Telejornalismo de Apuração ou de Disseminação: a Atuação do Jornalista diante da Participação do Público [1]

Juliana Ângela da SILVA[2]
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar as reconfigurações do telejornalismo no que se refere às inovações tecnológicas e à crescente disseminação de informações que resulta na atuação do público enquanto coprodutor de notícias. O intuito é levantar reflexões de como os jornalistas atuam em meio ao intenso fluxo informativo e às pressões geradas pelo público participativo, que, por meio das mais variadas formas de disseminação da informação, faz-se cada vez mais presente no cotidiano jornalístico. O acompanhamento da rotina produtiva de dois telejornais locais de Pernambuco ajudou-nos a perceber que aspectos do fazer jornalístico vêm sendo influenciados diante da participação do público, ressaltando a necessidade de uma postura cuidadosa e ética na apuração e publicação das notícias.

Palavras-chave: Telejornalismo; Inovações; Coprodução de notícia; Apuração.

Introdução

Analisar o telejornalismo e as perspectivas que envolvem os processos de mudança e reconfigurações desta atividade é relevante no entendimento da sociedade contemporânea, que, mesmo diante de tantas inovações tecnológicas, conta com a TV como um meio de referência na busca por informação. Diante do intenso fluxo de informação e da imensidão no número de fatos e acontecimentos, as ações de escolher, descartar, interpretar, traduzir, contextualizar e hierarquizar as informações marcam o protagonismo da atividade jornalística na sociedade, principalmente no que se refere à construção da realidade social cotidiana.

Assim como a sociedade, o telejornalismo evolui e modifica-se. Dentro dos processos de mutação do telejornal, as inovações tecnológicas e a postura dos cidadãos em conjunto com a atuação dos jornalistas profissionais protagoniza o fazer notícia. Cada vez

[1] Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. Jornalista com experiência da área de produção televisiva. E-mail: julianaangela21@yahoo.com.br.

mais o cidadão reconhece a importância das telenotícias como um instrumento que confirma a função do jornalismo na sociedade e isso invalida a previsão de muitos apocalípticos do final do século passado, que acreditavam no fim da hegemonia da televisão e até na sua extinção. De fato, na sociedade contemporânea constatam-se inovações tecnológicas, sociais e culturais que permeiam as maneiras de produzir, consumir e disseminar informações. Entretanto tais mudanças não são catalisadores de uma suposta diminuição da importância do telejornal ou até de seu desaparecimento.

O desafio do telejornal consiste, atualmente, em atender às necessidades dos mais variados perfis de telespectador. Isso porque, a sociedade contemporânea é marcada por diferentes gerações: coexistem a geração daqueles adaptados aos formatos e costumes tradicionais, a geração dos que cresceram no mundo analógico e tentam adaptar-se ao digital e a geração dos que já nasceram na era digital e não demonstram interesse pelos formatos tradicionais. O telejornal, enquanto um meio de informação que se caracteriza por ter a pretensão de atingir o maior número possível de pessoas, buscando públicos de todos os níveis sociais e culturais, enfrenta o desafio de, em meio a tantas mudanças, continuar com essas características de meio massivo. Assim, o telejornal inova tentando atingir tanto o público interessado nas novas tecnologias quanto aqueles presos às convenções tradicionais.

O que ocorre não é a extinção e sim a modificação do fazer notícia. A história do telejornalismo mostra-o como uma instituição totalmente adaptável e suscetível a diversas mudanças que o possibilitam acompanhar e atender às demandas da realidade social em que está inserido. Entretanto, de acordo com Scolari (2011), a mudança mais importante do jornalismo consiste no que o autor chama de construção coletiva e que pode ser observada por meio da participação cada vez maior das fontes como coprodutoras das notícias. O avanço das novas tecnologias de informação e comunicação aliado a uma maior aproximação do público por parte dos meios de comunicação a fim de fidelizar a audiência vem contribuindo bastante para que essa construção coletiva aconteça no telejornal.

Percebe-se, então, que o telejornalismo vem se reconfigurando em função de várias tecnologias que determinam novos comportamentos tanto do jornalista quanto do público. Desde a gravação de imagens por meio do videoteipe até a interatividade, participação e mobilidade trazida pelas tecnologias digitais e pela Internet, o telejornal prova sua

capacidade de adaptação e mantém seu protagonismo em informar massivamente. Em meio a um dinâmico panorama, onde meios novos e tradicionais coexistem, a demanda informacional do público é cada vez maior. Este, por sua vez, se apresenta superando a passividade e aderindo de modo cada vez mais intenso à mobilidade, à liberdade de escolha, à participação e à interatividade. O consumidor agora também é emissor e, quando se fala em jornalismo, ele vem desempenhando o papel de coprodutor de notícias.

As Inovações Tecnológicas e o Fazer Notícia: O Público Entra em Cena

As questões tecnológicas sempre foram fatores de forte influência na relação entre jornalistas e público. A utilização das inovações tecnológicas facilitou e modificou a rotina dos profissionais do telejornalismo. Mas, inicialmente, a informação era registrada e distribuída apenas pelos jornalistas uma vez que o público, mesmo que quisesse, ainda não tinha acesso aos aparelhos que possibilitavam essas atitudes. A história da TV no Brasil mostra que o público estava sempre um passo atrás das emissoras. Quando as pessoas com maior poder aquisitivo começaram a ter acesso às câmeras Super-8, que captavam as imagens em película, os profissionais do telejornalismo já haviam substituído a película pelas fitas. Quando nos anos 80, a população começou a usar câmeras VHS, as emissoras já usavam outras tecnologias para captar suas imagens. Por isso, a utilização do material captado pelos telespectadores era fenômeno raro, porque os processos de conversão eram complicados. (MATTOS, 2010)

A partir da década de 90 as câmeras tornaram-se mais portáteis, mas não a ponto de as pessoas estarem com elas sempre à mão no momento e no lugar em que os fatos noticiáveis ocorriam. Além disso, o material que o público captava não chegava facilmente às redações porque precisavam ser entregues pessoalmente, uma vez que o acesso à internet não era popularizado e os formatos das imagens também não poderiam ser convertidos e enviados por e-mail. O próprio e-mail ainda não era usado de forma popular. No início do século XXI, esse panorama mudou significativamente. Os brasileiros começaram a ter acesso a câmeras digitais cujo formato dos vídeos podem ser enviados com mais praticidade e usados mais facilmente pelas emissoras. A internet e o uso de e-mail e redes sociais também se popularizaram e os fatos e flagrantes podem ser captados e disseminados em tempo real por meio de um único aparelho como, por exemplo, um celular com câmera digital integrada e acesso à internet.

Assim, as condições técnicas de captação e distribuição de informações entre o público e os jornalistas encontram-se no mesmo patamar. A partir daí, a audiência entra em cena de forma cada vez mais ativa no fazer notícia. Em relação ao uso de imagens feitas pelo público, vale salientar que elas são utilizadas nos telejornais não apenas porque a tecnologia tornou seu uso e acesso fáceis, mas também porque é inerente ao telejornalismo essa capacidade e necessidade de adaptação para garantir sua sobrevivência. Inserir o cidadão no fazer notícia é uma forma de ajustar-se à nova realidade.

Entretanto, esse caráter ativo do público nem sempre representa um fator positivo para a prática de um jornalismo de qualidade. Isso porque, o aumento da quantidade de informação não garante que a comunicação seja realizada de maneira satisfatória. O progresso das tecnologias, infelizmente, não basta para criar o progresso da comunicação entre os homens e as sociedades. (WOLTON, 2011). Cada um é fascinado pelo volume de informações acessíveis, mas ninguém questiona o que é feito socialmente disso através da comunicação.

> (...) Sim, as tecnologias progrediram consideravelmente permitindo melhorar as comunicações sociais. Não, elas nunca serão suficientes para resolver as aporias existenciais da comunicação humana ou, então, estamos caminhando para "solidões interativas". (WOLTON, 2011, p.31)

Não são apenas as questões tecnológicas que determinam essa necessidade que o público possui de participar, de colaborar, de ser ouvido para que seus anseios sejam atendidos. A necessidade de comunicação é inerente ao ser humano independente dos meios utilizados por ele. Em conjunto com a necessidade de se comunicar está o desejo de expressar opiniões, pontos de vista, visões de mundo, insatisfações e, muito antes do surgimento das tecnologias de informação e comunicação, as pessoas já buscavam ser ouvidas. Seja nos coretos, nas praças, nos bares, o público nunca deixou de se manifestar. A diferença é que esses anseios não tinham a mesma visibilidade que possuem hoje.

Atualmente é difícil ignorar a voz do público compartilhada e publicada online, a todo instante. Para Wolton (2011), o público se torna mais crítico na medida em que consolida a sua emancipação e que aumenta o bombardeio de informações. Vale salientar que, a razão nem sempre está nas informações disseminadas pelo público. Assim, informar jornalisticamente, muitas vezes é ir de encontro às opiniões de muitas pessoas, o que para as empresas de comunicação significa um fator complicador no que se refere à fidelização da audiência.

Assim, surgem muitas reflexões referentes à profissão de jornalista, uma vez que qualquer cidadão, munido de tecnologias adequadas e de consciência participativa, é capaz de produzir e gerar conteúdo relevante ao meio jornalístico. Entretanto, a postura do profissional merece destaque uma vez que a quantidade e a velocidade de informações exigem mais rigor na apuração, na contextualização e na interpretação dos fatos. Diante dos processos comunicativos atuais, têm se exigido dos jornalistas posturas profissionais compatíveis com o comportamento dos consumidores, que agora se colocam também como coprodutores das notícias que consomem.

Telejornalismo de Apuração ou de Disseminação?

As inovações tecnológicas e as novas formas de consumo e disseminação das informações, representadas principalmente pela a Internet e pelas redes sociais vêm influenciando bastante a produção jornalística. A apuração é facilitada na medida em que pessoas munidas das mais variadas tecnologias para captar e publicar fatos em tempo real estão por toda parte, onde o jornalista muitas vezes não pode estar. O contato com as fontes de informação também se tornou mais fácil graças ao intenso uso das redes sociais. A redação está cada vez mais próxima do seu público. Por outro lado esse bombardeio de informações muitas vezes dificulta o processo de seleção das notícias e acelera ainda mais o ritmo da produção jornalística, que já era intenso antes, mas agora tende ficar cada vez está mais rápido. Tais reconfigurações proporcionam desafios éticos relacionados à qualidade das notícias veiculadas pelas mídias tradicionais, especialmente pela televisão.

O primeiro desafio do jornalista em relação à atuação do público está em ponderar e verificar a veracidade e o valor informativo daquilo que as pessoas publicam diariamente em seus perfis das redes sociais, em seus sites ou blog's. Da mesma forma que o público é capaz de produzir e publicar conteúdos relevantes para a sociedade, também pode disseminar informações equivocadas ou conteúdo interessante apenas para fins de entretenimento sem relevância do ponto de vista político, econômico ou cultural, por exemplo. O que ocorre, muitas vezes, é que as pessoas querem ver aquilo que publicam nas redes sociais, também na tela da TV. O telejornal serve, então, como forma de legitimar a informação que cada pessoa acha importante. Assim, para manter um vínculo com a audiência, os jornalistas, no seu cotidiano profissional, tentam conhecer e fazer uma construção antecipada do seu público. Isso é defendido por Vizeu (2005) na hipótese da

audiência presumida. A crescente colaboração dos telespectadores no fazer notícia vem facilitando essa manutenção do vínculo, e auxiliando os jornalistas nessa construção antecipada da audiência. Isso porque, ao sugerir pautas, postar imagens, denúncias e flagrantes, o telespectador "diz" aos jornalistas o que quer consumir como notícia.

Diante desse panorama em que todos consomem e disseminam informações a todo instante, os meios de comunicação vêm sendo pautados pelo público. É uma espécie de reconfiguração da Teoria da Agenda[3], a qual afirma que os veículos jornalísticos estabelecem a agenda pública, colocando um assunto ou tópico na agenda de forma que esse assunto torna-se o foco da atenção do pensamento público. (McCOMBS, 2009). Nota-se atualmente que o público também coloca assuntos ou tópicos na agenda dos meios jornalísticos ao disseminar informações diariamente através da Internet e das redes sociais.

A fim de atender aos anseios de seu público, fidelizar sua audiência ou, em muitos casos, poupar esforços, o jornalista corre o risco de banalizar fatores importantes ligados aos métodos de apuração da notícia. A investigação é comprometida no momento em que, diante da rapidez dos acontecimentos e da velocidade com que tais acontecimentos se tornam públicos, alguns meios optam pelo "furo" jornalístico em detrimento de uma apuração mais aprofundada. Dessa forma, para muitos jornalistas, dar a notícia antes da concorrência é mais importante do que apresentar as ideias de forma mais contextualizada e aprofundada. E isso representa, de certa forma, uma incoerência, uma vez que as inúmeras facilidades das novas tecnologias de informação e comunicação podem ajudar no trabalho de apuração na medida em que o jornalista tem mais acesso a arquivos, a informações e a fontes.

Entretanto, muitas vezes, ocorre que a velocidade e a grande quantidade de informação impedem o aprofundamento, a contextualização e a diversificação das ideias no momento de noticiar. A concorrência faz com que os meios de comunicação acabem por abordar os mesmos assuntos e da mesma maneira, acentuando uma padronização que pode transformar-se em conformismo. Assim, corre-se o risco de haver cada vez mais informações parecidas e, por vezes até mal apuradas, acentuando um preocupante quadro de desinformação.

> O que está sendo celebrado, a velocidade da informação, o volume ou a verdade? O que acontece com a indispensável necessidade de lentidão num mundo aberto, de fronteiras ampliadas? Velocidade e volume caem na armadilha da competição e

[3]A Teoria do Agendamento ou Agenda-setting, em inglês, é uma teoria de Comunicação formulada por Maxwell McCombs e Donald Shaw na década de 1970. De acordo com este pensamento, a mídia determina a pauta (em inglês, *agenda*) para a opinião pública ao destacar determinados temas e preterir, ofuscar ou ignorar outros tantos.

> contribuem para explicar o deslizamento estrutural rumo à degradação da informação. (WOLTON, 2011, p.54)

É importante ressaltar que o uso das tecnologias e das informações disseminadas pelo público modificou, de certa maneira, o modo de apuração jornalística, mas não deve significar a negação de uma postura profissional correta e coerente com os princípios éticos que devem nortear a atividade. O jornalista realiza um processo de aproximação dos fatos fazendo recortes e enquadramentos, ajudando a construir a realidade social. E isso é o que caracteriza o método ou investigação jornalística, atividade que deve ser executada com responsabilidade e rigor, especialmente no que se refere à apuração, interpretação e contextualização dos fatos.

> O que distinguirá o jornalista será os passos que der para atingir o "disponível" que chamamos de real, seus critérios para não se deixar por falhas de percepção, pela rotina produtiva, pelo engano das fontes. E sua disciplina de verificação. A notícia é construída no cuidado com a verificação, sobre o alicerce do levantamento de informações. (PEREIRA JUNIOR, 2006 p. 71).

Assim, o jornalista pode fazer uso das informações disseminadas pela sua audiência por meio das novas tecnologias de informação e comunicação, mas sempre atentando para o cuidado com a verificação e publicação dos fatos. Seu cotidiano deve ser norteado por ações básicas como publicar unicamente informações cuja origem se conhece, ou senão acompanhá-las das reservas necessárias; não suprimir informações essenciais; retificar uma informação publicada que se revele inexata, entre outros procedimentos que caracterizam a ética profissional.

O rigor com esses e com outros procedimentos do cotidiano profissional deve ser enfaticamente aplicado principalmente em relação ao telejornalismo. Isso porque, o noticiário televisivo é uma das principais instâncias de construção de valores coletivos e hábitos socioculturais, alcançando e influenciando um grande número de pessoas (VILCHES, 1989). Dessa forma, é pertinente um mergulho no cotidiano dos profissionais de telejornalismo para perceber qual a sua postura diante das inovações no fazer notícia, entendendo como se dá a participação do público e de que maneira o telespectador contribui para a construção da notícia televisiva.

O Público Participativo e a produção da notícia no Telejornalismo Local

No telejornalismo regional e local a atuação do público enquanto coprodutor é detectada de forma cada vez mais constante, principalmente quando a audiência participa enviando informações, sugestões ou imagens através das novas tecnologias de informação e

comunicação ou postando informações nas redes sociais. Desde 2011 o grupo de pesquisa "Jornalismo e Contemporaneidade" da Universidade Federal de Pernambuco vem acompanhando a atividade dos profissionais envolvidos na produção e edição de telejornais locais analisando a atuação do jornalista profissional diante da participação do cidadão. O presente artigo faz parte de uma pesquisa mais ampla sobre a rotina de trabalho dos jornalistas de TV diante da intensa participação do público e conta com resultados de um trabalho de campo realizado no período de 23 a 31 de Outubro de 2012 na TV Jornal[4], afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) em Recife, Pernambuco. Nossa observação voltou-se para a rotina produtiva dos dois principais telejornais da emissora: o *TV Jornal Mais*, transmitido pela manhã para todo o Estado de Pernambuco e o *TV Jornal Meio-dia*, exibido no horário do almoço para o Recife e a Região Metropolitana. Guiados pelas abordagens do *Newsmaking* (produção da notícia), utilizamos como método de investigação a observação participante (Casetti, Chio, 1999, p.222-233) e entrevistas semiestruturadas (Thiollent,1982,p.79-99).

A coprodução da notícia no *TV Jornal Mais*

O *TV Jornal Mais* é um noticiário televisivo transmitido de segunda à sexta, às 7h20, pela TV Jornal, afiliada do SBT em Recife e surgiu com a proposta de fazer um telejornal que tivesse serviço, informação e contasse com a participação direta do público. O diferencial dessa participação do público está na utilização de redes sociais da Internet, mais especificamente, o Facebook[5]. O *TV Jornal Mais* possui uma página nesse site de relacionamentos, e confere a essa página grande destaque, tanto na produção, quanto na transmissão do jornal.

Acompanhando a rotina desse telejornal, percebemos que, enquanto ele é transmitido, uma das produtoras fica no computador acompanhando o perfil do *TV Jornal Mais* no Facebook. Ela atualiza as informações e checa se há algo que possa ser mostrado ao vivo e avisa à editora-chefe, que está no controle da transmissão. Como a maioria dos telejornais, o *TV Jornal Mais* utiliza muitas sugestões vindas de assessorias de imprensa por meio de *releases* e dá destaque a factuais apurados durante o dia, além de mostrar também

[4] A TV Jornal pertence ao Sistema Jornal do Commercio de Comunicação, um dos maiores conglomerados de comunicação do Nordeste, integrante do grupo João Carlos Paes Mendonça (JCPM), que atua também no setor imobiliário e de shopping Centers.
[5] Facebook é um site e serviço de rede social lançada em fevereiro de 2004 onde os usuários cadastrados podem criar um perfil pessoal contendo fotos e listas de interesses pessoais, adicionam outros usuários como amigos e trocam mensagens privadas e públicas entre si e participantes de grupos de amigos.

as notícias esportivas do Estado. Mas a peculiaridade desse telejornal é que a equipe recorre bastante às sugestões de telespectadores que chegam por meio do Facebook.

Durante quase toda manhã, produtores, editores e apresentadores se comunicam com o público através da página do Facebook do *TV Jornal Mais* respondendo a suas dúvidas pela rede social e procurando sugestões ou reclamações dos internautas que possam render notas ou VT's. Coutinho (2012) afirma que uma efetiva incorporação do público nos noticiário televisivos pode ser observada através da utilização das redes sociais:

> (...) Inicialmente é possível perceber tendências nessa direção, a partir do estímulo ao envio de pautas, imagens, por meio da criação de perfis para programas jornalísticos e apresentadores nas redes sociais. Nesse caso a rede mundial de computadores poderia ser considerada uma extensão potencial dos telejornais, livres dos limites de tempo de veiculação e da disputa por simultaneidade, e mais que isso uma possibilidade de ausculta das reações do público, registradas em pageviews, comentários, compartilhamento e (re) apropriações postadas em canais de vídeo *on-line* gratuitos. (COUTINHO, 2012, p.36)

A equipe do *TV Jornal Mais* usa a Internet como um meio direto de interação com sua audiência. Como exemplo para nossa pesquisa, vale citar um desses contatos do público com a redação do *TV Jornal Mais*. No dia 25 de outubro de 2012, uma telespectadora cobrava, através do Facebook do telejornal, informações sobre uma feira de negócios e exposição de artigos para crianças que estava acontecendo em Olinda. A editora-chefe viu a cobrança e resolveu fazer um VT sobre o assunto. Nesse exemplo se confirma que a atuação e as decisões dos jornalistas do *TV Jornal Mais* são fortemente influenciadas pelo que Bruns (2005) chama de Gatewatching, que é uma contraposição ao conceito clássico do Gatekeeping. Nessa nova perspectiva a seleção do que será publicado não depende apenas do jornalista, mas sim, passa por um público cada vez mais atuante, e participativo que opina, discute, cobra e sugere tornando-se, ao mesmo tempo, consumidor e produtor de informação. Assim, os brasileiros estão passando de espectadores a "pauteiros" (COUTINHO, 2012, p. 29).

O público produz informação e colabora cada vez mais com a produção da notícia do *TV Jornal Mais*. O critério que os jornalistas desse telejornal usam para saber se o conteúdo que vem do público vira notícia é a quantidade de pessoas que atinge. Muitas vezes, quando a denúncia é um fato isolado, que atinge um pequeno grupo, ele resulta em uma Nota Vivo[6]. Em nossa observação constatamos que, na maioria das Notas Vivo

[6] Nota vivo é um tipo de nota coberta. Notícia lida ao vivo pelo apresentador e coberta com imagens.

mostradas pelo *TV Jornal Mais*, a resposta da instituição responsável por resolver o problema só é mostrada no dia seguinte. Isso acontece porque tais Notas Vivo são produzidas quando o jornal já está no ar. Muitas vezes, minutos após postar sua denúncia no Facebook, o internauta já pode acompanhá-la no telejornal. A vantagem é que o *TV Jornal Mais* fideliza sua audiência, que desse modo, não desliga a TV enquanto faz denúncias pela Internet. O telespectador/internauta quer ver sua reclamação em tempo real também pela televisão. Por outro lado, o telejornal acaba por prejudicar as instituições que não têm o direito de resposta garantido de forma justa. Isso porque a Nota-Pé com a resposta só é mostrada no dia seguinte. Assim, aqueles que viram o problema no dia anterior e não acompanharam o telejornal no outro dia poderão tirar conclusões equivocadas do fato em questão.

Um exemplo desse aspecto aconteceu com uma Nota Vivo mostrada na edição do dia 25 de outubro de 2012. Um telespectador/Internauta publicou no Facebook do TV Jornal Mais a foto de um cano estourado e acumulando lixo em uma rua de Olinda. Apenas no dia seguinte o telejornal divulgou em nota a resposta da Compesa (Companhia Pernambucana de Saneamento e Abastecimento) informando que o cano já havia sido consertado e que o buraco que acumulava lixo já estava tampado há uma semana. Dessa forma, o problema foi mostrado, mesmo já não existindo. É justamente nesse aspecto que a atuação do senso de ética e responsabilidade jornalística deve falar mais alto. O profissional deve sempre checar a gravidade e veracidade da denúncia antes de publicar. O cuidado e a apuração devem estar acima das estratégias de fidelização do público.

Apesar de alguns equívocos como o da Nota Vivo citada, os profissionais do *TV Jornal Mais* acreditam que essa nova maneira de apurar, de ficar por dentro dos problemas da comunidade é um novo jeito de fazer telejornalismo e essa ajuda do público não resulta apenas em Notas Vivo ou em algumas falhas de apuração, mas principalmente na produção de matérias mais elaboradas, produzidas cuidadosamente pela equipe do *TV Jornal Mais* com todas as habilidades de um bom jornalista profissional. Na semana em que acompanhamos a rotina desse telejornal, pelo menos dois VT's completos foram bem produzidos pelos jornalistas, tendo como gancho a colaboração do público. Um desses VT's partiu de uma denúncia isolada de um telespectador e surtiu como resultado uma reportagem com temática mais abrangente. No dia 26 de outubro de 2012 um morador do centro do Recife posta no Facebook uma foto e um texto denunciando que próximo a sua

casa há moradores de rua. No texto o telespectador responsabiliza tais moradores pelo aumento de assaltos na localidade.

A produção do *TV Jornal Mais* leva em consideração a denúncia, mas apura cuidadosamente e dá outra conotação ao fato. Onde o cidadão enxergou um problema que o afligia de forma pontual, os produtores apuraram que aquela situação também é responsabilidade da sociedade em dar esmolas de forma errada. O telespectador que fez a denúncia esperava ver no *TV Jornal Mais*, uma matéria cobrando do poder público a retirada dos moradores de rua da sua calçada. Entretanto, foi produzida uma reportagem mostrando que, com a proximidade do período natalino, pessoas que possuem casas vão para as ruas pedir esmolas e a sociedade alimenta esse hábito porque não pratica a doação cidadã.

Isso diferencia o jornalista profissional do cidadão que, apesar de muitas vezes se comportar como repórter executando funções comuns a ele, não tem a capacidade jornalística de transformar denúncias em discussões mais aprofundadas. É inerente ao profissional de jornalismo a capacidade de transformar fatos em temas. A atuação dos jornalistas profissionais se fez necessária para que a problemática fosse aprofundada.

O *TV Jornal Meio-dia* e a urgência da informação

As notícias veiculadas no *TV Jornal Meio-dia* tratam basicamente de temas factuais e/ou assuntos que envolvam e sejam de interesse da comunidade tanto do Recife quanto das demais cidades da região metropolitana. O jornal vai ao ar de segunda à sexta às11h50. Do início da manhã, até o fechamento do jornal muitas avaliações são feitas pelos jornalistas. Editores e chefia de reportagem ponderam o tempo todo a noticiabilidade dos fatos. Acontecimentos com imagens têm mais chance de serem noticiados e isso pôde ser comprovado em vários momentos da nossa observação da rotina produtiva do *TV Jornal Meio-dia*. Tivemos a impressão de que o público inicia seus trabalhos de buscar e disseminar informações junto com os jornalistas. Enquanto o chefe de reportagem e a editora-chefe fazem o levantamento do que de mais importante aconteceu na noite anterior e na madrugada, muita informação é repassada para eles principalmente pelas redes sociais.

Podemos perceber que, no processo de construção de várias notícias de TV a colaboração do público é bem aceita (por vezes, até necessária) e surte efeitos positivos, quando a notícia é construída em conjunto: a audiência ativa colabora informando o fato e cedendo as imagens; e os jornalistas profissionais atuam apurando, contextualizando e interpretando. Entretanto, devido ao intenso fluxo informativo e à falta de equipes de

reportagem nem sempre o resultado da colaboração da audiência é um VT completo. Na nossa observação, percebemos que a falta de tempo para produzir matérias mais elaboradas e a necessidade de noticiar, faz com que grande parte do material enviado pelo público seja noticiado na forma de Notas Vivo. Isso ocorre, principalmente com factuais que a redação toma conhecimento, geralmente próximo ao fechamento do jornal. O público informa o fato, posta imagens nas redes sociais ou leva-as à redação no celular ou em *pendrive*. As imagens seguem para a ilha de edição, enquanto a produção rapidamente apura e redige a nota, que é lida ao vivo pela apresentadora enquanto as imagens são mostradas.

O formato Nota Vivo aparece de forma considerável no *TV Jornal Meio-dia*. A praticidade e a rapidez com que é produzida e editada facilitam para que esse modo de noticiar apareça com frequência. Inicialmente usadas para aproveitar o material colaborativo do público, as Notas Vivo passam a ser feitas com frequência pelos jornalistas mesmo que eles não utilizem nenhuma colaboração dos cidadãos. A forma de fazer telejornalismo está se adaptando à praticidade e à velocidade que a sociedade vem exigindo. A falta de tempo de fechar um VT completo faz com que o resultado do trabalho do repórter profissional seja, na maioria das vezes, notas lidas ao vivo pela apresentadora. Isso aconteceu em quase todos os dias em que observamos a rotina produtiva do *TV Jornal Meio-dia*. Pelo menos uma das matérias que cada repórter ia fazer, transformava-se em Nota Vivo, que, em sua maioria eram factuais.

No dia 24 de outubro de 2012, por exemplo, a editora-chefe é informada, às 11h, por meio das redes sociais, de que um grupo de representantes do movimento Sem Teto teria invadido um prédio da Caixa Econômica Federal que fica no bairro Ilha do Leite, no Recife. O chefe de reportagem manda uma das equipes sair da pauta que estava executando e se deslocar para lá. Ele sabe que não vai dar tempo de o repórter mandar um VT completo e pede, pelo menos, fotos de celular para fazer uma Nota Vivo. Nesse caso, percebemos mais um sinal da mudança que o telejornalismo vem sofrendo. Com intenso fluxo informativo, as matérias clássicas do tipo VT contendo off, passagem e sonora estão dando lugar às Notas Vivo em que o repórter faz o registro das imagens ou pelo celular ou com o cinegrafista e repassa as informações por telefone. Assim, não é o público que está imitando a ação do jornalista profissional, mas o profissional imitando a atuação do público. Nesse caso, o repórter se comporta quase da mesma maneira que o telespectador: utiliza a mesma tecnologia que ele usa (celular, internet) para registrar e enviar os fatos.

Nota-se, então, que a prioridade é noticiar o acontecimento, com imagens, sem importar a qualidade dessas imagens ou a elaboração da estrutura da matéria. Porém, deve-se ter cautela em relação à apuração das Notas Vivo. Várias vezes, com o jornal já no ar, os produtores e editores ainda estão apurando e modificando tais notas. O resultado em alguns casos eram notas com informações incompletas ou equivocadas. No caso da nota sobre a invasão da Caixa Econômica Federal, por exemplo, não foi informado qual dos grupos do Movimento Sem Teto estava no local porque os produtores não conseguiram a informação a tempo. Também nesse caso, não deu tempo de solicitar uma resposta da instituição (Caixa Econômica Federal) para fazer uma Nota- Pé.

Nesse contexto, percebemos que, em várias ocasiões, o jornalista acaba por noticiar fatos sem aprofundamento, contextualização e apuração necessários. A ânsia por acompanhar a rapidez do fluxo informativo e a necessidade de mostrar na TV o que o público já publicou na Internet faz com que o jornalista profissional tenha o mesmo comportamento do coprodutor que apenas dissemina fatos. Podemos então diagnosticar que, em meio a essa intensa colaboração do público, o telejornalismo corre o risco de se transformar em jornalismo de disseminação e não de apuração.

Considerações Finais

O telejornalismo está em contínua reconfiguração para adaptar-se às exigências da sociedade, que se encontra em um panorama de intenso fluxo comunicacional onde os modos de produzir, disseminar e consumir informação estão sofrendo reconfigurações. Diante das limitações e da impossibilidade de estar em todos os lugares onde ocorrem fatos noticiáveis, o jornalista profissional vem utilizando com frequência o conteúdo informativo disseminado pelo cidadão. Assim, o profissional várias vezes é pautado pelos leigos munidos das mais variadas tecnologias capazes de registrar e enviar informação em tempo real.

Nesse estudo acerca da coprodução de notícias no telejornalismo local percebemos que o público valoriza a televisão, mesmo diante do intenso uso da internet e das redes sociais. De fato, as pessoas querem ver a informação não apenas pela Internet. Ao invés de publicar as denúncias em seus próprios perfis nos sites de relacionamento ou de criar seus próprios blogs, o público quer ver seus anseios na tela da TV. É nela que ele se reconhece, conhece e reconhece a comunidade em que vive. Analisando os dois telejornais, objetos de nosso estudo, observamos que ambos utilizam a colaboração do público de maneiras diferentes, de acordo com as características e peculiaridades produtivas de cada telejornal.

No *TV Jornal Meio-dia* a opção por usar o material colaborativo como Nota vivo em detrimento do VT surge da impossibilidade de fechar um VT completo. Já o *TV Jornal Mais*, opta por transformar colaboração em nota vivo quando a denúncia vinda do público é um fato isolado, que atinge um pequeno grupo. No entanto, um dos perigos relacionados ao intenso fluxo informativo e à colaboração do público se manifesta na necessidade de noticiar de forma rápida e prática. Cada vez mais os VT's completos, contextualizados e elaborados com maior cuidado estão sendo substituídos por Notas Vivo que utilizam as imagens colaborativas do público e informações apuradas rapidamente pelo jornalista. O resultado que percebemos é que tais notas podem, em alguns casos, ir ao ar com informações equivocadas ou incompletas.

A performance do jornalista profissional é extremamente necessária, sobretudo no momento de contextualizar, interpretar e checar as informações provenientes da audiência ativa. Os conhecimentos jornalísticos adquiridos na universidade e no cotidiano das redações são de extrema importância na prática diária de descomplicar o mundo e necessita também de valores e responsabilidade. Percebe-se, então, que a parceria entre o público e os veículos de comunicação deve ser incentivada uma vez que o indivíduo está mais próximo dos acontecimentos e das histórias com grandes possibilidades de se transformarem em notícias. Para isso o profissional deve ser guiado sempre pelo comprometimento com a ética e o interesse público, princípios norteadores do jornalismo.

Referências

ALSINA, R. **La construcción de la notícia**. 2ed. revista e ampliada. Barcelona: Paidós, 2005.

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

CASETTI, F, CHIO, F. di. **Análisis de la televisión:** instrumentos, métodos e prácticas de investigación. Barcelona : Paidós, 1999.

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo e Público - Sobre vínculos com o cidadão, convertido em audiência. In: PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo; COUTINHO, Iluska (orgs.). **O Brasil (é) ditado.** Florianópolis: Insular, 2012. p. 21-42.

MATTOS, Sérgio. **História da Televisão Brasileira.** Petrópolis**:** Vozes, 2010.

McCOMBS, M. **A teoria da agenda:** a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia:** métodos de investigação na imprensa. Petrópolis: Vozes, 2006.

SCOLARI,C. A. A construção de mundos possíveis se tornou um processo coletivo. **Matrizes,** São Paulo, nº 2 – Ano 4, p.127-136, jan/jun de 2011.

THIOLLENT, M. **Crítica metodológica, investigação social e enquete operária.** 3.ed. São Paulo : Polis, 1982.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no Telejornalismo:** O que você vai ver a seguir. Vitória: Espaço Livros, 2009.

VILCHES, Lorenzo. **Manipulación de la información televisiva**. Barcelona: Paidós, 1989.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia** : os bastidores do telejornalismo. 1.ed. Porto Alegre : EDIPUCRS, 2000.

_____.O *Newsmaking* e o trabalho de campo. In: LAGO, Cláudia; Benetti, Márcia. (Org.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo.** Petrópolis: Vozes, 2007.p.223.

VIZEU, Alfredo; CORREIA, João Carlos. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, Alfredo (org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.p. 11-28.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.

_____. **Informar não comunicar**. Porto Alegre : Sulina, 2011.