

WhatsApp e telejornalismo participativo: das rotinas produtivas ao relacionamento com o telespectador¹

Elaine de Lima Castro Garau²
Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

Resumo

O artigo traz uma reflexão sobre a utilização do aplicativo para envio de mensagens instantâneas WhatsApp no telejornalismo, especificamente na redação do Tribuna Notícias 1ª Edição, telejornal da TV Tribuna, emissora afiliada ao Sistema Brasileiro de Televisão no Espírito Santo. Defende-se, após observação participante, realização de diário de campo e de entrevistas semi-estruturadas, que o uso do aplicativo tem provocado transformações nas rotinas produtivas dos profissionais que participam da elaboração do telejornal e também na relação entre os jornalistas e os telespectadores.

Palavras-chave: Telejornalismo; WhatsApp; Rotinas produtivas; Tribuna Notícias ES

Introdução

O uso do aplicativo WhatsApp, que permite a troca de mensagens instantâneas entre celulares, teve início na redação do Tribuna Notícias 1ª Edição em abril de 2015, trazendo uma série de transformações. Essas mudanças podem ser observadas não só nas reportagens que são divulgadas no telejornal, mas também no modo de interagir com o telespectador e na rotina produtiva da redação, na maneira de produzir, trabalhar e transmitir as notícias. Através do aplicativo, os telespectadores enviam sugestões de pautas, reclamações, comentários, fotos e vídeos que são produzidos ou apenas compartilhados por eles. É também através do WhatsApp que é feita grande parte da comunicação entre a redação e os profissionais que atuam nas ruas, buscando informações ou participando da realização de matérias.

O fenômeno é relativamente novo, pouco pesquisado, e em constante atualização, trazendo consigo uma série de questões. A primeira delas diz respeito à estrutura cada vez mais enxuta das empresas de comunicação. Em um ambiente onde os profissionais são

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista diplomada na Ufes e mestranda em Comunicação e Territorialidades (Ufes). Atua como editora de telejornalismo na TV Tribuna-SBT e tem experiência como docente em disciplinas relacionadas ao telejornalismo.

forçados a desenvolver múltiplas competências para realizar múltiplas tarefas, a quem caberia o monitoramento e seleção do material enviado pelos telespectadores? E também a checagem da veracidade das informações recebidas e a busca por dados posteriores que se fizerem necessários, como a resposta de pessoas ou instituições que forem citadas? Que critérios são utilizados na seleção das informações que irão ao ar? Sabemos que diversos fatores, intrínsecos ao factual, definem o grau de noticiabilidade dos acontecimentos, mas ele também é afetado pela cultura profissional e pessoal e até por restrições e convenções relacionadas à organização do trabalho (VIZEU, 2000). Outra questão está ligada ao comportamento do consumidor das informações. No início do processo, ele se percebe bastante valorizado e faz-se atuante, mas como irá se portar num futuro próximo, cada vez mais ativo ou já sem tanta motivação?

Enquanto boa parte da população parece aceitar o processo, e muitos se reconhecem como participantes ativos dele, há que acredite que o uso do WhatsApp e de outras tecnologias para registro e compartilhamento do real, como equipamentos de segurança, tablets e câmeras portáteis como a GoPro, esteja promovendo um “empobrecimento” do telejornalismo. Para estes, o material enviado pela população serviria como uma espécie de “tapa-buracos”, para preencher o tempo necessário em um jornal diário, sem a abordagem aprofundada do assunto. “[...] o tempo é algo extremamente raro na televisão. E se os minutos tão preciosos são empregados para dizer coisas tão fúteis, é que essas coisas tão fúteis são de fato muito importantes na medida em que ocultam coisas preciosas.” (BOURDIEU, 1997, p.23)

Outra preocupação é com a ameaça de desvalorização do trabalho da equipe de jornalismo, responsável por ir às ruas em busca de notícias. A utilização do material enviado de forma participativa significa uma redução nos elevados custos de produção e possibilita a obtenção de material produzido de maneira extremamente factual. Os telespectadores, agora produtores de notícias, estão no local e no momento exato em que o fato aconteceu, com dispositivos de registro. Enquanto a equipe de jornalistas ainda se desloca para registrar o acontecimento, a população já captou fotos e vídeos, feitos, na imensa maioria dos casos, com telefones celulares, coletou informações no local e sob a emoção do momento, e enviou para a redação através do WhatsApp.

Se por um lado a medida se torna um modo econômico para as empresas em não necessitar deslocar a reportagem para locais de difícil acesso, por

outro fomenta a colaboração de agentes dotados de conhecimento de causa, que vivem a realidade a ser apresentada (FRAZÃO, 2012).

O Tribuna Notícia 1^a Edição é o telejornal líder em audiência no Espírito Santo desde 2009.³ A estrutura é composta por três blocos, com tempos flexíveis, totalizando um tempo total médio de produção de 40 minutos, com intervalos comerciais. Reportagens de maior peso editorial ou que tem maior possibilidade de atrair a atenção dos telespectadores, de acordo com a análise da equipe responsável, são agrupadas no primeiro bloco, que ocupa, geralmente, mais da metade do tempo destinado ao programa jornalístico. É neste momento que a disputa pela audiência com o principal concorrente é mais intensa. O segundo bloco é preenchido por matérias consideradas menos relevantes pelos editores e por reportagens que chegam à redação mais tarde e não ficam prontas a tempo de serem exibidas no bloco principal. Para o terceiro bloco, resta geralmente uma nota com ofertas de emprego ou uma matéria pequena, leve, para encerrar. A linha editorial do TN sempre deu um grande destaque às matérias de cunho policial, sendo algumas vezes, inclusive, criticada por exibição de cenas consideradas muito impactantes, principalmente para o horário de exibição, na hora do almoço. Mas, notadamente nos últimos três anos, o programa passa por um importante momento de redefinição de perfil⁴. Matérias resultantes de pautas policiais ainda ocupam uma parte da estrutura diária do Tribuna Notícias, mas, seguindo uma tendência de valorização do jornalismo comunitário, o TN tem investido não só em quadros de serviço, como Partiu, Bairro! e Fala Doutor, como também em reportagens e quadros mais leves como o Espelho Meu e Pronto, Falei!.

A participação do telespectador é bastante incentivada, e não só durante o telejornal. O número do telefone para contato é divulgado algumas vezes durante o TN e em outros momentos da programação da emissora. Também aparece em outros veículos da rede, como jornal, site e rádio, sempre reforçando a ideia de proximidade, de parceria. Quem assiste às notícias de casa não é alguém comum, é um “amigo do TN”. Essa interação já existia, mas chegou a um novo patamar com o WhatsApp. O novo canal de comunicação com o telespectador é eficiente e de retorno imediato. O “amigo do TN”, ao enviar a colaboração, voluntariamente e gratuitamente, deixa de ser um coadjuvante para se tornar parte ativa no processo comunicacional, incentivado ainda pela facilidade de acesso aos novos meios

³ Dados do Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística – IBOPE, responsável por monitorar o canal, os concorrentes e o tempo de audiência, enviando relatórios semanalmente. Apenas o Tribuna Notícias 1^a Edição é líder em audiência na emissora. No mais, a TV Tribuna/SBT detém a vice-liderança absoluta em audiência no mercado capixaba, de acordo com os institutos Ibope e Ipsos Marplan.

⁴ O Tribuna Notícias 1^a Edição comemorou 31 anos em março de 2016.

disponíveis para registro e transmissão de fatos. “Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”, já alardeava Henry Jenkins, saudando a cultura participativa em estudos sobre a convergência dos meios de comunicação e inteligência coletiva. (2009, p.29)

Newsmaking e os amigos do TN

A teoria do newsmaking, que trata de aspectos relacionados à rotina produtiva, defende que o jornalismo não apenas reproduz uma realidade, mas ajuda a construí-la, transformando o cotidiano. Através do jornalismo e sua organização, fatos são escolhidos entre uma infinidade de acontecimentos, produzidos e propagados. Esse processo é influenciado por questões, tanto de ordem prática quanto subjetivas. Elas podem estar relacionadas ao setor operacional, como disponibilidade de câmeras, ilhas de edição e veículos para locomoção das equipes; às pressões diversas como o deadline- o prazo final, seja para entrega de uma reportagem ou para a exibição do telejornal; à batalha pelos números da audiência, e em alguns casos, à interferência de interesses comerciais. Desde o nascimento do telejornalismo no Brasil⁵, o aparecimento de novas tecnologias também tem sido fator de transformação do processo de produção da notícia e da maneira como ela é, não só repassada, mas também recebida pelo público.

A Pesquisa Brasileira de Mídia⁶, divulgada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República e que avalia os hábitos de consumo de mídia pela população brasileira, mostrou que 95% dos entrevistados, em 2014 e 2015, afirmaram ver TV diariamente, mesmo em época de intensa convergência comunicacional. A grande maioria dos que ligam a TV (79%) o faz para ter acesso às notícias. Portanto, nesse processo de reconfiguração do modo de produzi-las, a realidade social é diretamente afetada.

O presente artigo aborda, de maneira específica, uma inovação tecnológica que tem trazido modificações intensas, relacionadas à instantaneidade, no tempo e espaço da comunicação interpessoal: o WhatsApp.

⁵ O telejornalismo aparece no Brasil, simultaneamente ao nascimento da televisão, em setembro de 1950. O primeiro telejornal brasileiro foi *Imagens do Dia*, lançado no dia posterior à inauguração da TV Tupi- Difusora.

⁶ Disponível em <http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>

Poderíamos mesmo dizer com certa ênfase, talvez com algum exagero, que o tempo como sucessão é abstrato e o tempo como simultaneidade é o tempo concreto, já que é o tempo da vida de todos. O casamento entre tempo e o espaço se dá porque há, sempre, homens usando o tempo e o espaço. Da mesma forma que não se entende o espaço sem o homem, a noção de tempo também não existe sem o homem. Se as duas noções se casam, e aparecem juntas e indissolúveis, é porque o homem vive no universo (SANTOS, 1994, p.163-164).

O aplicativo trouxe novos contornos ao “fazer notícia” na redação do TN. Essa velocidade, aliada à nova lógica da ação territorial que vai além da lógica espacial de distância, é agora utilizada pelos profissionais do telejornalismo para comunicação entre os membros da equipe, e também entre os jornalistas e os telespectadores.

A equipe responsável por produzir o Tribuna Notícias 1ª edição é formada por editora-chefe, três editoras de texto, três editores de imagem, chefe de reportagem, duas produtoras, além das quatro equipes compostas por repórteres, cinegrafistas e, em alguns casos, motoristas. O uso do WhatsApp traz consequências e mudanças na forma e no ritmo de trabalho para todos os profissionais, sem exceção. Além das ligações telefônicas e do contato pessoal, é através do aplicativo que as interações são feitas e as informações compartilhadas. Das ruas, repórteres e cinegrafistas podem receber e enviar essas informações, fotos e vídeos, diminuindo o número de passagens pela empresa, reconfigurando a relação entre território-zona e território-rede, em uma articulação mais flexível de espaços que não são contínuos (HAESBAERT, 2004). Isso torna mais ágil o processo de produção da notícia, de tal forma que reportagens que anteriormente não seriam produzidas em tempo hábil acabam sendo exibidas normalmente. Há um grupo no aplicativo, criado para compartilhamento de informações, 24 horas, entre membros da equipe.

Por outro lado, a utilização do aplicativo no processo de produção de pauta e na relação direta com o telespectador acaba por sobrecarregar os profissionais da redação, em especial os produtores e editores de texto. São as duas produtoras as responsáveis por receber e fazer a primeira triagem do material enviado pelos telespectadores. Também responsáveis por outras tarefas como a produção das reportagens e entrevistas, orientação de equipes, e pela busca de respostas dos órgãos oficiais e empresas que foram citados no telejornal, elas optaram por monitorar o WhatsApp em esquema de revezamento diário, justamente para dividir o peso da sobrecarga imposta pela nova função. Através de observação direta, ficou constatado que elas tiveram acesso à uma média de mais de

trezentas mensagens diárias enviadas por telespectadores no primeiro ano de utilização do aplicativo na redação. As mensagens vão desde sugestões de pautas, fotos e vídeos de factuais, até mensagens carinhosas, solicitação de beijos e material pornográfico. Em entrevistas semi-estruturadas realizadas durante pesquisa para dissertação de mestrado⁷, ambas afirmaram acreditar que o trabalho seria feito de maneira mais satisfatória e produtiva se houvesse um profissional para realizar a atividade de maneira exclusiva. Uma delas⁸, com experiência profissional de 13 anos no TN, em diversas funções, diz que “às vezes é desgastante. Mas ainda é a melhor forma de se conseguir um contato direto com a população. É ela se sentindo importante, fazendo o jornal e parte dele. Por isso, gosto do contato... e saber das coisas e interagir” e sugere mudanças: “Uniformizar o atendimento. Estipular regras como aceitação, negativa de matéria, para falarmos uma só linguagem. Hoje, cada uma que pega o WhatsApp o manipula de uma maneira individual, usando seus próprios parâmetros”

Assim que chega à redação para iniciar o dia de trabalho, a primeira produtora precisa fazer a ronda, por telefone, nos principais departamentos de polícia da Grande Vitória. Em seguida, faz contato com a equipe, formada por repórter e cinegrafista, que já está na rua, para saber como estão os trabalhos e orientar as mudanças de pauta que se fizerem necessárias. Ela também é responsável por encaminhar as próximas duas equipes de reportagem para os factuais ou pautas já determinadas desde o dia anterior. Só então, se for o dia em que está designada para a função, dá início ao monitoramento do WhatsApp. As mensagens dos telespectadores geralmente começam a chegar na madrugada, com picos de movimentação durante a exibição do telejornal. Tomemos como exemplo o dia 14 de outubro de 2015, uma quarta-feira, de 00h03 (momento do primeiro contato) até às 12h39 (horário do término do TN). Foram enviadas ao WhatsApp 395 mensagens, e em pelo menos 150 delas havia sugestões de pauta. O restante era formado por elogios, reclamações, solicitações de beijo ou divulgação de fotos, vídeos retirados da internet, pedidos de emprego e dinheiro, mensagens religiosas ou de motivação, cantadas... além das mensagens de “bom dia” (18), de apenas “oi” (29), e das que eram um retorno de contatos anteriores já respondidos pela equipe (53). Do material total recebido, viraram notas cobertas⁹ no telejornal, com textos escritos pelas editoras: o vídeo que mostrava um passageiro abusando

⁷ A pesquisa, que é desenvolvida pela autora deste artigo durante o mestrado em Comunicação e Territorialidades da Ufes, visa analisar as transformações no Tribuna Notícias 1ª edição, nos primeiros 18 meses de utilização do Whatsapp como incentivo a telejornalismo participativo.

⁸ Os nomes não serão citados para preservar os profissionais.

⁹ Notas cobertas: quando a narração do repórter ou apresentador é coberta por imagens, mas não há a presença de entrevistados ou do repórter.

de uma estudante e as fotos de uma senhora de 93 anos que conseguiu se encontrar com a atriz mirim Maísa. Para outras três sugestões, as produtoras marcaram reportagens imediatamente: professores assaltados, falta de iluminação perto de uma escola, vizinhos incomodados com o barulho de galos. Pelo menos outras 20 foram cadastradas para análise por parte da chefia de reportagem.

Resultado da necessidade urgente de adaptações, as emissoras de TV passaram a abrir esse espaço para o jornalismo participativo, investindo no conceito de hiperproximidade, criando no telespectador a sensação de empoderamento, de fazer parte de algo importante. Com isso, ganharam não só agilidade e uma maior quantidade de informações, como fortaleceram os laços e conquistaram a chance de fidelização do receptor. Mas, se por um lado, a grande quantidade de mensagens recebidas é motivo de comemoração, pois indica um retorno da solicitação feita pela equipe, por outro, acaba por trazer consequências contrárias às esperadas. Grande parte das mensagens enviadas pelos telespectadores acaba sem respostas adequadas. Como foi citado anteriormente, a equipe reduzida não consegue ler, analisar e dar retorno a todos os “amigos do Tn” que, como amigos da vida real, também se ressentem. Alguns utilizam as próprias mensagens no aplicativo para externar a insatisfação. Não são raras as que cobram uma resposta, ameaçam procurar as emissoras concorrentes, ou expressam a revolta pelo tratamento considerado não adequado. Outros fazem denúncias diretamente aos responsáveis pelo aplicativo, no espaço destinado para isso.

Punição, consequências e Gatekeeper

São tantas as denúncias feitas pelos telespectadores do TN que, em maio de 2016, o WhatsApp do Tribuna Notícias foi bloqueado e banido do sistema. A grande quantidade de material recebido com conteúdo pornográfico e/ou violento, portanto inadequado de acordo com os responsáveis pelo aplicativo, também foi fator determinante para a punição. Após explicações fornecidas, pela equipe de tecnologia da informação da Rede, ao departamento responsável no WhatsApp, o recebimento e o envio de mensagens foram retomados, mas com a perda de utilização do aplicativo no número telefônico divulgado desde o início e já consolidado. Depois do período de suspensão, foi preciso adotar, mais que um novo número, novas estratégias. Desde então, existe a obrigatoriedade de enviar uma resposta para cada uma das mensagens recebidas, mesmo que esta seja apenas um ‘Obrigada’, ‘Bom

dia” ou um ícone, como um emoticon sorridente. Quem envia pornografia é bloqueado imediatamente. Apenas mensagens de áudio não são respondidas porque não há tempo hábil e estrutura para escutá-las. Questionada sobre a evolução do processo, uma das produtoras afirma: “Como nem todos os vídeos e imagens entram, como nem todas as matérias são acolhidas devido ao tempo, ou porque o assunto se repete, creio que duas são as hipóteses: eles diminuirão as mensagens ou iniciarem uma cobrança muito maior com risco de perda de credibilidade se as demandas não forem atendidas. Tantas histórias e pedidos que não são da nossa linha editorial... Mas, a cada vez que ajudamos uma pessoa a arrumar emprego, chove de pessoas pedindo ajuda, e...negamos. A cada vez que fazemos uma pessoa com problema de saúde e conseguimos ajudá-la, chove de outros pedidos que são ignorados”.

A suspensão do aplicativo provocou uma diminuição na quantidade de mensagens recebidas, influenciada também pela mudança no número. O que acabou por reforçar a tendência observada desde a implantação, em abril de 2005, de redução gradual na quantidade de colaborações populares. Em levantamento feito no dia 17 de julho de 2016, quarta-feira, ficou constatado o recebimento total de 140 mensagens, a maioria delas durante a exibição do telejornal (não são contabilizadas as recebidas no grupo privado dos profissionais da TV Tribuna). A redução é nítida e constante, apesar dos números variarem de acordo com o dia da semana e com a exibição de assuntos considerados polêmicos ou de grande apelo sentimental. No dia do levantamento, notou-se uma quantidade razoável de pessoas que enviaram vídeos e fotos para mostrar algum talento pessoal. Isso foi justificado pela exibição de uma reportagem sobre um adolescente de 14 anos que virou empreendedor e construiu o próprio salão de beleza depois de perceber que possuía habilidade para cortar o cabelo dos amigos. Nove, das 140 mensagens, traziam a mesma imagem de um veículo caracterizado da Polícia Rodoviária Federal trafegando de faróis apagados, na semana em que o uso do equipamento aceso durante o dia, em rodovias, se tornou obrigatório por lei. Em outras nove, os telespectadores enviaram o vídeo de um senhor que estava à procura da família e divulgou uma declaração comovente, pedindo ajuda na internet. A quantidade de menções relacionadas ao WhatsApp durante a programação da rede, e o destaque dado à participação do público durante o telejornal também são fatores capazes de influenciar os números.

O fato é que basta ter um celular com câmera e uma conexão de internet e está criada a possibilidade de participar ativamente do processo de divulgação em um produto jornalístico.

“Ao mesmo tempo em que a convergência tecnológica implica uma reorganização do processo de produção jornalística, com conseqüências sobre o que costumamos chamar de cultura jornalística, as tecnologias digitais têm favorecido, senão o surgimento, a consolidação do jornalismo de tipo cidadão, com a proliferação dos recursos de interatividade, dos blogs, chats, do jornalismo open source e de sites de disponibilização de vídeos que tendem a reconfigurar os valores jornalísticos e a relação entre jornalismo e público. No caso específico do telejornalismo, verificamos, por exemplo, que cada vez mais as grandes emissoras têm utilizado imagens de amadores, em particular de filmes produzidos com telefones celulares - imagens, portanto, que não seguem quaisquer dos critérios profissionais de controle e verificação da informação - como modo justamente de ampliar a autenticidade e a veracidade dos programas telejornalísticos.” (GOMES, 2007)

Inúmeras vezes, o factual só é exibido porque um dos “amigos do TN” estava atento, pronto para registrar e, sobretudo, disposto a compartilhar. Tomemos como exemplo um acidente registrado no dia da análise do programa, citada acima. Nenhuma equipe jornalística chegou a tempo de filmar a cena: um carro capotado no meio da pista; mas a nota coberta, com informações e imagens, foi ao ar no mesmo dia, no TN, graças a um dos telespectadores, que passava pelo local no momento do acidente e, além de gravar as cenas, coletou informações não oficiais sobre o fato e até sobre as condições do motorista do veículo. Antes do material recebido, é exibida a vinheta que reproduz o barulho típico do aplicativo quando anuncia a chegada de uma nova mensagem. O texto, escrito pelos editores e lido pelos apresentadores, aparece em estilo coloquial e reforça a importância da participação do receptor no processo noticioso, tanto na abertura da matéria quanto na nota-pé complementar: “Vinheta rodou, amigo do TN apareceu. Ele narra um acidente que aconteceu no bairro Lagoa de Jacaraípe, na Serra. O motorista bebeu, perdeu o controle do carro... e o veículo ficou desse jeito. Veja aí.”. Depois da exibição do material, os apresentadores agradecem e reforçam o número do telefone para novas colaborações: “O nosso amigo que narrou o acidente preferiu não se identificar, mas contou que o motorista realmente bebeu... e saiu sem ferimentos. Deu sorte!! Porque o que mais estamos vendo é mortes no trânsito de motoristas que insistem em beber e dirigir. Infelizmente é verdade. Bom, agradecemos o vídeo que o nosso amigo mandou pra gente mostrando essa imprudência absurda. Participe do TN também. O número do nosso WhatsApp pra você mandar sugestões, flagrantes, curiosidades é o 99792-25-30”.

Observa-se que os avanços tecnológicos, que no começo pareciam representar uma ameaça aos mass media¹⁰ ao facilitar a criação de novos espaços mais acessíveis e democráticos de divulgação de conteúdo, tornam-se aliados na atração e consolidação da audiência na TV aberta. As mensagens enviadas através do aplicativo WhatsApp e as publicadas nos perfis em outras redes sociais, como Facebook, passam a pautar parte do que é produzido nas redações. Apesar dessa interação, o telespectador ainda se mantém distante da seleção do que será efetivamente divulgado, ou seja, não interfere diretamente na linha editorial, não tem conhecimento das necessidades do processo jornalístico ou dos interesses da empresa.

Depois que as mensagens enviadas pelos “amigos do TN” passam pela primeira triagem feita pelas produtoras, elas são repassadas à chefia de reportagem, para que as pautas sejam marcadas, ou às editoras de texto, para que sejam trabalhadas e exibidas. São as três editoras, com o aval da editora-chefe, que definem realmente o fato que vai ser transformado em notícia, de acordo com a relevância, o tempo disponível no telejornal, a necessidade de mesclar assuntos e reportagens mais “leves” e mais “pesados”, a disponibilidade das ilhas de edição e editores de imagens, e o tempo restante para que o produto jornalístico esteja pronto para ir ao ar. Editores, de imagem e texto, definem quando e como o material recebido será exibido, trazendo ao debate o conceito de gatekeeper, que diz que o fluxo da informação passa por uma série de decisões, filtros e portões (gates) até chegar ao consumidor. Desta forma, o vídeo de uma preguiça atravessando a estrada vagarosamente, ou a foto de um poste caído na rua, por exemplo, podem ir ou não ao ar, dependendo das outras reportagens já previstas, do tempo de produção, da composição e paginação do jornal como um todo e até, precisamos considerar, das preferências, referências e singularidades de cada profissional.

Considerações finais

O pesquisador Dominique Wolton (2010) questiona se velocidade e quantidade são sinônimos de qualidade da informação, já que o aumento na circulação de dados pode levar ao que chama de “incomunicação”. Os tempos modernos trazem consigo o desafio de conciliar e absorver tanto conteúdo e, principalmente, tantos pontos de vista diferentes. Vivemos na era da hiperinformação, mas a facilidade de acesso a ela não representa

¹⁰ Mass media: sistemas organizados de produção, difusão e recepção da informação, coordenados por empresas de comunicação de massa.

necessariamente que estamos nos comunicando melhor. Wolton defende que os jornalistas são mediadores importantes no processo de contextualização das notícias e, ao mesmo tempo, celebra o conceito de receptor-ator, em que o espectador está cada vez mais ativo, longe da passividade que muitos lhe atribuem: “A informação é a mensagem. A comunicação é a relação, que é muito mais complexa” (WOLTON, 2010, p.12). Todavia, nem sempre emitir informação é fazer comunicação. E, por vezes, o receptor cumpre o papel inicial de receber, mas não aceita ou não compreende a mensagem. Em outras ocasiões, até entende, mas não se percebe nela. O sociólogo espanhol Manuel Castels (2016), lembra que a busca pela identidade é tão poderosa quanto a transformação econômica e tecnológica no registro de uma nova história. O público quer se sentir representado e as novas tecnologias, como o WhatsApp, podem reforçar o fortalecimento do receptor como parte atuante do processo de produção de notícias.

Mas nesta sociedade capitalista e informacional, a participação do público, a busca por voz ativa, ainda não é a representação do que o Castels define como autocomunicação, ou seja, uma maneira de produzir e compartilhar conteúdo sem mediação. Na redação do telejornal, o que é produzido através do jornalismo participativo passa por uma série de filtros antes de ir ao ar: o da avaliação da qualidade técnica; o das produtoras, como citado anteriormente; e o filtro da edição, já que são as editoras de texto que dão o aval e preparam o material para que seja exibido, adequando à linguagem jornalística, ao perfil do jornal, aos interesses da empresa, e imprimindo, mesmo que de maneira não consciente, valores e conceitos pessoais.

Novas tecnologias transformam os processos comunicacionais e afetam diretamente as rotinas produtivas nas redações, provocando renovação no modo de produzir, transmitir e receber informações, mas os avanços esbarram nas limitações impostas, em boa parte, pela falta de recursos, como quadro de pessoal extremamente enxuto onde há acúmulo de função e sobrecarga de trabalho, e falta de treinamento específico para lidar com as inovações.

No caso específico da utilização do WhatsApp na redação do Telejornal Tribuna Notícias 1ª edição, nota-se que a euforia inicial, provocada pela possibilidade de avanços e maior interação com o público, e o grande número de mensagens recebidas nos primeiros meses tem dado lugar à frustração. De um lado, observamos telespectadores insatisfeitos, que, em sua grande maioria, atendem aos apelos feitos, mas não recebem retorno, nem se sentem representados. Do outro lado, estão profissionais sobrecarregados e desapontados, que tem nas mãos uma tecnologia capaz de trazer grandes benefícios ao newsmaking e ao

produto final do processo jornalístico, mas estão cientes de que não é viável desenvolver o processo de maneira satisfatória com os recursos disponíveis.

Não há relação sem poder e não há poder sem comunicação. Por isso é tão importante analisar e conhecer os processos comunicacionais de todos os pontos de vista, inclusive o papel que os avanços tecnológicos desempenham na construção desses novos processos, e as mudanças provocadas pela participação do público como gerador de conteúdo nas rotinas produtivas e no modo de construção da notícia.

Referências bibliográficas

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2014**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília : Secom, 2014a.

_____. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015** : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília : Secom, 2014b.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo: Paz e Terra, 2016

Frazão, Samira. M. (2012) **Jornalismo participativo no telejornal**: o telespectador como produtor de conteúdo. Disponível em <http://www6.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/4311/2519> (acesso em 12 de outubro de 2015)

GOMES, Itania M. M. . **Questões de método na análise do telejornalismo**: premissas, conceitos, operadores de análise. **E-Compós** (Brasília), v. 8, p. 1-31, 2007.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialização. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004

SANTOS, Milton. **Técnica espaço tempo**. São Paulo: HUCITEC, 1994.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é Notícia**: Os bastidores do telejornalismo. Porto Alegre. EDIPUCRS, 2000.

_____. **65 anos de telejornalismo**: das “notícias fordistas” às “notícias flexíveis”. Disponível in: http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-f447a67b-8fb0-4bf8-bc83-c742085ec5e0_2844.pdf Acesso 21 de Jul 2016

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.