



Telejornalismo diante das novas tecnologias e as demandas do cidadão¹

Ana Manuela Arantes Costa²
Ana Carolina Rocha Pessoa Temer³
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

Resumo

Novas tecnologias aliadas à necessidade da inovação na forma de elaborar conteúdo de telejornais aproximaram o telespectador da produção de reportagens e abriram possibilidades para que reivindicações referentes à cidadania, como direitos civis, políticos e sociais, fossem feitas por meio da exibição de reportagens. A partir dessa perspectiva, pretende-se analisar de que forma a produção de conteúdo para telejornais, com a colaboração direta de telespectadores, incentiva o exercício da cidadania. Para isso, recorreu-se à análise do quadro Jovens do Brasil, exibido no Jornal Hoje, da Rede Globo. Com esse objeto de estudo, busca-se verificar como os conteúdos jornalísticos, divulgados por meio do telejornal, podem ser considerados por cidadãos como instrumento de representatividade e acesso à informação.

Palavras-chave: Cidadania; Mídia; Telejornalismo; Jovens do Brasil.

Introdução

Desde que as novas tecnologias e modernização de mídias tradicionais, como a televisão, permitiram uma maior interatividade com o receptor/telespectador, o conteúdo dos meios de comunicação passou por mudanças estruturais. O que antes era produzido em apenas uma única via, pelo produtor, e enviados a um receptor definido por alguns estudiosos da comunicação como passivo, sofreu alteração. A interatividade alterou as formas as possibilidades de interação entre produtores e receptores, que além de mais participativos (por meio de opiniões, comentários etc), agora podem também ser fontes para produção de conteúdo.

¹ Trabalho para apresentação no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2013.

² Mestranda do curso de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia – Facomb, da Universidade Federal de Goiás - UFG. Especialista em Assessoria de Comunicação e Marketing e Bacharel em Jornalismo pela UFG. anamanuarantes@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia – Facomb, da Universidade Federal de Goiás. Pós-doutoranda em Comunicação na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutora e Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. anacarolina.temer@gmail.com.



Questiona-se aqui se essa nova estrutura e alterações no fluxo de informações alteraram de forma significativa os conteúdos dos meios de comunicação, e permitiram o surgimento de novos espaços voltados para a construção da cidadania. Também se discute se, por meio das mídias interativas, ficou disponível para o interlocutor um maior espaço para reivindicação aos direitos políticos, civis e sociais, assim como para liberdade de produção. Os programas de televisão que permitem interação com telespectadores são exemplos das possibilidades trazidas com a modernização das mídias tradicionais.

Analisando especificadamente conteúdos gerados pelo telejornalismo, vale discutir de que forma a participação do telespectador na produção de reportagens, utilizando-se mídias sociais e digitais, instiga a promoção da cidadania. Para efetividade do estudo, foram analisadas matérias do quadro Jovens do Brasil, do Jornal Hoje, que integra a programação da Rede Globo. A produção das reportagens começa a partir de conversa online do apresentador do jornal e de editores com o público jovem, por meio de redes sociais e da página do Jornal Hoje na internet. Temas que envolvem tendências, desejos, medos e costumes de jovens e adolescentes são a base para produção de reportagens. Situação que remete à busca pela informação e construção da cidadania.

Como primeiro passo para atingir os objetivos deste artigo, foi realizado um estudo bibliográfico, com o intuito de apresentar conceitos e debates sobre temáticas relacionadas a esse trabalho, como telejornalismo, cidadania, mídias, formas de interação, televisão, entre outras. A partir desse levantamento bibliográfico, foi realizada uma análise temporal de cinco reportagens do quadro Jovens do Brasil que foram ao ar e que estão disponíveis para visualização na página do Jornal Hoje na internet - www.g1.globo.com/jornal-hoje/jovensdobrasil.html.

Foram levados em consideração aspectos qualitativos da produção do quadro Jovens do Brasil, como temas propostos, suas relações com o legítimo exercício da cidadania e real influência do público-alvo na produção final das reportagens. A análise de todos os elementos deste estudo permite a formulação de hipóteses. Também admite serem elucidadas as variáveis de condições que levaram as mídias tradicionais a se adaptarem ao contexto de interatividade trazido com as novas tecnologias.



Cidadania

O termo cidadania está em permanente construção como um referencial de conquista da humanidade. Interesses coletivos ligados às ações de mobilização e cooperação ajudam a dar sentido à definição deste termo. No Brasil, a noção de cidadania foi ampliada por meio das lutas por direitos políticos, civis e sociais. O sujeito capaz de interferir na ordem social em que vive, participando das questões públicas, debatendo e deliberando sobre elas, seria definido como cidadão.

A história política do País mostra que o processo de construção da cidadania no Brasil foi marcado por situações de retrocesso e supressão dos direitos básicos. Carvalho (2001) faz um relato histórico e aponta que até 1930 atos relativos à cidadania eram encontrados por meio de movimentos populares isolados. Direitos civis e políticos eram limitados. Já a partir de 1930, com o governo de Getúlio Vargas, ocorreram vários movimentos da sociedade brasileira em busca de mudanças sociais para o País. Ações coletivas nos anos 1970-80 também resultaram na formação de uma estrutura da ação social voltada para o desejo de redemocratizar a nação, pela participação popular e para atender aos interesses imediatos dos indivíduos e dos grupos sociais.

Durante a ditadura militar, os direitos civis e políticos foram restringidos e desigualdades na sociedade aumentaram, mesmo com avanço significativo na economia do País. Na perspectiva de Carvalho (2001), só após a ditadura militar a palavra cidadania surtiu efeito na sociedade, em razão do esforço para construção da democracia no Brasil. A Constituição de 1988 teria sido um marco na história do País e, na visão do autor, com esse instrumento entraves para a construção da cidadania foram minimizados desde então.

Em sentido mais amplo, o conceito cidadania ultrapassa a noção que define o cidadão baseado no relacionamento indivíduo-Estado. O cidadão tem de ser consciente das suas responsabilidades enquanto parte integrante de um grande e complexo organismo que é a coletividade, a nação, o Estado, cujo bom funcionamento depende de sua parcela de contribuição. Para Covre (1993), a cidadania é um direito que precisa ser construído coletivamente, não só em relação ao atendimento às necessidades básicas, mas incluindo o papel e os objetivos do homem no universo.

Já Canclini (1997) observa que definições de cidadania, a partir da busca pela informação e da representatividade dos interesses, são muitas vezes encontradas por



meio dos meios de comunicação e pelo consumo de bens, do que propriamente pelas regras da democracia ou pela participação política e lutas pelos direitos humanos.

A aproximação da cidadania, da comunicação de massa e do consumo tem, entre outros fins, de reconhecer estes novos cenários de constituição do público e mostrar que para se viver em sociedade democrática é indispensável admitir que o mercado de opiniões cidadãs inclui tanta variedade e ressonância quanto o mercado da moda, do entretenimento. Lembrar que nós cidadãos também somos consumidores leva a descobrir na diversificação dos gostos uma das bases estéticas que justificam a concepção democrática da cidadania. (CANCLINI, 1997, p.34).

Mídia

Valendo-se do pressuposto de que os meios de comunicação contribuem na intermediação para o exercício da cidadania, o conceito de mídia também é prático para o estudo proposto por este projeto. A partir do termo derivado do latim *medium*, cujo plural é *media*, pesquisas que abordam a comunicação costumam tratar o termo mídia de forma generalizada, no mesmo sentido de imprensa, meio ou veículo de comunicação e jornalismo. Lima (2003) foi um dos autores que, mesmo com foco na ciência política, apresentou uma definição de mídia.

[...]conjunto de instituições que utiliza tecnologias específicas para realizar a comunicação humana. Vale dizer que a mídia implica na existência de um intermediário tecnológico para que a comunicação se realize. A comunicação passa, portanto, a ser uma comunicação mediatizada. (LIMA, 2003, p.50).

Entre as primeiras referências históricas, o uso do termo mídia se dá por estudos sobre Teoria da Comunicação, que determinam processos e resultados da comunicação de massa. Esta que “ocorre pela intermediação de um meio técnico, ou multiplicador, que permita a mensagem atingir um público anônimo, heterogêneo e fisicamente disperso, que pode chegar simultaneamente até bilhões de pessoas.” (TEMER; NERY, 2004, p. 11).

Em estudos de escolas norte-americanas, que analisavam pontualmente os meios de comunicação de massa, a mídia é tratada a partir dos efeitos ao público das mensagens veiculadas. De acordo com Wolf (2003), a teoria hipodérmica, o estímulo-resposta, do modelo de Laswell, os estudos sobre Efeitos Limitados, da procura pela relação causa-efeito, estão entre as pesquisas que tratam sobre efeitos resultantes dos meios de comunicação.



Para os estudos da Escola de Chicago, por exemplo, o indivíduo é capaz de entender os fatos sociais que o cercam. Porém, só age em função dos processos de comunicação. A partir disso, a mídia aparece de forma dual, “como fator de emancipação e aprofundamento das experiências individuais e precipitador das superficialidades dos contatos sociais e da desintegração dos grupos sociais.” (TEMER; NERY, 2004, p. 39).

Já Santaella (2003) propõe o estudo cultura das mídias. Esta seria intermediária da cultura de massa e da cultura virtual, por meio de processo de produção, distribuição e consumo comunicacionais. Santaella acredita que o conceito de mídia, ligado à comunicação de massa, é tratado sem suas complexidades semióticas. A mídia como meio é apenas um suporte material, componente superficial, tecnologia esvaziada.

Com referência a estes conceitos, também pode ser avaliado a possibilidade do esgotamento do que os estudiosos de comunicação chamam de mídias tradicionais (televisão, rádio, jornais e revistas), diante das novas tecnologias de comunicação trazidas com mídias digitais e sociais. Na existência de um processo de remodelação, as mídias tradicionais tendem a se adaptar aos processos de interação com uma nova relação entre técnicas e a vida social.

A convergência é entendida como tendência na renovação dos meios de comunicação, quando, por meio da interatividade disponível, o indivíduo pode se tornar produtor de informações. Jenkins (2008) chama essa cultura de renovação de convergência. O conteúdo é distribuído em múltiplos meios distintos e ocorrem ações conjuntas das mídias. O indivíduo não recorre mais somente à mídia tradicional para buscar informações.

Scolari (2008) acredita que o indivíduo, essencialmente o telespectador, passa a desempenhar o papel de “consumidor transmidiático” (SCOLARI, 2008, p. 194), e pode circular com facilidade entre os diversos meios de comunicação, além de ser entendido como um auxiliador da construção de novos conteúdos. Os novos sistemas de comunicação se apresentam, então, como digitais, com agilidade de transmissão e participação ativa do receptor na elaboração do conteúdo do que é divulgado.

Televisão e Telejornalismo

Há diferentes formas de estudo sobre a televisão, seja por sua técnica, conteúdo e intenções de produtores e receptores. Bourdieu (1997) é um dos autores que avalia a



televisão além de sua tecnologia e aborda o modo como se produzem as notícias e a maneira de como estas surgem ao telespectador.

Sobre os bastidores dos programas de televisão, Bourdieu faz críticas à busca da ampla audiência, o que faz com que os conteúdos televisivos sejam apresentados por meio de uma visão estreita e manipuladora. O autor propõe a análise dos mecanismos ocultos da televisão, pelos quais é exercida a censura.

A televisão regida pelo índice de audiência contribui para exercer sobre o consumidor supostamente livre e esclarecido as pressões do mercado, que não têm nada de expressão democrática de uma opinião coletiva esclarecida, racional, de uma razão pública, como querem fazer crer os demagogos cínicos. (BOURDIEU, 1997, p. 96-97).

Bourdieu também procura mostrar como “o ecrã de televisão se transformou hoje numa espécie de espelho de Narciso, num lugar de exibição narcísica.” (BOURDIEU, 1997, p.6). Na mesma linha de raciocínio, Sodré (1990) já havia falado sobre como o homem contemporâneo desempenha o espelho televisivo, em que o poder se exerce por meio de um máximo de visibilidade. Assim como Narciso se apaixona por sua própria imagem no espelho, na mitologia grega, para Sodré o telespectador deseja ver sua própria refletida na televisão.

Já Thompson (1998) analisa a televisão como forma de quase-interação mediada e avalia como os receptores têm poucas oportunidades de contribuir diretamente com o conteúdo televisivo. Essa relação esclarece que diferente de contextos de co-presença, as ações da televisão são visíveis por número grande de indivíduos situados em diferentes contextos, sem a necessidade de espaços compartilhados, de conversação dialógica. Entretanto, na sociedade contemporânea em que a interação e a percepção dos públicos são importantes para manter audiências de veículo de comunicação, a aproximação do telespectador com os produtores de conteúdo deve ser entendida como estratégia.

E é a partir dessa noção estratégica que os programas de telejornalismo têm adaptado seus conteúdos. Com novas tecnologias, principalmente relacionadas à internet, como as redes sociais, ocorreram transformações nos discursos televisuais e com o telejornal não foi diferente. Foram criados novos processos comunicacionais que envolvem a interação e a imediaticidade, muitas vezes com o objetivo de agregar mais valor ao veículo de comunicação.

Nesse sentido, o público utiliza das ferramentas oferecidas pelo telejornalismo para ajudá-lo a mediar problemas que costumam ser responsabilidade do poder público. Sarlo (2004) chama essa reivindicação do público do telejornal de paternalismo televisivo:

O público recorre à televisão para alcançar aquelas coisas que as instituições não garantem: justiça, indenizações, atenção. É difícil afirmar que a televisão seja mais eficaz do que as instituições para assegurar essas demandas, mas sem dúvida parece ser, uma vez que não precisa ater-se a adiamentos, prazos, procedimentos formais que retardem ou transfiram as soluções (SARLO, 2004, p.77).

A partir dessa visão, o telejornalismo é entendido como mediador, solucionador de problemas para o indivíduo em sociedade. Vizeu (2005) destaca que, em razão dos conteúdos dos telejornais que devem atender critérios como de relevância, novidade e notoriedade, “os jornalistas, como sujeitos de enunciação, se convertem em mediadores creditados, autorizados, entre a cidadania e o poder, construindo assim uma parte da realidade social” (VIZEU, 2005a, p.89).

Com essa perspectiva, o conteúdo do telejornal, principalmente o que teve a participação do público, proporciona o sentimento de pertencimento para o cidadão. Há identificação do telespectador com o que ele está assistindo. Becker (2006) discute esse sentimento de pertencimento oferecido pelo telejornal a partir da ideia que a visibilidade da televisão proporciona experiência coletiva de nação e permite a criação de um “espaço importante de construção de sentidos do nacional como ritual diário”. (BEKER, 2006, p.67).

Em outro aspecto e com o olhar de lógica de mercado, o desenvolvimento de ações no telejornalismo que gerem identificação com o telespectador é fundamental para garantir a audiência da programação. Ainda mais em um cenário em que a sociedade contemporânea exige mais competitividade e possui públicos mais exigentes. Com essa noção, o telejornalismo precisa se reorganizar conectado aos públicos e atuante nas mídias digitais e sociais. Cannito (2010) chama essa reorganização de customização da prática de assistir televisão.

(...) a tendência é a construção de novas comunidades. Não é mais o público genérico indefinido (ou definido pela emissora, único emissor). É diferente. Agora é uma comunidade na qual cada um entra por livre escolha. (...). A comunidade é um coletivo de indivíduos. É a nova forma de pensar a mídia. (CANNITO, 2010, p.20).



Para que exista essa nova maneira de pensar a mídia, os novos meios de comunicação precisam trazer ferramentas que melhoram os antigos, com influência na produção de linguagem e conteúdo. A partir disso, o telespectador pega para si a interatividade agora oferecida e faz uso do conteúdo veiculado, que agora não está restrito à televisão e são distribuídos em veículos de comunicação complementares, como sites, blogs e redes sociais. Nesse sentido, são estimulados a contribuir com a produção de informação, o que antes era restrito ao profissional que integra a equipe de um telejornal.

A partir dessa cooperação, tanto da parte do telespectador, como dos profissionais produtores do conteúdo do telejornal, estudos devem ser realizados para averiguar se há abertura de espaço que permita novas formas de sociabilidade em busca de processos que contribuem para o exercício da cidadania. Gentili (1995), por exemplo, acredita que o acesso à informação, por parte do cidadão, pode potencialmente vir a consistir num direito que assegura outros direitos.

Considerações finais

O estudo sobre a participação dos telespectadores na produção efetiva de conteúdos e a conseqüente promoção da cidadania é válido e deve ser realizado, pois os meios de comunicação têm passado por reestruturações que implicam em todos os envolvidos nos processos de sociabilidade. Estes que por sua vez são imprescindíveis e merecem atenção, já que abordam aspectos relativos a direitos conquistados pelos cidadãos e também por direitos que ainda serão adquiridos.

A definição por programas de telejornalismo também é coerente para estudo, pois diante das inovações tecnológicas, o formato do telejornal foi diversificado. Sabendo disso, é possível investigar como os conteúdos jornalísticos podem ser mediadores para que indivíduos no caso telespectadores, busquem a legitimação da cidadania.

Consideradas transformações recentes, as mudanças na estruturação de telejornais são ainda relevantes para estudo e avaliação. Conhecer o porquê a produção de telejornais têm buscado a participação com seu público é mais uma maneira de investigar os fluxos de informações em mídias como a televisão e a relevância desses fatores para estudos de comunicação.

Os conteúdos jornalísticos, divulgados por meio do quadro no telejornal, são passíveis e relevantes para análise ao averiguar se os telespectadores os enxergam como



instrumento de representatividade. Diante do telejornalismo digital, está entre os desafios preparar as redações e os profissionais envolvidos a lidarem com as transformações que as mídias tradicionais já passam e terão de passar.

Referências bibliográficas

BECKER, Beatriz. *Do mito da imagem ao diálogo televisual: repensando o ensino e a pesquisa em telejornalismo*. In, *40 anos de telejornalismo em rede nacional: olhares críticos*. Vizeu, A, Porcello, F, Coutinho, I.(orgs)- Florianópolis: Insular, 2009.

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

CANCLINI, Nestor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 3.ed.Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

CANNITO, Newton. *A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio*. São Paulo: Summus, 2010.

CARVALHO, José Murilo de. *Cidadania no Brasil: o longo caminho*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

COVRE, Maria de Lurdes M. *O que é cidadania?* São Paulo: Brasiliense, 1993.

GENTILLI, Victor. *Democracia de massas: cidadania e informação. Estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. Universidade de São Paulo, 1995.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. Tradução de Susana Alexandrina. São Paulo: Aleph, 2008.

LIMA, Venício A. *Sete teses sobre a relação Mídia e Política*. São Paulo: Mimeo, 2003.
OLABUENAGA, J.I. R.; ISPIZUA, M.A. *La descodificación de la vida cotidiana: metodos de investigacioncualitativa*. Bilbao, Universidad de deusto, 1989.

SANTAELLA, Lucia. *Cultura das mídias*. 4a.ed. São Paulo: Experimento, 1992 [2003a].

SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.



SCOLARI, Carlos Alberto. *Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad en la televisión contemporánea*. In: SQUIRRA, Sebastião e FECHINE, Yvana (orgs). *Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SODRÉ, Muniz. *A máquina de Narciso: Televisão, Indivíduo e Poder no Brasil*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1990.

TEMER, Ana Carolina; NERY, Vanda. *Para entender as teorias da comunicação*. Uberlândia: Aspectus, 2004.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.

VIZEU, Alfredo Eurico. *O lado oculto do telejornalismo*. Florianópolis: Calandra, 2005.

WOLF, M. *Teorias das Comunicações de Massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.