

Coprodução de notícias na TV: jornalismo de apuração ou de disseminação?

ALFREDO VIZEU

Universidade Federal de Pernambuco, Brasil - a.vizeu@yahoo.com.br

Jornalista e doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2002), possui Pós-doutorado pelo Programa de Pós-Graduação da PUC-RS, é professor adjunto da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), foi membro do Conselho Científico da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPjor).

JULIANA ÂNGELA DA SILVA

Universidade Federal de Pernambuco, Brasil - julianaangela21@yahoo.com.br

Jornalista e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco

Resumo

Este artigo analisa o telejornalismo e suas reconfigurações com ênfase na atuação do público enquanto coprodutor de notícias. O telejornalismo constantemente ganha novos contornos e, diante desses novos contornos, as inovações tecnológicas e a postura dos cidadãos em conjunto com a atuação dos jornalistas protagonizam o fazer notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade, produção e edição do material que chega às redações por meio do cidadão foram ressaltados na medida em que acompanhamos a rotina produtiva do *TV Jornal Meio-dia*, um telejornal local de Pernambuco. O acompanhamento das atividades diárias de jornalistas de TV ajudou-nos a perceber de que forma o cidadão participa da produção da notícia e que aspectos do fazer jornalístico vêm sendo influenciados diante da participação do público.

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

Abstract

This article analyses news broadcasting and its reconfigurations emphasizing the audience role as news' co producer. News broadcasting is constantly achieving new configurations and, facing these new outlines, technological innovations and citizens' behavior together with journalists activity are the main pieces of the act of making the news. Thus, criteria of newsworthiness, production and edition of the material that gets to editors through citizens were highlighted while we followed the productive routine of *TV Jornal Meio-dia*, a news program from Pernambuco. Following daily activities of television journalists helped us to see how does the citizen take part on the news production and which aspects of journalistic work has been influenced by audience participation.

Keywords: News broadcasting; News co production; Innovations.

Artigo recebido em 01/06/2013

Aprovado em 09/09/2013

A compreensão acerca dos comportamentos, posturas e inovações que permeiam a sociedade exige uma atenção sobre as instituições que a compõem. O jornalismo, especialmente o telejornal, representa um dos segmentos que mais contribui na construção e no entendimento da realidade social. 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).

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. A relevância da televisão, especificamente do telejornal, na sociedade justifica a importância de realizar pesquisas nessa área. 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.

Percebemos que o telejornalismo, como lugar de referência e com características didáticas e pedagógicas, ajuda a construir a realidade social (CORREIA; VIZEU, 2008). A sociedade, por sua vez, ajuda a construir o telejornalismo na medida em que o telespectador utiliza os mais diversos meios tecnológicos para fazer e enviar vídeos, fotos, textos, com sugestões de pauta ou registros de fatos potencialmente noticiáveis e fazendo com que acidentes, flagrantes, denúncias, fenômenos da natureza e outros acontecimentos cheguem aos distintos veículos jornalísticos com uma frequência cada vez maior. Mesmo não sendo identificada como jornalismo, a atuação dos cidadãos vem adquirindo cada vez mais relevância no cotidiano dos jornalistas profissionais. Fruto de aspectos sociais, culturais, econômicos e tecnológicos, esse caráter atuante das pessoas rompe as fronteiras da passividade no fluxo informativo.

Muito presente na internet, essa característica do consumidor-produtor também pode ser observada nas mídias tradicionais como a televisão e, nesse caso, o desempenho do jornalista é de extrema importância. Diferente da internet, na TV o material informativo advindo do público sempre passa pelo crivo do profissional. Nesse sentido, a função do

telejornalista se reconfigura na medida em que ele, além buscar e decidir o que será notícia, agora também filtra, apura e contextualiza a informação que vem até ele por meio do telespectador.

As formas de participação da audiência ativa¹ (Barker, 2003); critérios de noticiabilidade; critérios de escolha e de edição do material enviado às redações, questões éticas e profissionais do jornalismo são aspectos relevantes na discussão acerca da coprodução de notícias. Essas considerações representam o eixo deste trabalho, cujo objetivo geral é analisar as rotinas produtivas do telejornalismo, mostrando de que forma a audiência atua na coprodução de notícias e qual a postura do jornalista profissional em meio a essa coprodução. Os apontamentos deste artigo são frutos do nosso olhar sobre o cotidiano da redação do *TV Jornal Meio-dia*, telejornal transmitidos pela TV Jornal em Pernambuco, pertencente ao Jornal do Commercio de Comunicação, uma das empresas do grupo João Carlos Paes Mendonça (JCPM). A escolha por um telejornal local justifica-se pela proximidade em relação ao público, tanto geograficamente quanto ao que se refere às temáticas abordadas. O telespectador identifica-se com o noticiário que retrata os aspectos do cotidiano de sua comunidade. Nesse caso, sente-se mais íntimo do telejornal e mais à vontade para contribuir com o fazer notícia.

Durante uma semana observamos as atividades diárias dos jornalistas, principalmente produtores e editores de texto do referido telejornal, levantando dados que nos ajudassem a perceber de que forma o cidadão participa da produção da notícia. Qual a postura dos jornalistas profissionais diante da colaboração do telespectador e que aspectos do fazer jornalístico vêm sendo modificados diante da participação do público?

Reconfigurações da noticiabilidade na TV

A sociedade e, conseqüentemente o jornalismo, estão em constantes mudanças, principalmente no que se refere ao fluxo informativo. Destacam-se reconfigurações dos

¹ Utilizaremos nesse trabalho público e audiência participativa com significado semelhante ao termo audiência ativa proposto por Barker (2003), que afirma serem as audiências televisivas criadores ativos que não mais aceitam de forma acrítica os significados textuais, mas sim utilizam sua carga cultural para influenciar tais significados.

papéis de vários atores. Os meios de comunicação tradicionais, como a TV, por exemplo, também passam por inovações e o telejornal, como um de seus principais produtos, depara-se com novos desafios relacionados ao fazer notícia. Grande parte das mudanças e reconfigurações que ocorrem no telejornalismo estão relacionadas ao fazer notícia, especialmente aos critérios de escolha de quais acontecimentos merecem ser noticiados no telejornal. O entendimento acerca da noticiabilidade remete-nos a estudos de teorias relacionadas às possibilidades de um fato virar notícia. Tais possibilidades aumentam à medida que os jornalistas percebem no fato uma combinação de componentes que comprovam sua noticiabilidade. Vários critérios de relevância são levados em conta. É o que os teóricos do jornalismo denominam valores-notícia. Esses valores devem constar em todo o processo de escolha e produção das notícias e não são encontrados separadamente em cada acontecimento. Um fato pode, por exemplo, conter inúmeros valores-notícia que juntos aumentam sua noticiabilidade.

Uma interessante característica relacionada aos valores-notícia é que, enquanto uns são permanentes, outros podem sofrer adaptações e variar de acordo com aspectos sociológicos, culturais, inovações tecnológicas, etc. Os valores-notícia básicos geralmente não sofrem variações ao longo do tempo. Segundo Traquina (2004), as qualidades duradouras da notícia são o extraordinário, o insólito (“o homem que morde o cão”), o atual, a figura proeminente, o ilegal, as guerras, a calamidade e a morte. Vale salientar, porém, que os valores-notícia são muitos e vão além desses critérios de noticiabilidade básicos e permanentes. São várias as categorias que surgem e se reconfiguram ao longo do tempo na atividade jornalística. Wolf (2003) define categorias às quais os valores-notícia estão relacionados:

Os valores/notícia derivam de pressupostos implícitos ou de considerações relativas: *a)* às características substantivas das notícias; *ao seu conteúdo*; *b)* à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao *produto* informativo; *c)* ao *público*; *d)* à *concorrência*. A primeira categoria de considerações diz respeito ao acontecimento a transformar em notícia; a segunda, diz respeito ao conjunto dos processos de produção e realização; a terceira, diz respeito à imagem que os jornalistas têm acerca dos destinatários e a última diz respeito às relações entre os mass media existentes no mercado informativo. (WOLF, 2003, p. 200)

Vizeu (2007) analisa os critérios de relevância destacando que eles são praticamente infinitos e agrupados em cinco grandes categorias: essas quatro citadas por Wolf (2003) juntamente com a categoria relacionada aos meios de informação. As categorias relativas ao produto dizem respeito à disponibilidade de materiais e características específicas à notícia, como espaço dedicado à publicação e suas especificações técnicas. Acessibilidade, distância e equipe disponível para produzir a notícia. Entretanto, percebe-se que atualmente, no panorama social em que o telejornalismo está inserido, esses aspectos estão sendo revistos uma vez que acessibilidade e distância, por exemplo, muitas vezes não representam obstáculos para que um acontecimento seja noticiado. Isso porque, com frequência, o cidadão está onde a equipe de reportagem não consegue chegar e, assim, registra e dissemina o acontecimento, seja publicando diretamente na internet ou mandando para as emissoras.

Em relação ao telejornal, a qualidade do material também é outro valor-notícia que sofre algumas adaptações. Pois como o público atualmente apresenta uma demanda informativa cada vez maior e o volume de informação que chega às redações está cada vez mais intenso, é preferível, por exemplo, noticiar um fato registrado por um cinegrafista amador, com baixa qualidade técnica, a não noticiar ou noticiar depois dos concorrentes. Nesse caso o aspecto relacionado à concorrência se sobressai em relação à qualidade. Ainda com referência ao noticiário de TV, outras categorias merecem destaque, como as que se referem aos meios de informação. Nesse caso, de acordo com Vizeu (2007), a noticiabilidade depende menos do assunto e mais do tratamento dado à informação, de como ela é veiculada. Na televisão, por exemplo, acontecimentos que rendam boas imagens têm maior possibilidade de serem noticiados. Aqui boas imagens não significam apenas qualidade técnica, mas também que tenham significado relevante e ilustrem bem os aspectos importantes do fato.

Essa ideia relaciona-se com um valor-notícia definido por Traquina (2004) como a notabilidade, isto é, a qualidade de ser visível, de ser tangível. A sociedade, por sua vez, entende essa preferência dos jornalistas pela notabilidade e cada vez mais está se fazendo notar, seja por meio de registros imagéticos de flagrantes, de problemas e manifestações, ou por meio de sugestões de pautas, denúncias feitas através da internet ou enviadas diretamente aos jornalistas. Diante desse cenário, a atividade jornalística é repleta de constantes escolhas.

Entra em cena a função de *gatekeeper*, desempenhada pelos jornalistas nos processos de seleção e filtros da notícia. De acordo com essa teoria, o jornalista é um porteiro de notícias, que seleciona o que será publicado. Essa função continua tendo relevância, mas como tantos outros aspectos do fazer jornalístico, também adquire novas características. Tendo o público como atores na produção de notícias, o jornalista agora não apenas seleciona o que vai ser noticiado, mas também incentiva a participação das pessoas, redistribui, contextualiza e comprova as informações que partem do cidadão.

Público participativo: um novo aliado do fazer notícia

Tanto em relação aos profissionais de jornalismo, quanto às audiências, mudam comportamentos e reconfiguram-se papéis. Modificam-se os modos de consumir, arquivar e disseminar informações, o que exige adaptação também no modo de produção noticiosa uma vez que o conteúdo informativo produzido pelo cidadão vem sendo cada vez mais utilizado pelos jornalistas.

As atitudes do cidadão diante do consumo e da produção de conteúdos midiáticos representam um fator relevante quando se fala nas reconfigurações do jornalismo em meio à sociedade contemporânea. Com acesso a diversos dispositivos, o público quer participar das mais variadas maneiras. Informa-se de todas as formas e de qualquer lugar e envia informações também com a mesma facilidade e frequência com que as consome. Jenkins (2008) conceitua esse fenômeno como cultura participativa. Com esse conceito o autor caracteriza o comportamento do consumidor midiático contemporâneo, cada vez mais distante da passividade. E isso possibilita uma relação mais estreita entre o jornalista e o consumidor das notícias. Essa relação é marcada por uma intensa colaboração da sociedade na produção do conteúdo informativo.

Em meio a esse dinâmico panorama, onde meios novos e tradicionais coexistem, a demanda informacional do público é cada vez maior. O cidadão e a cidadã (audiência comunicativa, interativa) agora também participam de uma forma cada vez mais efetiva do processo jornalístico como coprodutores de notícias. Entenda-se aqui por coprodução

qualquer forma de atuação de não profissionais nos fazeres da notícia, seja por meio de interatividade, colaboração, participação comprometida com o bem comum, com a cidadania ou simplesmente a participação pela participação.

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, as empresas de comunicação ganham o público participativo como novo aliado.

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.

No telejornalismo regional e local a atuação do público é detectada de forma cada vez mais constante. Na TV Jornal, afiliada do SBT em Pernambuco, o *TV Jornal Meio-dia*, exibido no horário do almoço, tem como características, além de transmitir as principais notícias do dia, mostrar problemas da comunidade, fazendo denúncias e cobranças com a colaboração dos cidadãos. Por meio de redes sociais, telefonemas, e-mails, as pessoas entram em contato diretamente com os jornalistas e fazem suas sugestões e reclamações, enviam flagrantes de fatos noticiáveis, o que também é uma forma de contribuir com o fazer notícia e com as reconfigurações do telejornalismo.

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. 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.

TV Jornal Meio-dia: a coprodução de notícia no telejornalismo local

O estudo acerca da coprodução de notícias na TV não estaria completo sem um mergulho no cotidiano dos profissionais para entender de que forma a audiência ativa contribui para a construção da notícia televisiva. Buscamos perceber também em que medida o jornalista profissional usufrui dessa contribuição e qual sua postura diante das inovações no fazer telejornalismo.

Metodologia:

Além da revisão de literatura, o presente artigo conta com um trabalho de campo realizado no período de 23 a 31 de outubro de 2012, na redação da TV Jornal², afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) em Recife, Pernambuco. Nossa observação voltou-se para a rotina produtiva do *TV Jornal Meio-dia*, transmitido no horário do almoço para o Recife e a Região Metropolitana.

Guiados pelas abordagens do *Newsmaking* (produção da notícia), realizamos nossa pesquisa de campo utilizando como método de investigação a observação participante (CASETTI, CHIO, 1999, p.222-233). Nesse tipo de observação há espaço para a subjetividade do pesquisador, mas compreendendo a objetividade dos dados. Além da observação participante, lançamos mão de entrevistas semiestruturadas (THIOLLENT, 1982, p.79-99) e, assim, acompanhamos a atividade de editores de texto, chefia de reportagem e produtores analisando a atuação do jornalista profissional diante da participação do cidadão.

Resultados e discussão:

O *TV Jornal Meio-dia* é um noticiário televisivo local, da *TV Jornal*, afiliada do SBT em Pernambuco. Esse telejornal atinge a capital do estado e a região metropolitana e conta com uma equipe de profissionais em sua redação composta por um chefe de reportagem, uma editora-chefe, que também é a apresentadora, duas editoras de texto (que identificaremos aqui

2 A TV Jornal pertence ao Sistema Jornal do Comercio 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.

como *editora de texto 1* e *editora de texto 2*), dois produtores, dois estagiários assistentes de produção e três repórteres, além dos funcionários ligados à área técnica, operacional e administrativa. As notícias veiculadas no telejornal 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 tempo de produção do jornal, em média, é de 20 minutos só de notícias. O jornal vai ao ar de segunda à sexta às 11h50 e apresenta três blocos de notícias, separados por intervalos comerciais, e a abertura, com as manchetes das principais informações do noticiário.

A produção do *TV Jornal Meio-dia*, em qualquer dia útil da semana, inicia-se às 5h da manhã. 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 acontecimentos. Em relação aos critérios de noticiabilidade, percebemos durante nossa observação, que quando se fala em notícia de TV, a imagem se sobrepõe a vários outros valores-notícia. 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*, como, por exemplo, na reunião de pauta que acontece diariamente às 8h. O chefe de reportagem vai repassando o que já está sendo produzido pelas equipes que estão na rua e os produtores vão dando sugestões de pautas para serem realizadas ainda pela manhã. A cada sugestão, a editora-chefe pergunta: “*o que vai ter para mostrar, quais serão as imagens?*”. Dependendo da força da imagem, a sugestão de pauta é aceita e pode ser produzida para o dia seguinte ou até para o mesmo dia. Esse critério também vale para as sugestões de pautas e informações advindas do público, que por sinal, comprovamos que ocorrem de forma bastante significativa.

Logo no primeiro dia de observação, tivemos a impressão de que a audiência ativa 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 por telefone e pelas redes sociais. No dia 23, por exemplo, às 8h30, enquanto a equipe estava na reunião de pauta, o telefone da redação toca. Uma pessoa que passava de carro pelo bairro de

Boa Viagem, no Recife, informa que está havendo uma perseguição policial na Avenida Domingos Ferreira. Outras pessoas nas redes sociais espalham a mesma informação. A reunião é interrompida e providências começam a ser tomadas. Enquanto os produtores apuram, o chefe de reportagem manda a equipe que está mais próxima checar o que houve.

O complicado trânsito da manhã no Recife impede a equipe de reportagem de chegar a tempo. A repórter liga para a redação e informa que na localidade há várias testemunhas que confirmam o fato, mas nenhuma imagem da perseguição foi feita. O VT seria construído apenas com depoimentos das testemunhas. Sem imagens, a chefia avalia que não vale a pena fazer e manda a equipe retornar para a pauta que iria fazer antes. Nesse caso, a categoria de valor-notícia defendida por Vizeu (2007) que se refere à acessibilidade e disponibilidade de realização da matéria também foi decisiva para que o fato da perseguição policial em Boa Viagem não virasse notícia no *TV Jornal Meio-dia* do dia 23 de outubro. Além disso, percebemos que, mesmo com todo o auxílio da audiência ativa em informar aos jornalistas o que acontecia na rua no momento, o fato não foi noticiado na TV porque o cidadão não fez registros imagéticos.

Entretanto, em vários outros momentos da confecção do telejornal a colaboração do público foi imprescindível para que outros fatos fossem noticiados. Vale salientar que o público ajuda informando, registrando e enviando imagens, mas a notícia necessita da contextualização e das informações apuradas pelo jornalista profissional. Isso também pôde ser observado na nossa pesquisa de campo na redação do *TV Jornal Meio-dia*, quando um telespectador denunciou por telefone que os elevadores do Hospital das Clínicas no Recife estavam quebrados novamente. A informação chamou atenção dos jornalistas porque a problemática dos elevadores desse hospital já vinha sendo mostrada pela imprensa pernambucana. Após várias reportagens os elevadores antigos passaram por conserto e agora mais uma vez apresentavam defeito.

Chegando ao local, o repórter recebeu de um cidadão fotos feitas usando telefone celular. As imagens mostravam grande quantidade de lixo se acumulando e sendo transportado pelo elevador social. Um funcionário do hospital também disse ao repórter que cadáveres estavam sendo transportados em cadeiras de rodas durante a madrugada pelo

mesmo elevador. A chefia de reportagem e os editores acharam que a matéria valia, tanto pelas imagens, quanto pela relevância social e pelo número de pessoas que atinge: pacientes, médicos e funcionários. Assim o repórter foi autorizado a fechar o VT.

Entretanto, na edição da matéria, a *editora de texto 1* encontra dificuldades porque, apesar de haver as imagens fortes feitas pelo celular do telespectador, o repórter não colocou informações o bastante para contextualizar. De acordo com a *editora de texto 1*, esse jornalista não contextualizou como deveria. O problema dos elevadores do Hospital das Clínicas já vinha sendo bastante discutido no Recife, mas isso não foi ressaltado pelo repórter. Ele construiu a matéria como se fosse um fato novo, algo isolado, baseando-se apenas nas imagens do telespectador e na sonora de uma paciente. Faltaram informações por parte do jornalista profissional. O VT foi bastante questionado pelos editores e isso prova que só a participação do público não é suficiente. O fato deve estar contextualizado, explicado, interpretado. Só o material feito pelo cidadão não foi suficiente para compor uma boa matéria. Até o fechamento da edição, o VT dos elevadores era dúvida e só foi ao ar porque sobrou tempo no jornal.

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 e manda imagens por e-mail ou traz até a 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.

De acordo com a *editora de texto 2*, as imagens do público são usadas para viabilizar a notícia. Sem essas imagens, o fato não seria noticiado, mesmo que a redação tivesse todas as informações. Por isso, as imagens que o público manda, mesmo borradas ou com baixa qualidade, têm valor. Entretanto, as Notas Vivo não são apenas produto da colaboração do público. 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. Assim, em quase todos os dias de observação, por volta das 10h30, o espelho do jornal já havia mudado em função dos factuais e as equipes de reportagem já haviam sido deslocadas de suas pautas iniciais para os factuais que se transformariam em Notas Vivo.

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.

Assim, notamos 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.

Percebe-se que no *TV Jornal Meio-dia* os factuais são noticiados de forma rápida porque não há tempo para fazer um VT completo. Já as matérias de cunho comunitário são mostradas em reportagens mais elaboradas, em um quadro chamado *Proteste Meio-dia*. O quadro mostra problemas da comunidade denunciados pelos moradores e conta com a matéria mais longa do noticiário (o VT tem em média quatro minutos). Assim, em meio aos exemplos citados acima, percebemos que há espaço para a audiência ativa participar de várias formas da construção do *TV Jornal Meio-dia*. Seja contribuindo com imagens e/ou informações que compõe VT's completos; seja com colaborações que resultam em Notas Vivos; ou mesmo fazendo denúncias de problemas da comunidade que rendem reportagens maiores. Redes sociais, e-mails, telefonemas, contatos pessoais com produtores e repórteres, tudo isso são meios que o público, que está mais perto da notícia, utiliza para estar mais perto do jornalista.

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

A rotina produtiva do *TV Jornal Meio-dia* nos fez perceber que a coprodução por parte da audiência ativa se faz necessária principalmente quando o público registra e dissemina imagens de acontecimentos em lugares e/ou situações a que as equipes de reportagem não tiveram acesso. 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.

No *TV Jornal Meio-dia* o público auxilia tanto na construção das notícias produzidas rapidamente (Notas Vivo), quanto na construção das matérias mais longas que são as do quadro *Proteste Meio-dia*. Nesse caso, as matérias de caráter comunitário são feitas de forma mais elaborada, o VT é produzido, a situação do protesto é montada a pedido da produção para resultar em boas imagens. Já os factuais são produzidos na mesma manhã que o jornal vai ao ar quando há menos tempo para contextualizar, aprofundar e apurar melhor.

A opção por usar as imagens colaborativas, mesmo que seja em Notas Vivo está relacionada à força que o valor notícia da imagem tem para o telejornalismo. Esse critério de noticiabilidade aparece com mais força e por vezes se sobressai a outros critérios relacionados à relevância social e ao interesse público. Assim, se constata a ideia de Jost (2004) ao ressaltar a importância do que é visível para a televisão. Uma perseguição policial, em um dos bairros mais movimentados do Recife no período da manhã, com certeza engloba critérios que transformariam esse acontecimento em notícia, porém, como não possuía imagens, a equipe do *TV Jornal Meio-dia* optou por não fazer a matéria. Por outro lado, imagens fortes e assuntos relevantes nem sempre são garantia de boas reportagens, principalmente quando há falhas referentes à atuação do repórter.

Isso também foi constatado analisando o cotidiano do *TV Jornal Meio-dia*. O público colaborou informando e enviando imagens sobre o problema dos elevadores quebrados no Hospital das Clínicas, entretanto, os editores avaliaram a matéria como fraca. Apesar do

assunto e das imagens serem fortes, houve falhas referentes à atuação do repórter. Isso prova que a colaboração do cidadão, mesmo que necessária, não descarta o conhecimento e a postura adequada do profissional de jornalismo.

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. Entretanto, a participação de pessoas sem formação jornalística deve gerar uma relação de complementaridade e não de substituição ao trabalho do profissional. Para isso o jornalista deve ser guiado sempre pelo comprometimento com a ética e o interesse público, princípios norteadores da profissão.

Referências Bibliográficas

- ALSINA, R. La construcción de la noticia. 2ed. revista e ampliada. Barcelona: Paidós, 2005.
- BARKER, C. Televisión, globalización e identidades culturales. Buenos Aires: Paidós, 2003.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. A construção social da realidade. Petrópolis: Vozes, 2009.
- CASETTI, F, CHIO, F. di. Análisis de la televisión: instrumentos, métodos e prácticas de investigación. Barcelona : Paidós, 1999.
- COUTINHO, Iluska. Público e Identidade no Telejornalismo Brasileiro. In: Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo: USP e Sbpjor. 2009.
- _____. 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.
- JENKINS, H. A cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.
- JOST, François. Seis lições sobre televisão. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- MATTOS, Sérgio. História da Televisão Brasileira. Petrópolis: Vozes, 2010.
- 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.
- TRAQUINA, Nelson. A tribo jornalística: uma comunidade transnacional. Lisboa: Editorial Notícias, 2004.
- 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.
- WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. 8. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2003.

Este artigo e todo o conteúdo da **Estudos em Jornalismo e Mídia** estão disponíveis em <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/index>

Estudos em Jornalismo e Mídia está sob a [Licença Creative Commons](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)