiros computadores invadiram as redações brasileiras, muita coisa mudou e a forma de fazer jornalismo também. A Folha de S.Paulo foi a precursora na adoção dessas máquinas no âmbito jornalístico, tendo recebido as primeiras no ano de 1983. Logo após, um debate e um saudosismo das máquinas de escrever foi tomando conta das redações espalhadas pelo Brasil, na medida em que a tecnologia avançava (SOARES, 2010).

Após a adaptação dos repórteres com a produção de textos e imagens no computador e, posteriormente, com o uso da internet, atualmente o desafio está em uma ferramenta que faz parte da rede mundial de computadores: as mídias sociais. Essa novidade já existe desde o início desta década, com o surgimento dos primeiros programas de computador voltados para a interação entre usuários, como o ICQ, por exemplo. Nele as pessoas podiam conversar umas com as outras pelo computador, com a autorização prévia para a inclusão na lista de contatos. Método bastante parecido com o que é feito hoje no Messenger, mas com alguns aplicativos muito mais sofisticados.

No entanto, os sites que são mais populares hoje para a interação mútua dos usuários são o Orkut, Facebook e Twitter. Isso em âmbito mundial, o que possibilita a adesão de muitos jornalistas aos sites em busca de informações em tempo real e também de personagens para as matérias.

3.1 Os campeões de acessos: Orkut, Facebook e Twitter

3.1.1 Orkut

A primeira grande rede social que fez sucesso no Brasil foi o Orkut, desenvolvido em 2001, mas popular desde 2004, quando o Google comprou e lançou a rede no formato atual. Nesta época, para uma pessoa ter acesso ao site e aos aplicativos era preciso que recebesse um convite de alguém já cadastrado, ou seja, o acesso não era livre.

O Orkut funciona basicamente através de perfis e comunidades. Os perfis são criados pelas pessoas ao se cadastrar, que indicam também quem são seus amigos (onde aparece a rede social conectada ao ator). As comunidades são criadas pelos indivíduos e

podem agregar grupos, funcionando como fóruns, com tópicos (nova pasta de assunto) e mensagens (que ficam dentro da pasta assunto). (RECUERO, 2009, p. 167).

Atualmente o número de visitantes únicos no Brasil ao site chega aos 20 milhões de pessoas, o que corresponde a um percentual de 51,16% dos usuários do site em todo o mundo. (RECUERO, 2009) Além disso, não há mais a necessidade de ter que receber um convite de um usuário para efetuar a adesão. O cadastro é feito livremente.

Mesmo assim essa não é a rede social que mais chama a atenção dos jornalistas de mundo, uma vez que o Orkut não teve a mesma popularidade em outros países como teve no Brasil, a não ser na Índia, onde o número de cadastros é bastante significativo.

No Orkut é possível que o usuário poste centenas de fotos em álbuns, inclua músicas e vídeos e converse em tempo real com as pessoas da lista de amigos. Há ainda a opção de o perfil ser restrito para visualizações apenas de pessoas autorizadas ou liberado para qualquer pessoa cadastrada no site ver. No entanto a grande quantidade de perfis falsos criados nessa rede fez com que a credibilidade caísse bastante e não caísse no gosto de jornalistas. Atualmente o Orkut perde cada vez mais espaço para o Facebook.

3.1.2 Facebook

O Facebook fez o caminho oposto ao do Orkut, e fez sucesso primeiro no exterior antes de cair no gosto dos brasileiros. A adesão e a popularidade foram tão grandes que um filme contando a história da criação foi produzido nos Estados Unidos e lançado no Brasil em dezembro de 2010, intitulado em português como “A Rede Social”. A ideia partiu de um grupo de alunos de Harvard, nos Estados Unidos, onde Mark Zuckerberg, mentor do projeto, pretendia estreitar os laços entre os novos alunos e os que estavam deixando a universidade em 2004.

Em 2005 o sistema foi aberto aos alunos de escolas secundárias e, desde então, não parou de crescer. Essa rede social funciona através de perfis e comunidades.

Em cada perfil, é possível acrescentar módulos de aplicativos (jogos, ferramentas, etc.). O sistema é muitas vezes percebido como mais privado que outros sites de redes sociais, pois apenas usuários que fazem parte da mesma rede podem ver o perfil uns dos outros. Outra inovação significativa do Facebook foi o fato de permitir que usuários pudessem criar aplicativos para o sistema. O uso de aplicativos é hoje uma das formas de personalizar um pouco mais os perfis. (RECUERO, 2009, p.172).

Para o repórter que precisa entrar em contato com pessoas de outros países, essa é uma ferramenta muito interessante, tendo em vista o alcance que ela teve em todo o mundo. Apenas no Brasil o número de visitas únicas em 2010 chegou a 12,11 milhões, segundo pesquisa divulgada pela empresa de métricas Comscore. A interação com o público, ou seja, uma possível comunicação com uma potencial testemunha de um fato em tempo real é algo levado em consideração pelo profissional. Além disso, a grande quantidade de informações disponíveis, como vídeos, fotos e textos em comunidades, são um atrativo a mais aos jornalistas.

Não há apenas indivíduos únicos na rede, mas também perfis de empresas, políticos e até mesmo de empresas de comunicação dos mais variados tamanhos. A facilidade do contato com tais perfis facilita na agilidade de captação de informações, uma vez que necessidades, protestos e eventos são divulgados nesses perfis.

Há também como postar links com reportagens dos sites de notícias e ler parte da reportagem na própria página do Facebook. Caso seja de interesse do leitor, ele clica no link e é redirecionado ao site do jornal. Como já citado, a disponibilidade de fotos e vídeos na rede contribui para a adesão da grande quantidade de usuários espalhados pelo mundo que, por sua vez, atraem repórteres para essa rede que ainda está em processo de crescimento.

3.1.3 Twitter

E a rede social mais comentada dos últimos meses é o Twitter. Nele, a pessoa pode escrever o que está fazendo, onde está e até mesmo publicar links com fotos, vídeos ou conteúdos interessantes de outros sites. Tudo isso logo abaixo da pergunta “O que está acontecendo?”, em um espaço destinado a pequenos textos de até 140 caracteres, mais conhecidos como “tweets”. Isso significa que a

pessoa precisa ter um certo poder de síntese para escrever o que quiser com no máximo 140 letras, isso já contando com os espaçamentos.

Essa rede de interação pública é gratuita, e não há a necessidade de receber um convite de alguém que já faça uso do site. Basta que o interessado acesse o site www.twitter.com e crie na mesma hora uma conta. Além disso, o acesso ao site e aos conteúdos é facilmente feito pelo celular em qualquer parte do mundo com o serviço de internet móvel, sem que haja comprometimento na qualidade do serviço, o que atraiu também os mais exigente entendedores do mundo virtual e os muito ocupados que não conseguem passar muito tempo em frente ao computador.

Na linguagem do Twitter, quando a pessoa opta em incluir outra em sua lista de amigos ela está “seguindo”, e quando outras pessoas a adicionam na lista ela é “seguida”. Não há necessidade de que a pessoa siga aquelas que a seguem. “Quando você opta por seguir um outro usuário do Twitter, os tweets desse usuário aparecem em ordem cronológica inversa, na página inicial do Twitter. Se você seguir 20 pessoas, verá uma mescla de tweets até o final da página”. (CRUCIANELLI, 2010, p.88).

Cabe ao usuário seguir as pessoas e empresas certas, que tragam algum conteúdo produtivo e de interesse á elas. No Twitter, ao contrário do Orkut e do Facebook, não há espaços específicos para postagem de álbuns de fotos e nenhum outro aplicativo que exponha o usuário. Apenas um perfil resumido de cada um fica disponível no canto direito da tela, logo abaixo de uma foto do perfil. Esse é o máximo que uma pessoa pode deixar em sua página. A exposição do usuário pode acontecer durante os tweets publicados, quando elas escrevem aonde estão, o que estão fazendo e, eventualmente, postam uma foto em tempo real.

Para um jornalista, por exemplo, não vale a pena seguir pessoas que apenas escrevem o dia-a-dia da vida pessoal, sem novidades. “Cabe ao jornalista seguir as pessoas certas, aquelas que realmente vão lhe dar pistas e dizer o que está acontecendo de novo, interessante ou importante no mundo” (SEIXAS, 2010, p. 195). Isso quer dizer que, cabe ao jornalista ficar atento e seguir potenciais fontes de informações. Seguir pessoas que moram nas cidades atingidas pelo terremoto no Japão, por exemplo. Elas poderão publicar informações em tempo real do que acontece em determinada cidade, antes mesmo que quaisquer repórteres cheguem ao local.

3.2 Uma nova vertente do jornalismo

Mas será que o hábito de ler o jornal logo cedo vai terminar um dia? Bom, o objetivo aqui não é discutir esse mérito da questão, mas um relatório publicado pelo “State of the News Media de 2011 aponta que, no ano anterior, 47% dos americanos usaram dispositivos móveis para ler notícias” (NICKEL, 2011). Isso indica que as pessoas hoje participam ativamente da internet com cada vez mais frequência, ou seja, o uso das ferramentas que nela existem são cada vez mais indispensáveis.

Para os jornalistas e adeptos das redes sociais, a nova forma de busca por personagens e informações na internet faz parte do jornalismo colaborativo, ou jornalismo cidadão. “A ideia de fazer de cada cidadão um repórter foi adotada em inúmeras partes do mundo, despertando no público um olhar seletivo diante da realidade” (BRAMBILLA, 2011, p.97). Muitos veículos de comunicação como, por exemplo, o Correio Braziliense, disponibilizam espaços para que os leitores e internautas contribuam com informações, imagens, vídeos ou ainda sugestões de reportagens.

Além da busca de pautas e personagens, o jornalismo nas mídias sociais aproxima ainda mais o jornalista do seu público, tornando o contato humano tão possível quanto necessário. Abuse do fetiche que o jornalismo provoca em algumas pessoas e mostre os bastidores do seu trabalho (a sala de imprensa, os equipamentos, a redação etc). Esse tom “Big Brother” pode tornar o jornalismo ainda mais transparente e humanizado, um esforço já praticado por telejornais que substituíram os cenários de trás das bancadas por uma vista ao vivo da redação. (BRAMBILLA, 2011, p. 99)

Está cada vez mais comum encontrar repórteres, e não empresas de comunicação, deixando mensagens nas redes sociais em busca de fontes e notícias específicas. Essa ajuda é muitas vezes correspondida e, atualmente, existem perfis e comunidades específicas para essa finalidade. Isso tem auxiliado muitos repórteres a conseguirem os personagens, mesmo os que moram em outras cidades e até mesmo países “... principalmente em momentos específicos, como desastres naturais ou entrevistas agendadas com personalidades, quando a participação

chega por meio de uma foto ou de uma pergunta, respectivamente.” (BRAMBILLA, 2011, p.100).

Mas toda essa facilidade requer uma atenção especial dos profissionais de comunicação adeptos dessa ferramenta, que é a checagem da informação. Muito do que se lê nas redes sociais não passa de boato e notícia inventada, que acaba ganhando grande visibilidade. E dependendo do boato há ainda a oportunidade de o repórter desmentir tudo aquilo. “... avalie se não merece ser noticiada ou desmentida, como os casos de Lima Duarte, Chuck Norris e do ator que interpretava o Kiko, de Chaves, cujas mortes foram anunciadas pelo Twitter como boato e assustaram muitos desavisado” (BRAMBILLA, 2011, p.100).

Os veículos de comunicação também aderem cada vez mais às redes sociais, mas não necessariamente com o intuito de buscar personagens e notícias, como fazem os repórteres, mas para divulgar o que está na versão online do jornal, por exemplo, ou fatos que acontecem durante o dia em tempo real, ou seja, difundir informações.

É o caso do @g1 (do portal de notícias da Globo), que em geral utiliza feeds automáticos para postar manchetes em seu perfil no Twitter. Outras empresas jornalísticas, além de postarem informações também procuram interagir com o público no Twitter, como é o caso dos perfis @estadao (do jornal O estado de São Paulo) e @zerohora (do jornal gaúcho de mesmo nome). (CARVALHO, 2011, p.102).

Mas ao contrário do que muitos pensam, o número de seguidores ou pessoas que fazem parte da lista de amigos desses veículos de comunicação não é tão importante se não houver uma conscientização de como aproveitar esse número de pessoas. Ou seja, não adianta ter nove mil seguidores no twitter se o @estadao não souber interagir com eles. É preciso que haja uma interação entre o veículo e o leitor, uma aproximação mais direta, onde o jornal consiga responder aos internautas quando for questionado, e não apenas passar notícias.

Propagar é importante, mas responder, criar uma relação de confiança é ainda mais. Se há robôs publicando, você não verá um seguidor perguntando se o metrô está fechado. Ou não receberá a

indicação de que há um incêndio, o que o faria acionar a reportagem. É preciso responder. Seguidores não são números, são pessoas. Redes sociais são pessoas, não apenas ferramentas. (MARTINS, 2011, p. 108).

E para solidificar o pensamento de que a interação e o respeito com o leitor estão em primeiro lugar, os veículos de comunicação começaram a adotar a estratégia de divulgar informações relevantes que até mesmo os concorrentes publicam. Basta observar o exemplo dado pelo jornalista da Estadão, Rodrigo Martins:

Há mais de um ano começamos a 'twitter' também o que de melhor publicavam nossos concorrentes. No começo, houve um estranhamento. Hoje nossos seguidores esperam isso e até nos indicam o que podemos publicar. E ocorreu uma coisa saudável: os concorrentes começaram a nos agradecer por repassar as informações deles. E começamos a conversar publicamente. Estranho? Não. São apenas twitters conversando, natural das redes sociais. (MARTINS, 2011, p. 109).

Essa interação com o leitor que usa as redes sociais traz benefícios em uma velocidade nunca vista. Antigamente os repórteres eram muito dependentes de correspondências e telefones, ou, no máximo, o e-mail. Atualmente as críticas, sugestões, contribuições e mesmo diálogos são feitos em tempo real, sem que, na maioria dos casos, haja a necessidade de que o repórter aguarde por horas ou até mesmo dias a boa vontade do leitor, que é uma potencial fonte ou personagem.

No Twitter, por exemplo, os leitores seguem o jornal com o intuito de saber dos fatos sem precisar esperar a publicação impressa sair na próxima manhã, mesmo que menos detalhada. E em determinadas situações, as publicações na internet acabam sendo de grande importância para os moradores de determinada região, e familiares daquelas pessoas.

Em fevereiro do ano passado, uma falha no fornecimento de energia fez com que parte do Nordeste ficasse às escuras. O perfil @JornalOGlobo no Twitter passou a dialogar com internautas de vários estados atingidos pelo apagão, que informavam como estava a situação, diretamente de suas regiões. As informações eram

repassadas pelo perfil a seus seguidores. Que redação teria, naquela como em qualquer outra madrugada, dezenas de correspondentes a postos? (CARVALHO, 2011, p.111)

A mesma importância que o leitor do nordeste teve para o repórter da editoria de Brasil conseguir publicar informações em tempo real da situação na região, usuário do Twitter que moram em Abbottabad, no Paquistão, tiveram para repórteres da editoria de Mundo, que ouviam relatos do que acontecia na localidade onde Osama Bin Laden foi capturado por militares dos estados Unidos.

E é justamente o uso do Twitter como ferramenta de trabalho para jornalistas que trabalham na área de conteúdo internacional que será abordado no próximo capítulo.

4. A nova ferramenta de trabalho segundo os entrevistados

4.1 Rodrigo Craveiro¹

A entrevista com o jornalista e subeditor do caderno de Mundo do Correio Braziliense, Rodrigo Craveiro, foi realizada na sede do Correio Braziliense, localizada no Setor de Indústrias Gráficas, Quadra 02, Lote 340, na redação do jornal, no dia 15 de maio de 2011, às 16 horas.

Rodrigo, defensor do uso das mídias sociais como nova ferramenta para o jornalista de mundo, lembra que chegou ao Correio em abril de 2005, e logo teve muito trabalho, quando precisou produzir até duas páginas diárias. “Cheguei durante os funerais do papa João Paulo II e às vésperas do Conclave. Foi um começo interessante, porque publicávamos um caderno sobre a morte do pontífice e eu tinha que produzir pelo menos duas reportagens por dia”, recorda.

Na época boa parte do trabalho era realizado apenas com a ajuda das informações das agências de notícias, auxílio esse que é a base das reportagens até hoje. “Em termos de texto e de fotos, trabalhamos com a agência France-Press. Contamos com o material de infografia da Reuters como base para ilustrar alguns textos”. Além da France-Press, Craveiro explica que a editoria também observa dezenas de outras agências.

Mas a atual filosofia da Editoria Mundo consiste em não depender das agências de notícias e presentear o leitor com uma versão própria e consistente dos fatos. Na maioria das vezes as agências de notícias funcionam como um indicativo dos assuntos em destaque na cobertura diária. A partir de uma análise criteriosa dos temas, por parte da editoria e dos subeditores, usamos as demais agências e sites noticiosos (The Washington Post, The New York Times, BBC, CNN, Al-Jazeera, El Mundo, El País, Le Monde, entre outros) como ferramenta para a apuração própria dos fatos. Eventualmente Extraíse a informação, utilizando-a na reportagem – sempre citando as fontes.

Com a evolução da tecnologia e as novidades que não param de aparecer na internet, Craveiro não se mostra intimidado com a necessidade de cobrir fatos à

¹ CRAVEIRO, R. **Entrevista concedida a Filipy Barcelos**. Brasília. 16 de maio de 2011.

distância, e desde 2008 começou a usar ferramentas de comunicação da rede mundial de computadores para aprimorar reportagens. “Com a globalização, acredito que não existem mais fronteiras para o jornalista e a questão presencial passa a ser detalhe”.

O entrevistado relata como foi uma das primeiras experiências no uso de uma mídia social que serviu como ponte para obter informações em tempo real com uma pessoa que estava no local da notícia.

Durante a ofensiva de Israel contra a Faixa de Gaza, entre dezembro de 2008 e janeiro de 2009, realizei a cobertura diária da guerra, com a ajuda do Skype e de entrevistas por telefone com israelenses e palestinos envolvidos no conflito. Um dos palestinos, morador da Cidade de Gaza, foi entrevistado por mim durante um bombardeio israelense. Pude ver a coluna de fumaça se erguendo ao fundo e o som das sirenes. Por meio de um site obtido junto a um palestino, tive acesso a uma câmera de TV instalada em uma torre de transmissão em Gaza, o que permitiu-me acompanhar os bombardeiros durante dias.

Desde então, Craveiro busca alternativas para complementar as reportagens que produz diariamente. Sempre que possível consegue fontes e contatos em diversas mídias sociais. “Utilizo bastante o e-mail, o telefone e as ferramentas de mídias sociais, como o Skype, o Facebook e o Twitter. Muitas vezes, por meio desses recursos, obtenho números de potenciais fontes para as reportagens.” Ele exemplifica uma ocasião em que, no Twitter, conseguiu um personagem.

Um exemplo ocorreu durante uma violenta repressão exercida pelo governo do presidente Ali Abdullah Saleh, do Iêmen, contra os opositores. Pelo menos nove pessoas morreram em Taz e na capital, Sanaa, em 12 de maio. Por meio do Twitter, obtive o telefone de médicos de um hospital de campanha que havia recebido os feridos. Falei com um deles e com dois manifestantes, o que garantiu um diferencial para a reportagem.

Com o intuito de garantir que as informações repassadas pelas fontes conseguidas nas mídias sociais sejam verdadeiras, Craveiro adota alguns métodos na hora da entrevista. “Uma das estratégias que utilizo é fazer uma série de perguntas para a fonte sobre a situação política de seu país, bem como questioná-lo sobre detalhes do incidente reportado. Muitas vezes, esses fatos são confirmados

pela própria imprensa internacional horas depois.” Quando perguntado se ele garante a fidedignidade das informações que consegue com as fontes, Craveiro foi incisivo: “Sim. Absolutamente”.

O entrevistado explicou ainda que nas próprias mídias sociais existem grupos de pessoas que se organizam para organizar manifestações, reivindicações ou relatar determinados acontecimentos. “No caso da revolução do Oriente Médio, mídias sociais como o Facebook e o Twitter têm sido bastante usadas pelos próprios ativistas da oposição como meios para expressar sua revolta com os governos. A partir desses ativistas, conseguimos boas fontes fidedignas”.

Ao ser questionado se as reportagens feitas *in loco* recebem as mesmas informações daquela realizada há quilômetros de distância, o entrevistado explicou que a diferença está basicamente na riqueza de detalhes. “O repórter pode repassar a informação que ele mesmo está observando, e não com base no que terceiros reportam”.

Quando foi perguntado se as mídias sociais são atualmente um meio eficaz para a cobertura de fatos internacionais à distância, Craveiro respondeu sem pensar muito: “Tenho a mais absoluta certeza disso.” Logo depois, o subeditor do caderno de Mundo do Correio afirmou crer que as mídias sociais são uma nova ferramenta de trabalho para os jornalistas. “Os repórteres estão se acostumando a buscar fontes por meio dessas ferramentas”.

Craveiro acredita ainda que, com a chegada das mídias sociais, os repórteres continuarão tendo chances de realizarem coberturas internacionais. Mas a ida deles dependerá de cada caso. “Acredito que o uso das mídias sociais vai tornar mais seleta a cobertura internacional, a depender do grau de importância jornalística e histórica do fato em questão”.

4.2 Silvio Luiz Queiroz²

Silvio Luiz Queiroz concedeu a entrevista no dia 26 de maio de 2011, às 11 horas na sede do Correio Braziliense, localizada no Setor de Indústrias Gráficas, Quadra 02, Lote 340, na redação do jornal Correio Braziliense, onde atua como subeditor do caderno de Mundo.

² QUEIROZ, S. L. **Entrevista concedida a Filipy Barcelos**. Brasília. 26 de maio de 2011.

Mais tradicionalista, como ele mesmo se define, e pouco ambientado com as novas tecnologias oferecidas e disponíveis para o fácil acesso na rede mundial de computadores, Queiroz chegou ao Correio em 2004 e, a exemplo do que faz desde 1986 quando começou no jornalismo, produz reportagens baseadas apenas naquilo que é oficial. Isso requer um processo mais trabalhoso, mas que tem como objetivo um produto final de qualidade.

Minha experiência é de que representa um desafio - o de buscar distintas fontes de informação, cruzar versões, decifrar interesses e visões próprias por trás de cada uma delas (das versões). Envolve também um esforço grande para enriquecer as reportagens com informações de fundo e de “arquivo”, que permitam dar a quem lê uma perspectiva mais ampla e profunda daquilo que está sendo noticiado.

Atualmente, Queiroz afirma não ver com bons olhos a chegada das mídias sociais, principalmente por não saber quem está ao certo do outro lado do computador. “Minha principal reserva ao uso das mídias sociais é a incerteza quanto à identidade e ao perfil de quem posta as informações. Pela maneira como elas funcionam, você não tem como checar em tempo hábil a autenticidade de informações, imagens, declarações etc. Corre o risco de passar adiante meias-verdade, contradições, boatarias, falsificações”.

Ao ser questionado se possui cadastro em alguma rede social ele deixa claro não ser adepto da ferramenta.

Não uso, não. Tenho reservas às “matérias de personagem” e acho que muitas vezes elas não se adequam a assuntos de noticiário internacional. Por exemplo, quando você tem uma situação de conflito ou uma crise política, não tem elementos para considerar representativo o relato ou o ponto de vista de um “personagem” aleatório, mais ainda quando é alguém “pescado” em uma rede social. É uma visão minha, algo na contramão do que tem sido moda nas redações, mas é como penso até aqui, pelo menos.

Queiroz não descarta totalmente a fidedignidade das reportagens de quem usa as mídias sociais como ferramenta, mas afirma que é preciso que haja alguns cuidados. “Acho possível utilizar, mas sempre com o máximo cuidado e a advertência explícita sobre as condições em que o material foi obtido.” Mesmo assim, Queiroz ressalta a falta de compromisso dos personagens conseguidos na

internet. “A agência de notícias, que vende seus serviços aos demais meios, tem um compromisso com a credibilidade, ao contrário dos usuários individuais de redes sociais”.

O jornalista acredita que o fato de o repórter não ter a chance de conhecer a realidade de determinado país, a cultura e os costumes do povo empobrecem a reportagem. “A maior dificuldade é depender das informações captadas por agências de notícias ou outras publicações, muitas vezes sem um conhecimento da realidade local de um determinado país – esse é um ingrediente que faz claramente o vigor, o colorido das matérias escritas por correspondentes ou mesmo enviados.”

Outro fator destacado por Queiroz com o um revés para o repórter cobrir um fato à distância é o fuso horário.

O tempo apertado de fechamento e as diferenças de fuso horário costumam complicar. E, num sentido mais ‘permanente’, a distância em relação ao local da notícia muitas vezes faz com que as fontes de que você dispõe “envelheçam” - quer dizer, você entrevista alguém hoje pra uma matéria e quando volta a falar no assunto, um tempo depois, a pessoa não está mais onde estava, não tem mais ligação com o assunto ou simplesmente você perdeu o contato.

Queiroz lamenta o fato de o Correio não ter o costume de enviar repórteres ou manter correspondentes no exterior e que, no ponto de vista dele, “é mais uma entre inúmeras opções que têm sido feitas para reduzir custos.

Quando perguntado se essa permanência de repórteres da editoria de mundo nas redações seria uma tendência cada vez mais afirmada, Queiroz lamenta ter que concordar e diz que essa é uma perda para o repórter e para o leitor.

Bom, no caso do noticiário internacional ou mesmo nacional, num país do tamanho do nosso, acho compreensível que se reduzam as despesas com viagens, embora eu lamente a perda de conteúdo que se tem - sem falar na importância que tem, para um jornalista de internacional, a experiência de atuar como correspondente, pelo que se aprende sobre o país no qual se vive e sobre a visão que se tem dos acontecimentos externos no Brasil. Mas, naquilo que comporte o ‘corpo a corpo’ com a notícia, acho que o recurso às mídias sociais é um enorme empobrecimento do trabalho. Nada substitui a chance de conhecer um ‘personagem’ (já que se fala tanto neles hoje em dia) no seu meio, no seu cotidiano, olho no olho.

Queiroz, que trabalha como subeditor do caderno de mundo do Correio em parceria com Craveiro, limitou-se a dizer que respeita a forma com que o colega

trabalha. “Cada um tem sua forma de trabalhar, sempre pensamos no objetivo final, que é o leitor. Ele é muito competente no que faz”. Mesmo assim, não pretende mudar o jeito mais “tradicional” de fazer o jornalismo internacional acontecer sem sair da redação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A globalização, o alcance e o acesso cada vez maior de pessoas de todas as partes do mundo à internet fizeram com que o jornalismo aos poucos se adaptasse a essa nova era. Principalmente o jornalismo internacional, que depende de informações de tudo o que acontece nos mais diversos países, seja no meio artístico, político, econômico, dos esportes ou mesmo as catástrofes.

Um levantamento bibliográfico sobre aspectos do jornalismo internacional e das mídias sociais foi realizado pela presente monografia para compreender em quais pontos essa nova ferramenta de trabalho pode ser útil no dia-a-dia do repórter de mundo.

Ao final dessa pesquisa pôde-se chegar a conclusão de que as mídias sociais são uma ferramenta de trabalho de fácil acesso aos jornalistas, e auxiliam cada vez mais os jornalista na hora da busca por fontes e personagens que vivem a realidade do país onde determinada situação acontece. Milhões de pessoas divulgam voluntariamente os fatos no Twitter e Facebook, e podem ser facilmente encontradas.

Além disso, a presente monografia confirma a hipótese de que as informações recebidas de potenciais fontes encontradas pelo Correio Braziliense são criteriosamente checadas pelo repórter que mais utiliza deste recurso, Rodrigo Craveiro, sendo publicado apenas aquilo que ele julga ser confiável.

Após a análise das entrevistas e de toda a bibliografia consultada, concluiu-se que o jornalismo de mundo ganhou uma nova e poderosa ferramenta de trabalho: as mídias sócias. Poder conversar ao vivo com quem está na cidade onde o fato acontece é primordial para o repórter que não pode estar *in loco*.

Obviamente tudo deve ser confirmado pelo repórter, não só as informações que a pessoa passa, mas a identidade e a localização dela, com perguntas pertinentes e envio de imagens, sons ou vídeos que confirmem aquilo que é passado.

O leitor deve receber a notícia com o repórter tendo produzido-a na redação de Brasília ou no meio da rua em um país distante. Ele precisa saber da notícia, independentemente dos meios que sejam utilizados para que isso aconteça, contato que chegue e seja fidedigna.

Mesmo assim, apesar de concordar com o uso das mídias sociais no trabalho do jornalista de mundo, a melhor maneira de se fazer bem feita uma reportagem internacional é viajar até o país em questão e presenciar, viver e relatar tudo aquilo que só o repórter consegue interpretar.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIAL, Pedro. **Crônicas de Repórter: O correspondente internacional conta tudo o que não se diz “no ar”**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1996.

BRAMBILLA, Ana. Jornalismo In. BRAMBILLA, Ana. **Para entender as Mídias Sociais**. Creative Commons, 2011. VI 1. Disponível em <[http://blogueador.com.br/52-e-book s-sobre-midias-sociais-em-portugues](http://blogueador.com.br/52-e-book-s-sobre-midias-sociais-em-portugues)>. Acesso em: 21 abr. 2011

BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0: Como sobreviver e prosperar**. Disponível em: <http://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf> Acesso em: 03 mai. 2011.

CARVALHO, Luciana. Coberturas participativas. In. BRAMBILLA, Ana. **Para entender as Mídias Sociais**. Creative Commons, 2011. VI 1. Disponível em <[http://blogueador.com.br/52-e-book s-sobre-midias-sociais-em-portugues](http://blogueador.com.br/52-e-book-s-sobre-midias-sociais-em-portugues)>. Acesso em: 22 abr. 2011

CARVALHO, Nívia. Relacionamento com o leitor. In. BRAMBILLA, Ana. **Para entender as Mídias Sociais**. Creative Commons, 2011. VI 1. Disponível em <[http://blogueador.com.br/52-e-book s-sobre-midias-sociais-em-portugues](http://blogueador.com.br/52-e-book-s-sobre-midias-sociais-em-portugues)>. Acesso em: 21 abr. 2011

CRAVEIRO, Rodrigo. **Palestinos relatam o dia a dia de sofrimento na Faixa de Gaza**. Correio Braziliense. Disponível em: <<http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia182/2010/06/06/mundo,i=196282/PALESTINOS+RELATAM+O+DIA+A+DIA+DE+SOFRIMENTO+NA+FAIXA+DE+GAZA.shtml>>. Acesso em: 04 abr. 2011.

CRUCIANELLI, Sandra. **Ferramentas digitais para jornalistas**. Disponível em: <<http://knightcenter.utexas.edu/hdpp.php>> Acesso em: 03 mai. 2011.

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

GIL, Antônio Carlos. **Técnicas de pesquisa em economia e elaboração monografias**. 3ª edição. São Paulo: Atlas, 2000.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2002.

HENNING, Hermano. **Via satélite: Histórias de um correspondente internacional**. 2ª edição. Globo, 1996.

MARTINS, Rodrigo. Relevância. In. BRAMBILLA, Ana. **Para entender as Mídias Sociais**. Creative Commons, 2011. VI 1. Disponível em <[http://blogueador.com.br/52-e-book s-sobre-midias-sociais-em-portugues](http://blogueador.com.br/52-e-book-s-sobre-midias-sociais-em-portugues)>. Acesso em: 22 abr. 2011

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de Estilo Web: Produção e edição de notícia online**. 2ª edição. São Paulo: SENAC, 2002.

NATALI, João Batista. **Jornalismo internacional**. São Paulo: Contexto, 2004.

NICKEL, Bárbara. Tempo-real no jornalismo. In. BRAMBILLA, Ana. **Para entender as Mídias Sociais**. Creative Commons, 2011. VI 1. Disponível em <<http://blogueador.com.br/52-e-book-s-sobre-midias-sociais-em-portugues>>. Acesso em: 24 abr. 2011

ROSSI, Clóvis. **Enviado especial: 25 anos ao redor do mundo**. São Paulo: SENAC, 1999.

RECH, Marcelo. **Passageiro da história**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 1997.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SBARAI, Rafael. Orkut ou Facebook?. In. BRAMBILLA, Ana. **Para entender as Mídias Sociais**. Creative Commons, 2011. VI 1. Disponível em <<http://blogueador.com.br/52-e-book-s-sobre-midias-sociais-em-portugues>>. Acesso em: 21 abr. 2011

SEIXAS, Fábio. Twitter e a diferença entre o que você está fazendo e o que está acontecendo. In: Silva, Gilmar. **Novos jornalistas – para entender o jornalismo hoje**. Creative Commons, 2010. VI. 1. Disponível em: <<http://blogueador.com.br/52-e-book-s-sobre-midias-sociais-em-portugues>>. Acesso em: 19 abr. 2011

VIEGAS, Fernanda. Visualização de dados e jornalismo. In: Silva, Gilmar. **Novos jornalistas – para entender o jornalismo hoje**. Creative Commons, 2010. VI. 1. Disponível em: <<http://blogueador.com.br/52-e-book-s-sobre-midias-sociais-em-portugues>>. Acesso em: 19 abr. 2011

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

7. APÊNDICES

Apêndice I - Principais pontos da entrevista com Rodrigo Craveiro na íntegra;
Apêndice II- Principais pontos da entrevista com Silvio Luiz Queiroz na íntegra.

Apêndice I

Qual o seu nome completo?

Rodrigo Craveiro da Costa Campos

É jornalista desde quando? Onde começou a carreira?

Eu me formei em 1997, pela Universidade Federal de Goiás. Ainda enquanto estudante, trabalhei como datilógrafo de Redação no jornal Diário da Manhã, o segundo maior de Goiânia. Em 1998, fui contratado pelo O Popular, o principal diário de Goiás, onde permaneci até 2005, até vir para o Correio Braziliense.

E desde quando se interessa pela área de jornalismo internacional? Quando começou a atuar na área de jornalismo internacional?

Sempre gostei de temas internacionais. As grandes guerras, o conflito no Oriente Médio e as tragédias chamavam minha atenção desde a adolescência. Mas mergulhei mais profundamente na área em 2000, quando fui convidado pela chefia de Redação de O Popular a exercer o cargo de subeditor de Mundo. Até então, havia trabalhado como subeditor de O Popular On-Line e do caderno POP (direcionado a jovens). Nessas duas experiências, realizei algumas entrevistas sobre temas ligados à política externa.

Quais experiências como correspondente ou enviado especial você já teve?

Já pelo Correio Braziliense, cobri um simpósio internacional sobre dengue em Manila (Filipinas), em setembro de 2009. Em fevereiro de 2001, fui o único jornalista brasileiro presente na Conferência Internacional sobre Energias Renováveis da Iniciativa Eilat-Eliot, sediada em Israel. O convite partiu da Embaixada de Israel em Brasília. Em âmbito nacional, cobri a visita do papa Bento XVI a São Paulo e a Aparecida do Norte em 2007.

Trabalha desde quando no Correio Braziliense? Sempre na editoria de Mundo?

Fui contratado pelo Correio Braziliense em abril de 2005, já como subeditor de Mundo. Cheguei durante os funerais do papa João Paulo II e às vésperas do conclave. Foi um começo interessante, porque diariamente publicávamos um

caderno sobre a morte do pontífice e eu tinha que produzir pelo menos duas reportagens por dia.

Quantos repórteres trabalham na editoria de Mundo do Correio?

A estrutura da Editoria Mundo envolve a atualmente equipe de Mundo (3 repórteres, 2 subeditores) e a de Conteúdos Especiais (6 repórteres, 2 subeditores) – que inclui as páginas diárias de Saúde e Ciência, além das páginas de Tecnologia, Gastronomia e Saber Viver. Todos se reportam à editora, que tem a função de coordenar as coberturas, delegar pautas, editar o material e exercer funções administrativas.

O Correio tem algum correspondente internacional?

Atualmente, não.

O Correio trabalha com agências internacionais? Quais?

Em termos de texto e de fotos, trabalhamos com a agência *France-Presse*. Contamos com o material de infografia da Reuters como base para ilustrar alguns dos textos. Mas a atual filosofia da Editoria Mundo consiste em não depender das agências de notícias e presentear o leitor com uma versão própria e consistente dos fatos. Na maioria das vezes, as agências de notícias funcionam apenas como um indicativo dos assuntos em destaque na cobertura diária. A partir de uma análise criteriosa dos temas, por parte da editora e dos subeditores, usamos as demais agências e sites noticiosos (The Washington Post, The New York Times, BBC, CNN, Al-Jazeera, El Mundo, El País, Le Monde, entre outros) como ferramentas para a apuração própria dos fatos. Eventualmente, extrai-se a informação, utilizando-a na reportagem – sempre citando as fontes.

Como é para você ser repórter de mundo mas ter que fazer as matérias de dentro da redação? Acaba que fica muito dependendo das agências?

Desafiador e apaixonante ao mesmo tempo. Como citei na resposta anterior, utilizo as agências como ferramentas de apoio para a produção dos textos. Com a globalização, acredito que não existem mais fronteiras para o jornalista e a questão presencial passa a ser detalhe. Durante a ofensiva de Israel contra a Faixa de Gaza, entre dezembro de 2008 e janeiro de 2009, realizei a cobertura diária da guerra, com

a ajuda do Skype e de entrevistas por telefone com israelenses e palestinos envolvidos no conflito. Um dos palestinos, morador da Cidade de Gaza, foi entrevistado por mim durante um bombardeio israelense. Pude ver a coluna de fumaça se erguendo ao fundo e o som de sirenes. Por meio de um site obtido junto a um palestino, tive acesso a uma câmera de TV instalada no alto de uma torre de transmissão em Gaza, o que permitiu-me acompanhar os bombardeios durante dias.

Quais as saídas que você tem para escrever as matérias? São as mídias sociais, por exemplo? Através das mídias sociais que você consegue personagens e mais informações para fugir um pouco daquilo que as agências passam?

Utilizo bastante o e-mail, o telefone e as ferramentas de mídias sociais, como o Skype, o Facebook e o Twitter. Muitas vezes, por meio desses recursos, obtenho números de telefone de personagens envolvidos na produção da matéria ou de potenciais fontes para as reportagens. Um exemplo ocorreu durante uma violenta repressão exercida pelo governo do presidente Ali Abdullah Saleh, do Iêmen, contra os opositores. Pelo menos nove pessoas morreram em Ta'izz e na capital, Sana'a, em 12 de maio. Por meio do Twitter, obtive o telefone de médicos de um hospital de campanha que havia recebido os feridos. Falei com um deles e com dois manifestantes, o que garantiu um diferencial para a reportagem.

Como é ter que confiar em fontes que você consegue pela internet? Elas podem inventar algumas coisas que você não tem como saber, não é? Afinal você está longe.

Concordo contigo. Existe esse risco. Mas há formas de evitá-lo. Uma das estratégias que utilizo é fazer uma série de perguntas para a fonte sobre a situação política de seu país, bem como questioná-lo sobre detalhes do incidente reportado. Muitas vezes, esses fatos são confirmados pela própria imprensa internacional horas depois. Ao observar o conhecimento do entrevistado pelo assunto em questão, percebo que ele tem o potencial para ser uma boa fonte. No caso da revolução no Oriente Médio, mídias sociais como o Facebook e o Twitter têm sido bastante usadas pelos próprios ativistas da oposição como meios para expressar sua revolta com os governos. A partir desses ativistas, conseguimos boas fontes fidedignas.

Quais as mídias sociais que você mais utiliza?

Twitter, Facebook, Skype e Orkut

As mídias sociais são um meio eficaz no auxílio a repórteres dos jornais que não tem condições de mandarem enviados especiais aos países?

Tenho a mais absoluta certeza disso

Pode-se dizer que as mídias sociais são uma nova ferramenta de trabalho para jornalistas da sua editoria?

Acredito que sim. Os repórteres estão acostumados a buscar fontes por meio dessas ferramentas.

Você acha que a matéria que você escreve tem as mesmas informações que aquela produzida por um repórter que está no país onde está acontecendo o fato?

A redação in loco da reportagem tem uma vantagem em relação à cobertura distancial: o repórter pode repassar a informação com base no que ELE mesmo está observando, e não com base no que terceiros lhe reportam. Nesse sentido, a reportagem pode ganhar em riqueza de detalhes.

Você garante sempre a fidedignidade de suas matérias tendo que depender tanto de outros meios?

Sim, absolutamente. Há várias maneiras de se verificar a veracidade dos relatos e a procedência das fontes.

Na sua visão, porque o Correio não investe no envio dos repórteres a fatos importantes pelo mundo, como terremoto no Japão ou conflitos no Oriente Médio, por exemplo? Por questões financeiras ou simples opção do jornal?

Não tenho como responder a essa pergunta por não ter conhecimento detalhado sobre as decisões internas da diretoria do jornal.

Você acha que o uso de enviados especiais ficará cada vez menor, com a chegada de outras ferramentas para a cobertura internacional?

Acredito que o uso das mídias sociais vai tornar mais seleta a cobertura internacional, a depender do grau de importância jornalística e histórica do fato em questão.

Apêndice II

Seu nome completo?

Silvio Luiz Vasconcellos de Queiroz.

Onde e quando começou no jornalismo?

Oficialmente, comecei em 1986, no Estado de S. Paulo, como revisor. Antes, entre 1982 e 1985, fui responsável pelo arquivo (e por pesquisas) no jornal semanal Tribuna Operária, que não existe mais.

Quando entrou na área de jornalismo internacional?

Já na Tribuna Operária escrevi algumas matérias na área internacional. Passei a trabalhar no jornalismo internacional na “grande imprensa”, diária, no segundo semestre de 1986, no Jornal da Tarde, que pertence ao grupo do Estadão.

Desde quando é integrante da equipe de mundo do Correio Braziliense?

Estou no Correio Braziliense, como subeditor de Mundo, desde janeiro de 2004.

Já teve experiências internacionais como correspondente ou enviado? Cite alguns exemplos, por favor.

Não fui correspondente, mas fui enviado à Alemanha pela Veja, em novembro de 1989, para cobrir a queda do Muro de Berlim. Mais tarde, em 2000, já de volta ao JT, fui à Colômbia produzir uma série de reportagens sobre o conflito armado e a guerra às drogas (Plano Colômbia), incluindo entrevistas com o então presidente, Andrés Pastrana, e alguns dos principais comandantes das Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (Farc). Um deles é o atual líder máximo (Alfonso Cano). Dois outros (Raúl Reyes e Iván Ríos) foram mortos em 2008.

Para você, como é ter que produzir matérias de mundo sem sair de dentro da redação?

Bom, é um exercício que me acompanha desde o início da carreira. Minha experiência é de que representa um desafio - o de buscar distintas fontes de informação, cruzar versões, decifrar interesses e visões próprias por trás de cada uma delas (das versões). Envolve também um esforço grande para enriquecer as

reportagens com informações de fundo e de “arquivo”, que permitam dar a quem lê uma perspectiva mais ampla e profunda daquilo que está sendo noticiado.

Quais as maiores dificuldades em trabalhar nessa área sem poder sair da redação? De saída, a maior dificuldade é depender das informações captadas por agências de notícias ou outras publicações, muitas vezes sem um conhecimento da realidade local de um determinado país - esse é um ingrediente que faz claramente o vigor, o colorido das matérias escritas por correspondentes ou mesmo enviados. Também, secundariamente, o tempo apertado de fechamento e as diferenças de fuso horário costumam complicar. E, num sentido mais ‘permanente’, a distância em relação ao local da notícia muitas vezes faz com que as fontes de que você dispõe “envelheçam” - quer dizer, você entrevista alguém hoje pra uma matéria e quando volta a falar no assunto, um tempo depois, a pessoa não está mais onde estava, não tem mais ligação com o assunto ou simplesmente você perdeu o contato.

As mídias sociais estão aí para ajudar neste sentido, como muitos pregam. Mas quais são os reveses do uso dessa “nova ferramenta de trabalho” ?

Minha principal reserva ao uso das mídias sociais é a incerteza quanto à identidade e ao perfil de quem posta as informações. Pela maneira como elas funcionam, você não tem como checar em tempo hábil a autenticidade de informações, imagens, declarações etc. Corre o risco de passar adiante meias-verdades, contrainformação, boataria, falsificações. Acho possível utilizar, mas sempre com o máximo cuidado e a advertência explícita sobre as condições em que o material foi obtido.

Você é adepto das mídias sociais para buscar personagens ou pautas de mundo, ou ainda não aderiu à essa ferramenta?

Não uso, não. Tenho reservas às “matérias de personagem” e acho que muitas vezes elas não se adequam a assuntos de noticiário internacional. Por exemplo, quando você tem uma situação de conflito ou uma crise política, não tem elementos para considerar representativo o relato ou o ponto de vista de um “personagem” aleatório, mais ainda quando é alguém “pescado” em uma rede social. É uma visão minha, algo na contramão do que tem sido moda nas redações, mas é como penso até aqui, pelo menos.

A falta de recursos seria um dos principais motivos para que os veículos de comunicação (como o Correio Braziliense) optem por não mandar jornalistas para o exterior? Ou seria mais uma escolha editorial?

No fundamental, me parece, é mais uma entre inúmeras opções que têm sido feitas para reduzir custos de produção.

Na sua opinião, uma matéria baseada em fontes encontradas nas mídias sociais e em agências de comunicação trazem a mesma fidedignidade para a matéria?

A agência de notícias, que vende seus serviços aos demais meios, tem um compromisso com a credibilidade, ao contrário dos usuários individuais de redes sociais.

Seria uma tendência, a partir de agora, manter ainda mais os repórteres nas redações, uma vez que as mídias sociais facilitam muito o trabalho deles? O que há de negativo nisso?

Bom, no caso do noticiário internacional ou mesmo nacional, num país do tamanho do nosso, acho compreensível que se reduzam as despesas com viagens, embora eu lamente a perda de conteúdo que se tem - sem falar na importância que tem, para um jornalista de internacional, a experiência de atuar como correspondente, pelo que se aprende sobre o país no qual se vive e sobre a visão que se tem dos acontecimentos externos no Brasil. Mas, naquilo que comporte o 'corpo a corpo' com a notícia, acho que o recurso às mídias sociais é um enorme empobrecimento do trabalho. Nada substitui a chance de conhecer um 'personagem' (já que se fala tanto neles hoje em dia) no seu meio, no seu cotidiano, olho no olho.

8. ANEXOS


Anexo I – Exemplo do perfil do jornalista Rodrigo Craveiro no Twitter;

Anexo II – Exemplo do perfil do jornalista Rodrigo Craveiro no Facebook.

Anexo I


facebook

Página inicial Perfil Conta



- Mural
- Informações**
- Fotos (22)
- Notas
- Amigos

Casado com



Alinne Reis

Amigos (962)


Sophie Skoulirikari

Rodrigo Craveiro

Trabalhou em **Jornal O Popular** (Subeditor de Mundo) · Estudou **Aperfeiçoamento em Comunicação Multimídia** na instituição de ensino **Uniceub** **Rodrigo Craveiro** **filia** · Casado com **Alinne Reis** · Fala **INGLES Y ESPAÑOL e english/ spanish** · De **Goiânia** · Nasceu em 26 de setembro de 1975



Educação e trabalho

Empregadores


- Jornal O Popular**
Subeditor de Mundo · De junho de 1998 a abril de 2005
- Correio Braziliense**
- Diário da Manhã** com Willy Filho

Pós-graduação

- Uniceub**
Turma de 2009 · Aperfeiçoamento em Comunicação Multimídia

Enviar mensagem Cutucar


Você e Rodrigo Ver amizade



14 amigos em comum

Histórico patrocinado


Allan Costa de França curtiu **Meu Credicard**.


Meu Credicard Curtir

Patrocinado

Criar um anúncio

Viva IBM



Reservas de passagens aéreas são feitas com a mesma eficiência desde 1965. Desde que o SABRE foi desenvolvido pela IBM.

Curtir · 6.633 pessoas curtiram isso

Bate-papo (desconectado)

Anexo II

twitter Home Profile Messages Who To Follow

Rodrigo Craveiro
@rodcraveiro Brasilia
 Journalist

Following

Tweets Favorites Following Followers Lists

rodcraveiro Rodrigo Craveiro
 Hi! I am reporter from Brazil and I wanna talk with #syrian ppl and people in #Syria about UN Security Council inaction. Urgent!!!!!!!!!!
 14 Jun

rodcraveiro Rodrigo Craveiro
 @hamfarouk can you please give us some of them?
 14 Jun

rodcraveiro Rodrigo Craveiro
 @hamfarouk do you have contacts in Syria?
 14 Jun

rodcraveiro Rodrigo Craveiro
 @hamfarouk are you in Syria?
 14 Jun

rodcraveiro Rodrigo Craveiro
 Hi! I am reporter from Brazil and I wanna talk with #syrian ppl and people in #Syria about UN Security Council inaction. Urgent! Please!
 14 Jun

About @rodcraveiro

5,448 Tweets 665 Following 628 Followers 23 Listed

Similar to @rodcraveiro · view all

valbene Valbene Bezerra · Follow

Dr_salamah Dr.SALAMAH HUSNI · Follow

tota770 Fatima Saleh · Follow
A Young Woman from the country of Faith, Wisdom

Following · view all

About Help Blog Mobile Status Jobs Terms Privacy Shortcuts Advertisers Businesses Media Developers Resources © 2011 Twitter