

Artigo recebido em:

07.04.2019

Aprovado em:

21.06.2019

**Iluska Maria da Silva  
Coutinho**

Jornalista, professora  
PPGCOM-UFJF. Co-  
ordenadora do grupo  
de pesquisa Núcleo de  
Jornalismo e Audiovisual  
(NJA), afiliado à TELEJor  
- Rede de Pesquisadores  
em Telejornalismo.

E-mail: [iluska@gmail.com](mailto:iluska@gmail.com).

**Jhonatan Alves Pereira  
Mata**

Jornalista, doutor em  
Comunicação (UFRJ).  
Funcionário da UFJF  
e integrante do grupo  
de pesquisa Núcleo de  
Jornalismo e Audiovisual  
(NJA), afiliado à TELEJor  
- Rede de Pesquisadores  
em Telejornalismo.

E-mail: [jhonatanmata@yahoo.com.br](mailto:jhonatanmata@yahoo.com.br).

**Gustavo Teixeira de  
Faria Pereira**

Jornalista, Doutorando  
em Comunicação (UFJF).  
Integrante do grupo  
de pesquisa Núcleo de  
Jornalismo e Audiovisual  
(NJA), afiliado à TELEJor  
- Rede de Pesquisadores  
em Telejornalismo.

E-mail: [gustavo\\_tfp@yahoo.com.br](mailto:gustavo_tfp@yahoo.com.br).

Estudos em Jornalismo e Mídia  
Vol. 17 N° 1  
Janeiro a Junho de 2020  
ISSNe 1984-6924

# Democracia e qualidade no jornalismo audiovisual: diálogos TV-internet e o quinto poder

Iluska Maria da Silva Coutinho  
Jhonatan Alves Pereira Mata  
Gustavo Teixeira de Faria Pereira

## Resumo

Propostas como a da construção de muros físicos e discursivos e cerceamento das pessoas em relação aos fluxos de informações colocam em xeque os Estados Democráticos e a qualidade do Jornalismo na fiscalização dos poderes Legislativo, Executivo e Judiciário. Assim, o quinto estado, conceito proposto por Willian Dutton (2008), emerge a partir da Internet como fiscalizador da própria imprensa ou quarto poder, e sua atuação é tomada como mote para refletir sobre a qualidade do Jornalismo a partir dos fluxos na *web* e redes sociais. Para tanto, o texto aborda os conceitos de qualidade no telejornalismo, considerando seu papel de fortalecimento da democracia e dos diálogos estabelecidos entre os fluxos de TV e Internet como formas de (re)estabelecimento do lugar do Jornalismo, com narrativas mais plurais. O artigo buscar realizar uma análise comparada da integração dos conteúdos gerados por usuários nas produções telejornalísticas dos quatro principais canais de TV de Brasil e Espanha, privados e públicos, tomando seus websites como local de coleta, e inferência.

**Palavras-chave:** Qualidade no jornalismo. Quinto estado. Telas.

## Democracy and quality in audiovisual journalism: dialogues TV-internet and the fifth power

### Abstract

Proposals such as the construction of physical and discursive walls and the restriction of people in relation to information flows call into question the Democratic States and the quality of Journalism in the supervision of Legislative, Executive and Judicial branches. Thus, the fifth state, a concept proposed by Willian Dutton (2008), emerges from the Internet as an overseer of the press itself or fourth power, and its performance is taken as a motto to reflect on the quality of Journalism from the flows on the web and social networks. Therefore, the text addresses the concepts of quality in television journalism, considering its role of strengthening democracy and the dialogues established between TV and Internet flows as ways of (re)establishing the place of Journalism, with narratives plural. The article seeks to perform a comparative analysis of the integration of content generated by users in the television news productions of the four main TV channels of Brazil and Spain, private and public, taking their websites as a place of collection, and inference.

**Keywords:** Quality in journalism. Fifth State. Screens.

DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2020v17n1p20>

A complementaridade entre os meios de comunicação é atualmente realidade na Europa e América, e de forma específica no Brasil e na Espanha, países nos quais a televisão tem um papel destacado de atuação entre os meios e em suas relações com estes, e que servem de cenários para as reflexões desse artigo.

Atualmente o Brasil tem passado por um cenário de mudanças; a TV ainda ocupa um papel central e vive a fase final da implantação da transmissão de televisão digital, ao passo que o acesso e presença da internet tem crescido, apresentando-se como espaço diverso das mídias tradicionais e massivas, transformando também os modos de consumo de conteúdo.

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD) Contínua TIC 2016, feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a TV está presente em 70,4 milhões de lares brasileiros, o que representa um acesso de 97,2% da população.

Por outro lado, o acesso à rede mundial de computadores cresce a cada ano; os dados da PNAD Contínua TIC 2016 registravam que 69,3% dos domicílios tinham acesso à Internet, enquanto que em 2017 o índice era de 74,9% dos lares brasileiros, aumento que evidencia a ampliação do número de usuários do ambiente web no Brasil, ainda a televisão mantenha-se como mídia central.

Outro destaque é a importância dos celulares no consumo de conteúdos – 97% dos usuários de internet no Brasil utilizam a rede pelo celular – e o aumento de 44% no número de pessoas que acessam a rede mundial de computadores a partir de seus aparelho de TV, 16,3% dos brasileiros em 2017.

Na Espanha, de acordo com o resumo geral da *Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación* (AIMC), divulgado em maio de 2017<sup>1</sup> sobre o consumo de televisão este meio permanece como mídia mais consumida com 85,7% de penetração; a internet tem taxa de 74,4% e o rádio 59,3%. Os estudos do Centro de Investigações Sociológicas (2014) apontam que o principal meio de comunicação utilizado pelos espanhóis para se informarem é a televisão (56,8%)<sup>2</sup>.

Nesse cenário de consumo e acesso à mídia, por meio de celulares multimídias, câmeras, dentre outros aparatos, é possível para a população e/ou audiência registrar seu dia a dia e aquilo que se apresenta como extraordinário em seu cotidiano. Essa potencialidade ainda evidencia a chance de “interagir”, em menor ou maior grau com o conteúdo televisivo, sobretudo por meio de seus espaços de diálogo ou captação presentes na internet.

Aparentemente democrática ou libertadora, essa experiência participativa registra desigualdades na forma como os cidadãos manifestam seus modos de ouvir/dizer/ assistir. As produções do “jornalismo convencional” ou do “jornalismo participativo” podem ser vistas após a primeira exibição nos noticiários em uma tela de *smart TV*, em um *smartphone*, *tablet*, *notebook*, computador. Há ainda a possibilidades de nos sites das emissoras ter acesso à edição na íntegra de um determinado telejornal ou de assistir apenas a um quadro isolado.

Os sites de telejornais e emissoras na plataforma web também possibilitam ao usuário: visualizar conteúdos exclusivos produzidos; enviar e-mail às emissoras e autores dos áudios e vídeos; comentar e classificar as notícias; compartilhar produtos por meio de ferramentas da web 2.0.

Entretanto, antes que sucumbamos à ideia de que a interatividade em televisão é sinônimo de potencialização do acesso e à produção de informação, cabe ressaltar alguns aspectos importantes dos dois países analisados.

Em investigação sobre a produção amadora contemporânea no Brasil, Becker e Mata (2016) apontam que o incremento da participação das audiências nos noticiários televisivos não garante maior pluralidade às práticas do jornalismo audiovisual e nem sempre contribui para dinamizar o debate de temas relevantes para a sociedade e para a inventividade estética. De acordo com os autores não basta olhar para as intenções de quem produz os discursos, mas sim para o jogo que se dá entre os diferentes discursos em disputa.

<sup>1</sup>O documento toma como recorte o período de outubro de 2016 a maio de 2017.

<sup>2</sup>Nos lugares seguintes estão rádio (13,7%), os meios digitais (11,9%) e os meios impressos (9%).

Embora a TV encoraje a participação do público no espaço dos noticiários, ainda mantém um considerável controle sobre a produção amadora e sobre os conteúdos veiculados. Na Espanha, Masip e Suau (2015) evidenciam um cenário em que as páginas webs de emissoras de TV ainda têm pouca relevância, e as interações com a TV são limitadas a chamadas telefônicas (cada vez menos frequentes), mensagens de texto e agora por meio de redes sociais.

Nesse sentido, “televisão social”, entendida como aquela que convida o público à participação, está muito mais presente naqueles espaços audiovisuais caracterizados como de entretenimento, do que na oferta de conteúdos informativos.

*Enquanto que para a imprensa a informação é a principal razão de ser, para a televisão a informação é um conteúdo adicional, que tem de partilhar espaço com o entretenimento, a ficção ou os concursos, conteúdos muito mais atrativos para a audiência e, sobretudo, muito mais rentáveis para as emissoras de televisão. As páginas web das redes de televisão, com exceção das 7/24 de notícias foram, até há relativamente pouco tempo, grandes mostras/ repositórios de sua programação e dos seus programas estrela, relegando a informação à um segundo plano e, em geral, integrando-a ao entretenimento (MASIP; SUAU, 2015, p. 126).*

<sup>3</sup>De acordo com proposta de Masip e Suau (2015) há três possibilidades de interatividade, modelos de participação estabelecidos entre as empresas e os “jornalistas participativos”: seletiva, participativa e produtiva, elencadas aqui em ordem crescente de interação e aplicadas ao estudo dos sites elencados. O resultado integra a tese “O amador no audiovisual” (MATA, 2018).

Neste reordenamento de espaços e hábitos de leitura e produção de audiovisual, as “janelas da TV” estariam se abrindo, para além das possibilidades de acesso à pluralidade de “interatividades” por meio dos sites de televisão? Propõe-se nesse texto, analisar os debates sobre a qualidade do (tele)jornalismo a partir dos diálogos entre os campos de produção e consumo do jornalismo audiovisual, espaços multi-telas nessa fase ubíqua da televisão. Considera-se nesse sentido que os diálogos entre telejornal-público, quarto e quinto poder, seriam capazes de tensionar os processos de comunicação midiáticos, ampliando seu potencial democrático, o que por si se constituiria também em um vetor para o aumento de sua qualidade. Ressalta-se que esse ambiente dialógico e de trocas é potencializado pela banalização do uso de tecnologias de geração de conteúdos por não jornalistas permitiria ao usuário assumir diferentes papéis e teria reflexos nas suas interações<sup>3</sup> com a informação na TV.

## Qualidade no telejornalismo e o quinto poder

No imaginário popular, a questão da qualidade no Jornalismo está diretamente associada ao grau de confiança nele como poder fiscalizador, o que implica em exigências de boa apuração, de utilização de critérios de noticiabilidade capazes de evidenciar seu compromisso com o cidadão. Em termos acadêmicos o interesse pela temática é relativamente recente, sobretudo no que se refere ao telejornalismo, com publicações realizadas nessa interface somente nos últimos quinze anos: Becker (2005), Gomes (2006), Coutinho (2013), Oliveira Filho e Coutinho (2017).

Se o telejornalismo de qualidade era no início do século um conceito em construção, como propunha o título do texto de Becker (2005) a noção de qualidade na contemporaneidade é tensionada pelo debate acerca das *fake news*. Se as notícias são produto vinculado a um campo profissional, com seus processos técnicos e deontológicos, na contemporaneidade sua apreciação e (des)qualificação passam ao largo do Jornalismo como campo de conhecimento e prática. Na identificação e propagação das chamadas *fake news*, muitas vezes oferecidas em vídeo, a arbitragem em atividade nas redes sociais digitais não está necessariamente ancorada em critérios acadêmicos ou profissionais. Antes disso, evidencia o peso dos repertórios culturais de cada telespectador-avaliador na apreciação; nesses processos de circulação e curadoria, em meio às bolhas digitais, os parâmetros qualitativos para avaliação de uma notícia são substituídos por juízos de valor, quase sempre em uma perspectiva binária.

Em busca de uma síntese nas formas de (re)conhecimento da temática da qualidade em termos conceituais, buscaram-se referências na pesquisa bibliográfica de autores ibero-americanos, entre os quais haveria um território de partilha cultural, uma proximidade. Considera-se que esta última, capaz de contribuir para

os laços de pertencimento que potencializam a comunicação, seria por si um vetor qualitativo no (Tele)Jornalismo, e teria reflexos na percepção de sua qualidade.

Pinto e Marinho (2003) propõem a existência de três quadros de referências acerca do jornalismo de qualidade: a qualidade como uma característica da organização e do produto; a qualidade entendida enquanto serviço público e a qualidade vista como um investimento estratégico (PINTO; MARINHO, 2003).

A partir do modelo defendido pelos autores portugueses, a qualidade no jornalismo pode estar associada ao tipo de produto oferecido ao cidadão, com focos na qualidade estética, oferta de um serviço público e qualidade da informação, mas também diretamente relacionada ao lucro e às estratégias financeiras e de retorno de audiência. Em outras palavras, a qualidade no Jornalismo não seria um valor intrínseco à prática profissional, mas relacionado ao contexto produtivo e econômico.

Becker (2005) defende a construção conceitual do telejornalismo de qualidade, investimento que teria relevância evidenciada a partir do processo de globalização, também dos fluxos. O telejornalismo como parte do quarto poder se tornaria um ator importante para a produção de sentidos na atualidade: “Se os cidadãos não têm acesso à diversidade de opiniões e interpretações, o dilema da democracia não tem solução” (BECKER, 2005, p. 54). Para a autora, o telejornalismo de qualidade teria características como: produção de conteúdos de interesse público, espaço para conversação e oferta de programas que tenham como objetivo serem inovadores e diferentes tanto do ponto de vista temático, como da forma de construção da narrativa. A percepção do que seria conteúdo jornalístico de qualidade implicaria a observância de dez marcas da estrutura e da narrativa do telejornal<sup>4</sup>.

A análise seria realizada em duas etapas, com o estabelecimento de princípios de enunciação que buscariam dar conta da complexidade dos noticiários televisivos<sup>5</sup>. Por sua vez Gomes (2006) propõe uma análise inspirada nos estudos culturais e fílmicos, quando “os conceitos de gênero televisivo e de modo de endereçamento guiam o exame concreto do telejornalismo” (2006, p. 1); a avaliação ainda deveria considerar a relação do jornalismo audiovisual com as formas que ele assume em diferentes sociedades e momentos históricos.

A busca por parâmetros e procedimentos para avaliar a qualidade do Telejornalismo, e em especial de sua prática em emissoras públicas, é evidenciada por Coutinho (2013) e Oliveira Filho e Coutinho (2017). No primeiro caso há um investimento nas distinções entre qualidade e sucesso de audiência, associação que não deveria ser central em emissoras públicas de televisão, como a *TV Brasil*. O debate é retomado no artigo de Oliveira Filho e Coutinho (2017), quando a partir de pesquisa bibliográfica e de entrevistas com jornalistas da emissora, são propostos categorias e verificadores para aferir a qualidade do telejornalismo.

Com a construção de uma ficha de leitura, os autores buscavam aproximar os debates profissionais e acadêmicos das avaliações do cidadão comum, na medida em que consideravam o debate sobre a qualidade do telejornalismo um caminho para sua consolidação como instrumento de mais diversidade, pluralismo, cidadania<sup>6</sup>. Trata-se segundo os autores de democratizar nesse sentido não apenas a comunicação, mas também o debate sobre o telejornalismo de qualidade, ancorado em parâmetros (re)conhecidos como relevantes por pesquisadores e profissionais da área.

Seria, nesse caso, a partir da epistemologia do telejornalismo, que este deveria ter legitimidade (re)conhecida a partir da avaliação de sua qualidade pelos telespectadores-cidadãos. O compartilhamento de parâmetros de aferição da qualidade com o público, entendido nesse caso como destinatário do Jornalismo, em sua função social, ganha especial relevância quando se observa que o exercício do quarto poder ocorre por representação dos cidadãos, ainda que não ancorado pelo voto, como no caso de executivo e legislativo, ou por concurso público, como ocorre com o judiciário.

Se é em nome dos cidadãos que os jornalistas fiscalizam os três poderes e produzem cotidianamente os telejornais, seriam os telespectadores, em última análise, os garantidores da qualidade no telejornalismo. Esse tipo de escuta ou

<sup>4</sup>As marcas seriam: 1) a estrutura; 2) os blocos, sua construção e distribuição; 3) o ritmo; 4) os apresentadores; 5) os repórteres; 6) as matérias; 7) as entrevistas e os depoimentos; 8) campos temáticos/ editoriais; 9) credibilidade; 10) recursos gráficos e cenários (BECKER, 2005, p. 58).

<sup>5</sup>Relaxação, ubiquidade, imediatismo, neutralidade, objetividade, fragmentação, timing, comercialização, definição de identidade e de valores, dramatização e espetacularização são os princípios de enunciação apontados pela autora.

<sup>6</sup>As categorias elencadas na ficha de leitura são: veracidade da informação/apuração; contextualização; pluralidade/ diversidade/ regionalismo; educação/ serviço/ autonomia; participação e inclusão; ética e imparcialidade; técnica (OLIVEIRA FILHO; COUTINHO, 2017, p. 70).

interação seria potencializado com a ampliação dos diálogos entre TV e Internet, sobretudo via diferentes redes sociais digitais.

Em uma esfera pública não apenas midiaticizada, no sentido impresso por Wolton (2004), mas digital e convergente, a atuação do quarto poder seria tensionada pela emergência do que Dutton (2009) define como quinto estado, ou poder. O autor considera a ação desse poder no ambiente web, não massivo, mas no qual a comunicação ocorreria de forma direcionada, demandando interação e escolhas por parte do cidadão.

Em lugar do interesse público, e social que caracteriza a busca de informação jornalística (quarto poder), o quinto Estado seria especialmente ancorado na informação individualizada e sob demanda. Para Dutton e Dubois (2015) esse poder refere-se às “formas pelas quais a Internet está sendo usada para aumentar o número de pessoas para fazer redes de contatos com outros indivíduos e com informações, serviços e recursos técnicos de forma a apoiar a responsabilidade social” (DUTTON; DUBOIS, 2015, p. 52, tradução dos autores)<sup>7</sup>, bem como fiscalizar a responsabilidade social de muitos setores, incluindo governo, política e mídia.

A partir de então, quarto e quinto poder entrariam muitas vezes em colisão ou tensionamento. Em função das particularidades da Internet, que permite divulgação de conteúdo de forma mais descentralizada, com menor controle e com maior interação/ interferência do usuário, este se torna potencialmente também produtor e reproduzidor de conteúdos, em curtidas, comentários, compartilhamentos; pode ainda desenvolver seu próprio espaço de fala por meio de blogs, sites e mesmo canais de jornalismo audiovisual, em fluxos que se realizam em redes sociais digitais e por meio da web como um todo.

*Youtubers*, *blogueiros* etc. se apresentam como uma alternativa à mídia hegemônica, em termos de conteúdo e mesmo de linguagem. Nesse sentido, parte desses novos formatos e estratégias de linguagens do ambiente em rede são inclusive apropriados pela mídia massiva, “viralizando” suas práticas e experiências. Na reflexão acerca da qualidade no jornalismo audiovisual ganham especial relevância os debates que ocorrem na Internet sobre o telejornalismo e o que se (re)conhece como notícia na perspectiva dos cidadãos.

Nas redes, e por meio de alguns de seus personagens, a qualidade da mídia e do jornalismo, e sua importância para a sociedade são colocadas em questão, em diferentes cenários. Se nos Estados Unidos a mídia foi em 2018 intitulada por Donald Trump em um tuíte como *fake news* e “inimiga do povo americano”<sup>8</sup>, no Brasil os ataques ao (tele)jornalismo também se intensificaram durante as últimas eleições presidenciais.

Assim, considerando segundo Dutton e Dubois (2015) a potencialidade do quinto Estado para a oferta de novas opções para a prática da política, já que por meio do fluxo das redes, governo e mídia prestariam mais atenção às demandas da população, parece importante perceber esse espaço e atuação também como possibilidade para ampliar o debate sobre a temática da qualidade do telejornalismo, sobretudo (re)conhecendo as tentativas contemporâneas deste de se aproximar do público, com convocação à participação e envio de vídeos, por exemplo.

De acordo com os autores o quinto estado seria capaz de aproximar os poderes constituídos, incluindo a mídia, dos cidadãos.

*Membros do quinto estado se informam de forma independente e se conectam entre si em caminhos que realçam esses poderes da comunicação face a face, como com o governo. Apesar do potencial empoderamento, o foco no papel dos cidadãos em rede do quinto estado, raramente essa proposta tem sido a abordagem dos estudos nas escolas de política digital ou na prática da introdução de ferramentas digitais para a política (DUTTON; DUBOIS, 2015, p. 51, tradução dos autores)*<sup>9</sup>.

Se consideramos que o telejornalismo, como parte do quarto poder, atuaria junto aos outros veículos noticiosos como guardião da democracia, é importante pensar nas eventuais contribuições do quinto estado para a melhoria de sua qualidade.

<sup>7</sup>“ways in which the Internet is being used to increase the number of people to network with other individuals and with information, services and technical resources in ways that support social responsibility through many sectors” (DUTTON; DUBOIS, 2015, p. 52).

<sup>8</sup>De acordo com Denise Chrispim Marin e Flávia Tavares em artigo publicado pela revista *Época* (12/01/2018), Trump teria dirigido sua artilharia inicialmente contra o @nytimes, @NBCNews, @ABC, @CBS, @CNN, um jornal impresso e quatro emissoras de televisão. Ao atacar o telejornalismo nas redes sociais digitais, o presidente dos Estados Unidos estaria sequestrando os fatos e os travestindo de fake news, uma estratégia usual de políticos demagogos. Disponível em <https://epoca.globo.com/mundo/noticia/2018/01/como-trump-sequestrou-os-fatos-e-os-travestiu-de-fake-news.html>. Acesso: 06 jul. 2019.

<sup>9</sup>Members of the fifth state report independently and connect with each other in ways that enhance these powers of face-to-face communication, as with the government. Despite the potential empowerment, the focus on the role of citizens in the Fifth State network, this proposal has rarely been the approach of studies in digital policy schools or in the practice of introducing digital tools for politics (DUTTON; DUBOIS, 2015, p. 51).

Para Dutton (2015), além de aproximar poderes e cidadãos, a Internet poderia se constituir em espaço de participação efetiva na política (e eventualmente na política editorial dos telejornais, propomos adicionalmente). O autor propõe seis potenciais formas efetivas de atuação do Quinto Estado nas redes: buscas, criação individual de conteúdos, capacidade de estabelecer contatos, vazamento de informações que podem ser acessíveis online, inteligência coletiva e observação coletiva.

Da existência de potencialidades ao seu exercício efetivo, merece destaque um diálogo estabelecido entre mídia e cidadãos, TV e web. Ainda que todo cidadão fosse potencialmente capaz de produzir seu próprio conteúdo, a transposição e apropriação dessa produção pelos meios de comunicação de massa e sua presença também no ambiente em rede, pode oferecer ao telejornalismo um certo protagonismo nesse ambiente digital, conforme análise apresentada a seguir.

### Experiências de telejornalismo participativo

Como forma de refletir sobre os diálogos entre quarto e quinto poder, colocando em diálogo telejornalismo e público, apresenta-se de forma sintética os resultados de uma análise qualitativa de quatro websites de jornalismo televisivo, dois deles do Brasil<sup>10</sup> e dois da Espanha<sup>11</sup>. A perspectiva é oferecer um mapeamento, ainda que preliminar dos níveis e possibilidades de participação oferecidos por estes, e que potencializariam a qualidade do telejornalismo por meio do maior pluralismo possibilitado em ambiente convergente.

A análise dos sites foi realizada tomando como período de recorte e avaliação qualitativa o mês de junho de 2017. Cada canal/site foi analisado tendo-se como base três mecanismos de participação elencados por Suau e Masip (2014). Para tipificar as ferramentas de análise, os autores utilizaram o conceito de interatividade (SCHULTZ, 1999; MASSEY; LEVY, 1999; JENSEN, 1998).

A partir desta noção, surgem três grupos de “funcionalidades ou serviços interativos” que constituíram a base de análise de participação empreendida. 1: Interatividade seletiva – que inclui elementos de personalização, adaptando o conteúdo disponibilizado de acordo com suas preferências. Registro, alertas de e-mail e *feeds* RSS<sup>12</sup> são exemplos desta interação. 2: Interatividade participativa – este tipo de interatividade ocorre no contexto de um usuário-usuário ou relação profissional-usuário. Trata da interação possibilitada por parâmetros previamente estabelecidos pelo site e resulta em contribuições na forma de um comentário ou qualquer outra entrada que não envolve a atividade criativa genuinamente concebida pelo usuário. Dentro deste tipo de interatividade podemos destacar mecanismos como ferramentas de avaliação e partilha, ou comentários sobre as notícias. 3: Por fim, um terceiro grupo de recursos interativos classificados como “interação produtiva”, marcada pela produção de conteúdo original por parte do usuário. Publicação, esforço criativo e criação de fora de rotinas e práticas profissionais são as características fundamentais desta faixa, que inclui seis opções de interatividade: o envio de histórias, fotografias, imagens em movimento, áudio, perguntas para entrevistas e *blogs*.

Na perspectiva anteriormente apresentada, de que o telejornalismo de maior qualidade seria aquele com mais próximo do público, o que potencializaria seu lugar de ator democrático, tomamos as formas e possibilidades de interação descritas como indicadores para a análise dos sites eleitos como corpus da pesquisa. Essas informações foram coletadas e classificadas de maneira binária (sim ou não, oferecido ou não oferecido).

Como questões orientadoras da análise destacamos a busca por compreender se a produção participativa nos noticiários brasileiros e espanhóis atuaria como elemento agregador de qualidade aos telejornais e como forma de reconfiguração da agenda pública. Em que medida a ação dessas audiências, como expressão do quinto estado ou poder poderiam aferir ou ampliar a qualidade do telejornalismo, entendido também de forma expandida, como o jornalismo para telas, de TV, computadores, *smartphones*? Por se tratar de estudo de viés comparativo buscou-se evidenciar

<sup>10</sup>G1, vinculado à Rede Globo, emissora que produz e veicula o telejornal mais longo e de maior audiência da televisão brasileira, o Jornal Nacional e TV Brasil, emissora pública que produz o Repórter Brasil como principal telejornal da emissora, veiculado diariamente em duas edições. Disponível em: <<http://g1.globo.com/>>. Acesso em: 03 abr. 2019 e Disponível em: <<http://tvbrasil.etc.com.br/reporterbrasil#>>. Acesso em: 03 abr. 2019.

<sup>11</sup>RTVE, o primeiro website é da Corporação de Rádio e Televisão Espanhola (RTVE); criada em 2010 é uma empresa estatal que organiza a gestão indireta do público de rádio e televisão na Espanha. A empresa divide seus serviços de televisão e rádio em duas subsidiárias: Televisão Espanhola (TVE) para audiovisual e a Rádio Nacional de Espanha (RNE) para o rádio. O segundo website é vinculado à Telecinco, um canal de TV aberta de caráter privado constituído em 1989 na Espanha; operado por Mediaset España Comunicación que em janeiro de 2011 passou a administrar um total de seis canais de televisão gratuitos – Cuatro, Factoria de Ficción, Boing, Divinity e Energy, tornando-se a maior empresa de mídia daquele país por quota de audiência. Disponível em: <<http://www.rtve.es/noticias/>>. Acesso em 04 abr. 2019 e Disponível em: <<http://www.telecinco.es/informativos/>>. Acesso em: 04 abr. 2019.

<sup>12</sup>Os programas conhecidos como RSS podem ser entendidos como “leitores de feed de notícias”, de notícias

na amostra de pesquisa semelhanças e diferenças nas formas de participação de cidadãos brasileiros e espanhóis no ambiente midiático, se haveria aproximações ou distanciamentos nos modos de atuação das audiências dos dois países.

Uma varredura detalhada nos quatro sites de jornalismo do Brasil e da Espanha (1 – RTVE, 2 – TV Brasil, 3 – TeleCinco, 4 – Rede Globo/G1) permitiu-nos, ainda que de maneira segmentada, estabelecer aspectos e reflexões significativos sobre os tipos de participação no jornalismo contemporâneo, ainda que considerando-se o recorte empírico e a amostra temporal anteriormente descrita.

Nesse sentido, ficou nítida a predominância do tipo de participação classificado como “interatividade seletiva” (tabela 1), que Masip e Suau (2014, p. 676) apontam como sendo a forma menos potente de participação. Nas quatro amostras analisadas, os itens que integram esta categoria – registro do usuário, feeds RSS, sessão de participação e possibilidade de contato via e-mail com os respectivos sites – se mostraram presentes.

Nesta categoria, a TV Brasil (EBC/Repórter Brasil), canal público nacional revelou-se como a emissora com maior oferta de formas de contato do público para com a empresa, por meio da Ouvidoria EBC e ainda de diversos setores da Empresa Brasil de Comunicação<sup>13</sup>. No site, o público visualiza, para além de e-mail, Twitter, telefone e endereço da Ouvidoria, nome e contato telefônico de 16 funcionários da EBC, como os de seu diretor-presidente, consultor jurídico, diretor de jornalismo, superintendentes regionais, gerentes executivos, dentre outros.

Ainda são disponibilizados telefone, fax e endereço das sedes da EBC, localizadas em quatro capitais brasileiras: São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e São Luís. A Ouvidoria é caracterizada pela empresa no site como sendo “a sua porta de entrada na EBC”. É o principal canal de contato com a empresa, já que é por meio dela que o público pode preencher um formulário e encaminhar sugestões, críticas.

Nos outros três sites de noticiários analisados, o contato é estabelecido exclusivamente por uma página semelhante à da Ouvidoria, em que o usuário preenche informações pessoais e encaminha suas propostas e solicitações às empresas. Assim, é o usuário quem fornece seu e-mail para ser posteriormente contactado pelo canal – e não o contrário.

Classificada como um nível “intermediário de participação”, a “interatividade participativa” (tabela 2) figura de maneira mais pulverizada no recorte proposto. As ferramentas 2.0 para compartilhar itens e a pesquisa por termos múltiplos, onde o usuário pode buscar por assuntos e palavras-chave, estão presentes em 100% do recorte. Num cenário contemporâneo de participação, temos hoje a “Hipertelevisão”, com maior aproximação com o público, interatividade e programação extensa. Nesta etapa de desenvolvimento da TV, o próprio meio é cada vez mais referido como notícia em suas transmissões.

A experiência “hipertextual” da TV, apontada por Scolari (2009), é relevante por esboçar um cenário em que a televisão precisa ser pensada e investigada em diálogo com as outras mídias, mais do que ter uma nova etapa de seu desenvolvimento datada. A televisão da última década aparece, nesse contexto, de acordo com Scolari (2009, p.194), “em conjunto com um novo tipo de consumidor de mídia: o transmidiático”, lendo um conteúdo por TV, Internet, videogames, quadros, dentre outros. Os modos de fazer televisão, seus gêneros e formatos passam a ser não apenas consumidos como também analisados quanto à sua qualidade e relevância e apropriados pelo público de maneira mais imediata, um potencial integrante do chamado “jornalismo participativo”.

Ressalta-se, contudo, que, no caso de nossa amostra, os níveis e a própria legitimidade desta colaboração ainda são restritos, se levarmos em conta a predominância da interatividade seletiva, em que os meios continuam exercendo forte controle sobre as formas de interação. No quesito “possibilidades de compartilhamento de material” (forma de gerar visitas), a RTVE apresenta o maior número de possibilidades, permitindo ao usuário divulgar o material da Rede pública no Facebook, Twitter, Menéami, Tuenti, LinkedIn, por e-mail, Google Plus e ainda guardá-lo na

RSS” ou “agregadores de notícias”. Estes programas permitem aos usuários da internet se inscreverem em sites específicos que disponibilizam este programa, para receberem notícias à medida que as mesmas são atualizadas. Geralmente portais ou blogs que têm atualizações frequentes de notícias, artigos ou publicações, disponibilizam esta ferramenta para que seus leitores sejam frequentemente informados dos novos conteúdos. Tendo um feed RSS o leitor se beneficia, pois pode ter todas as notícias dos sites e blogs de seu interesse agregados em seu feed (ou canal RSS). O programa de feed RSS gera um arquivo aos leitores onde aparecem informações da página (notícias de um site ou posts em um blog) como o título, o endereço da página ou notícia, descrição da notícia ou publicação, data, autor e demais informações relevantes. Disponível em: <https://www.emailmanager.com/br/blog/1/1458/o-que-e-feed-rs-s-e-como-funciona-e-o-feed-rss-por-email.html>. Acesso em: 02 abr. 2019.

<sup>13</sup>Constituída em 2007, no segundo mandato presidencial de Lula, a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) tem o objetivo de gerir veículos de comunicação pública. Entre eles estariam TV Brasil, TV Brasil Internacional, Rádios EBC (Rádio Nacional do Rio de Janeiro, Rádio Nacional AM e FM de Brasília, Rádio Nacional da Amazônia e Rádio Nacional do Alto Solimões, Rádios MEC AM e FM do Rio de Janeiro e Rádio MEC AM de Brasília), Agência Brasil, Radioagência Nacional e Portal EBC. A extinção da EBC – que ainda tem

um ramo de serviços que produz a TV NBR e A Voz do Brasil – foi uma das promessas de campanha do presidente Jair Bolsonaro, reafirmada em entrevista com o apresentador Danilo Gentili (SBT).

lista de preferências do canal. Já a *Rede Globo* se revela como o site que oferta mais possibilidades de interação nesta categoria, ofertando sete das dez opções ao usuário. As demais empresas oferecem quatro possibilidades cada, ou seja, operam com 40% da capacidade de interatividade participativa total.

Este momento da análise foi fundamental para que percebêssemos que a interatividade participativa pauta-se prioritariamente no objetivo de divulgar, compartilhar, nas mais diversas plataformas, o material produzido pelas emissoras, ou buscar por termos de interesse, deixando em último plano qualquer possibilidade de julgamento, por parte do usuário, daquilo que é disponibilizado.

As opções de comentar não estão presentes nos dois meios públicos. Os comentários poderiam ser interpretados como uma forma de potencializar a democracia. No caso da *RTVE*, essa interdição tem sua base no temor de que, num meio público, se possam lançar comentários inapropriados e não se mantenha a imparcialidade ideológica que se supõe fundamental nesse tipo de mídia. Diversas investigações anteriores destacam essa perspectiva menos inclusiva e a falta de respeito nos comentários, em particular nos meios ideologicamente polarizados (Ruiz *et al*, 2011).

Nos websites analisados, o foco percebido está concentrado na capacidade de repercutir a página, fomentando tráfego e visibilidade ao mesmo tempo que se evitam as opções de interatividade produtiva. No caso da TV pública brasileira, foi possível identificar que a diminuição de espaços de participação teve relação com o *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff, conforme de análises realizadas por pesquisadores no âmbito do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (COUTINHO; FALCÃO; ALMEIDA, 2018, p. 167).

fato resultou em fechamento de diversos espaços de participação pública neste canal, tornando a *EBC* uma empresa “do governo” Michel Temer, contrariando os princípios de uma emissora de caráter público, propósitos anunciados quando da criação da *TV Brasil*. Esse entendimento contraria o que estabelece o capítulo da Constituição Brasileira que trata da comunicação, e que estabelece a existência e complementariedade entre três formas de radiodifusão: comercial, pública e estatal. A primeira teria compromissos com o mercado, a segunda com o cidadão e sociedade e a última com os poderes de estado ao qual se vinculariam.

Em diálogo com a proposta de que a participação do cidadão no telejornalismo seria uma forma de aferir e agregar a este qualidade há um instrumento que julgamos essencial para potencializar essa ação. Intitulado nos termos desse texto como “ferramenta de avaliação de notícias”, ele permitiria ao público avaliar de forma pública a produção, expressando sua percepção da qualidade. Tal recurso só esteve presente nas plataformas da *Rede Globo* e da *RTVE*. Ainda assim, essa potencialidade é subutilizada, já que o internauta pode somente avaliar como bons ou ruins os comentários feitos a respeito da notícia – e não a notícia em si. Ou seja, os usuários interagem entre si por meio de avaliações dos comentários, entretanto não têm a opção de avaliar o conteúdo que gerou os comentários.

Na *RTVE*, as críticas feitas às notícias se dão por meio de formulário e não são expostas em conjunto com o produto. Assim, não consideramos o recurso, nesta emissora, como sendo uma ferramenta de avaliação da notícia, já que não fica visível ao público. Nasce e morre num contato de interatividade seletiva com a mesma. Fóruns e contatos com o autor da notícia também não foram detectados na amostra.

A interatividade produtiva (categoria 3, tabela 3) esteve presente em metade da amostra, nos websites de *Rede Globo* e *RTVE*. Dessa forma, os não-jornalistas são convocados, em espaço específico, a enviar histórias, fotografias, vídeos, questões dos leitores.

A *RTVE* disponibilizou todas estas opções, enquanto a *Rede Globo* se interessa especificamente pelo envio de fotos e vídeos dos usuários. Há, inclusive, um espaço na área de envio que “ensina” os interessados pelo envio de foto e vídeo, por meio de oferta de dicas de iluminação, apuração, redação de roteiro.

Entretanto, nos dois casos positivos de interação produtiva, ressaltamos, detectou-se a possibilidade de envio de material por parte de um usuário-colaborador, bem



como normas éticas e estéticas para envio de material. Não foi possível identificar sua real veiculação nos respectivos sites, já que não foram encontrados espaços em que vídeos, áudios ou textos dos leitores fossem disponibilizados, à exceção de um único caso, da *RTVE* (mas que não integra a seção notícias e sim um espaço denominado *encuentros digitales en RTVE.es*), em que usuários podem enviar perguntas prévias a um entrevistado e que depois são disponibilizadas em <http://encuentrosdigitales.rtve.es/>.

Há inclusive, uma espécie de “paradoxo-interativo” disponibilizado pelo site da *Rede Globo*, intitulado “*Doutora Ana responde*”. De início, principalmente em função do título do espaço, pensamos ser essa a única possibilidade de entrevista, por parte do público, na emissora trazendo suas questões para o canal.

No entanto, ao visualizar o vídeo, percebemos que a Doutora Ana é quem realiza as próprias perguntas e oferta as respostas, numa espécie de monólogo. Foi possível perceber, ainda, a extinção, em 2014, de duas possibilidades de interatividade produtiva existentes nos dois canais do Brasil, os quadros colaborativos “*Outro Olhar*” (*TV Brasil*) e “*Parceiro do RJ*” (*Rede Globo*).

## Conclusões

Se a pesquisa nos permite visualizar que é nítida a existência de espaço potencial e discursivo nos websites telejornalísticos analisados, por outro o protagonismo do cidadão como ator a aferir/ agregar a qualidade ao jornalismo audiovisual ainda é utópico, considerando as três categorias de interação elencadas. Se nas produções colaborativas o público seria também produtor, no recorte analisado o não-jornalista ainda aparece na função de figurante neste processo.

As formas de avaliação e participação são semelhantes àquelas oferecidas por outros sites jornalísticos, ficando a interatividade em termos propriamente audiovisual como utopia a ser conquistada. Tais produções audiovisuais poderiam eventualmente (re)circular em ambientes digitais diversos, embora tal potencialidade não tenha sido objeto do estudo realizado. Em lugar disso, as interações percebidas são desvinculadas da lógica propriamente audiovisual, o que acaba por limitar seu impacto como elemento distintivo de qualidade.

Os produtos – reconhecidos como colaborativos ou amadores – carecem do aval dessas emissoras para serem exibidos e são editados com o tempo e espaço por elas concedidos no fluxo da narrativa e nos blocos de telejornais e de outras produções de gêneros discursivos distintos. A presença de uma ferramenta que permite que os usuários opinem sobre comentários de outros usuário, bem como a ausência de outro dispositivo que possibilite a avaliação dos produtos das próprias empresas de comunicação também são sintomáticos de um sistema que fantasia o monólogo de diálogo.

A inexistência de simetria quanto às formas de avaliação nesse sentido impediria a efetiva aproximação dos cidadãos do campo profissional do telejornalismo, e não seria capaz de ampliar sua qualidade e legitimidade ao inserir-se em narrativas que assim se apresentariam de forma mais plural e diversa. Em lugar disso, a ausência de abertura para fluxos outros mais cidadãos e dialógicos pode estimular o tom conflituoso assumido e estimulado por ocupantes de outros poderes, como forma de atacar a credibilidade da qualidade do jornalismo.

Na perspectiva comparativa entre as formas de participação dos cidadãos no ambiente midiático de Brasil e na Espanha, observamos que no país de língua portuguesa essa participação se dá muito mais na perspectiva do envio de material em vídeo e áudio que contribuam para os telejornais, enquanto nos telejornais espanhóis ela ocorre pelo compartilhamento de conteúdos televisivos na Internet, via redes sociais. Nos dois casos, ainda é necessária melhor exploração dos recursos de interatividade produtiva, que tornem o telejornal mais próximo do seu público e permitem maior participação.

Quanto às aproximações e distanciamentos nas formas de atuação da mídia, observamos que tanto os telejornais do Brasil quanto da Espanha buscam aproximar

o público de seus conteúdos; a Internet é utilizada como um espaço de interação. Nesse aspecto os telejornais espanhóis conseguem explorar melhor os recursos do ambiente web, potencializando a participação e a interação de sua audiência através da possibilidade de curtidas, comentários e compartilhamentos dos conteúdos. Ganha destaque a oferta da opção do usuário guardar ou salvar os materiais do telejornal para assisti-los em outro momento, permitindo uma maior criação de laços com o público, em tempos distintos e ampliados em relação ao fluxo televisivo.

Se no estudo realizado percebemos limitações quanto às formas de participação do público e mesmo de suas experiências audiovisuais, as conclusões preliminares são de que a atuação do quinto estado ainda tem baixo impacto sobre o incremento da qualidade do telejornalismo. Apesar de serem inegáveis as evidências de que há um tensionamento em curso, a efetiva construção de um telejornalismo com mais diálogo e qualidade ainda é no presente uma virtualidade.

O desafio contemporâneo do telejornalismo, entendido como prática profissional e forma de conhecimento, estaria assim em tornar real e não simulada não as notícias, mas a reflexão sobre suas práticas de produção, erros e acertos na busca por atuar como vista e ouvidos dos espectadores, como guardião da democracia. Para isso é cada vez mais necessário ampliar não a capacidade de emissão em diferentes suportes, mas de escuta efetiva.

---

## Referências

BECKER, Beatriz. Telejornalismo de Qualidade: um conceito em construção. **Revista Galáxia**, São Paulo, nº 10, 2005.

BECKER, Beatriz; MATA, Jhonatan. Produção colaborativa no telejornalismo: um outro olhar para os vídeos amadores na tevê pública brasileira. *In*: SANTOS, Nádia Maria Weber; MORAES, Ana Luiza Coiro (Orgs). **TVs públicas: memórias de arquivos audiovisuais**. São Leopoldo: Oikos, 2016.

CIS Barómetro de marzo, 2013. Disponível em: [http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2980\\_2999/2981/Es2981.pdf](http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2980_2999/2981/Es2981.pdf) Acessado em : 23 abril. 2020.

COUTINHO, Iluska (Org.). **A informação na TV pública**. Florianópolis: Insular, 2013.

COUTINHO, Iluska; FALCÃO; Luiz Felipe; ALMEIDA, Pedro Ivo Nunes. Faça o que eu digo mas não faça o que eu faço: a Comunicação Pública anunciada pela TV Brasil e perspectiva pós-dissolução do Conselho Curador da EBC. **Comunicação & Sociedade**, v. 40 n. 3, 2018, p. 157-194. Disponível em <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/7746/6531>. Acesso em: 19 jun. 2019.

CORREIA, João Carlos. Ubiquidade: a próxima revolução televisiva. *In*: SÁ, Sônia; SERRA, Paulo; SOUZA FILHO, Washington (Orgs). **A televisão ubíqua**. Covilhã: Livros Labcom, 2015.

DUTTON, Willian H. Through the Network (of Networks) – the Fifth Estate. **Journal Prometheus- Critical Studies in Innovation**, v. 27, n. 1, 2009. Disponível em: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1134502](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1134502). Acesso em: 25 abr. 2019.

DUTTON, Willian H.; DUBOIS, Elisabeth. The Fifth Estate: a rising force of pluralistic accountability. **Handbook of Digital Politics**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2015. [https://books.google.com.br/books?hl=p-t-BR&lr=&id=eN4WCQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA51&dq=fifth+estate&ots=R2jZ-vr5G5b&sig=iT\\_GXkmKkhWlzRIaTFt8Js9OjBc#v=onepage&q=fifth%20estate&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=p-t-BR&lr=&id=eN4WCQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA51&dq=fifth+estate&ots=R2jZ-vr5G5b&sig=iT_GXkmKkhWlzRIaTFt8Js9OjBc#v=onepage&q=fifth%20estate&f=false). Acesso: 24 abr. 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable Media**. New York: New York University Press, 2013

GOMES, Itania Maria Mota. Telejornalismo de qualidade: pressupostos teórico-metodológicos para análise. **E-Compós**, v. 6 (2006). Disponível em: <<http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/80>>. Acesso: 30 mar. 2019.

JENSEN, Jens F. Interactivity. Tracking a New Concept in Media and Communication Studies. **Nordicom Review**, v. 19, n. 1, p. 185–204, 1998.

MASSEY, Brian; LEVY, Mark R. Interactivity, Online Journalism, and English-Language Web Newspapers in Asia. **Journalism & Mass Media Quarterly**, v. 76, n. 1, p. 138–152. 1999.

MASIP, Pere et al. Audiencias activas y periodismo: ciudadanos implicados o consumidores motivados? **Brazilian Journalism Research**, v. 1, n. 1, p. 240-261, 2015. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/795/628>. Acesso em: 27 abr. 2019.

MASIP, Pere. Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiências. **El profesional de la informacion**, v. 25, n. 3, p. 323-330, 2016.

MASIP, Pere; UAU, Jaume. Informação e participação na era da televisão ubíqua. *In*: SERRA, Paulo; SÁ, Sônia; SOUZA FILHO, Washington (Orgs.). **A televisão**. Coviilhã: UBI, LabCom.IFP, Livros LabCom. 2015.

MATA, Jhonatan. **Um telejornal pra chamar de seu**: identidade, representação e inserção popular no telejornalismo em Juiz de Fora. Florianópolis: Insular, 2013.

OLIVEIRA FILHO, José Tarcísio; COUTINHO, Iluska. Qualidade no Telejornalismo Público: uma proposta de método de avaliação para jornalistas e cidadãos. **Estudos de Jornalismo e Mídia**, v. 4, n. 1, 2017. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n1p63/35054>. Acesso: 02 mar. 2019.

PINTO, Manuel; MARINHO, Sandra. A qualidade em jornalismo: problematização e operacionalização do conceito. *In*: **Anais do I Congresso Luso-Brasileiro de Estudos Jornalísticos e II Congresso Luso-Galego de Estudos Jornalísticos**, Porto, 2003.

SCHULTZ, Tanjev. Interactivity Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 5, n. 1, 1999. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/schultz.html>. Acesso em: 30 abr. 2019.

SCOLARI, Carlos Alberto. Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad en la television contemporánea. *In*: SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Orgs.). **Televisão digital**: desafios para a comunicação. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SUAU, Jaime e MASIP, Pere. Exploring Participatory Journalism in Mediterranean Countries, **Journalism Practice**, v. 8, n. 6, p. 670-687, 2014.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: UnB, 2004.