

TELEJORNALISMO NO CONTEXTO DA CIBERCULTURA:

Whatsapp como suporte para produção de conteúdo¹

Alice Rejane De Almeida SANTOS²

Rita SOARES³

RESUMO

Este artigo tem por objetivo analisar o impacto das novas tecnologias – especialmente o aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp – e comportamentos inerentes à cibercultura sobre o telejornalismo tradicional pela perspectiva dos jornalistas. Para isto, foi escolhido como objeto de estudo o Jornal Liberal 1º edição pelo seu caráter comunitário e participativo, veiculado pela TV Liberal - afiliada da Rede Globo de Televisão. Aplicativos de mensagens instantâneas, entre outras ferramentas digitais, são utilizados para interação com o público e proporcionam contato em tempo real, além de possibilitar ao telespectador compartilhar conteúdos que podem ser exibidos nos telejornais. Esse processo tem provocado a quebra do paradigma da televisão enquanto veículo de comunicação que comunica de um para muitos. Para esta análise, foi utilizado o método da história oral, através de entrevistas com profissionais ligados à produção, edição e apresentação do referido telejornal, a fim de observar as mudanças percebidas por eles em aspectos como formato, conteúdo e linha editorial dos programas.

PALAVRAS-CHAVE: cibercultura; telejornalismo; interação; convergência, jornalismo colaborativo.

INTRODUÇÃO

A cibercultura, conceito desenvolvido pelo teórico francês Pierre Lévy (1999), é uma

¹ Artigo apresentado como requisito para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, orientado pela Professora Me. Rita Soares.

² Graduanda em Comunicação Social habilitação Jornalismo pela Faculdade Estácio do Pará – FAP. E-mail: alicesantosjor@gmail.com

³ Orientadora do artigo; docente da Faculdade Estácio do Pará; Jornalista e Mestre em Ciência Política pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência Política do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Pará (PPGCP-UFPA).

realidade da sociedade contemporânea. De acordo com Lemos (2002), “o surgimento da cibercultura não é só fruto de um projeto técnico, mas de uma relação estreita com a sociedade e a cultura contemporâneas” (LEMOS, 2002, p. 28).

Não há como ignorar a influência da cultura digital na sociedade atual e como a chegada dos novos meios eletrônicos tem influenciado no comportamento e nas formas de interação e comunicação. Diante de tantas transformações, a televisão (meio de comunicação de massa com paradigma de uma comunicação vertical – de um para muitos) vem se reinventando e buscando formas de se inserir nessa nova realidade. Por isso, tem-se visto uma grande quantidade de programas ao vivo que utilizam a internet e as redes sociais como suporte para a interação com o público.

A escolha do tema se deu a partir de estudos que envolveram disciplinas relacionadas às novas mídias, jornalismo alternativo e colaborativo e todo o universo da cibercultura, além do conhecimento de autores que pesquisam o assunto, como Pierre Lévy, André Lemos, Lúcia Santaella e Henry Jenkins.

Observando os telejornais, é possível perceber mudanças em seus formatos. Estes têm buscado atender às expectativas da audiência, que, inserida no contexto da cultura digital, tornou-se mais autônoma e passou a “exigir” maior participação quanto à produção de conteúdo. Essas transformações vêm propiciando maior interatividade entre os telespectadores e os telejornais. Aqueles passaram a “interferir” no processo produtivo do conteúdo jornalístico através de opiniões e envio de materiais utilizando aplicativos de mensagem instantânea – principalmente o Whatsapp – e trouxeram grande contribuição ao jornalismo colaborativo, definido por Foschini e Taddei (2006) como “...usado quando mais de uma pessoa contribuiu para o resultado final do que é publicado. Pode ser um texto escrito por duas ou mais pessoas ou ainda uma página que traga vídeos, sons e imagens de vários autores”. (FOSCHINI E TADEI: 2006; p. 19).

Nesse mesmo sentido, os telejornais têm mudado seus formatos para permitir maior participação do público e também utilizam aplicativos online para tal. De acordo com Henry Jenkins, o fenômeno da convergência representa uma quebra de paradigma, não mais existindo um conteúdo de mídia específico, mas uma relação complexa em que as mídias transitam de cima para baixo e de baixo para cima. (JENKINS, 2013, p.325).

À exemplo de diversos telejornais no Brasil, o local Jornal Liberal 1º edição (JL1)⁴- apresentado na afiliada da Rede Globo de Televisão no Pará, TV Liberal – também têm buscado maneiras de proporcionar a seus telespectadores maior interatividade e participação. Para tanto, disponibiliza meios para comunicação em tempo real – os aplicativos de mensagens instantâneas, como o Whatsapp⁵ – que será objeto desse trabalho – e o “Vc na Tv Liberal”⁶. Dessa forma, de acordo com os depoimentos dos jornalistas que produzem o telejornal, a participação popular aumentou durante os programas e permitiu ao telespectador não apenas enviar perguntas, sugestões e opiniões, mas também conteúdos produzidos por ele, através da câmera de um celular, por exemplo.

Nesse processo, é importante compreender, de que maneira os profissionais do jornalismo estão se adequando à essa nova realidade, já que se vive um momento de transição e ajuste, tanto da televisão e sua posição na sociedade, quanto da própria sociedade e sua percepção para com este veículo, bem como dos profissionais diretamente envolvidos no “fazer jornalístico”⁷. Para tanto, foram escolhidos profissionais do JL1 de diferentes áreas – apresentação, edição e produção – para, através de seus depoimentos, entender a visão de cada um sobre o fenômeno estudado.

O objetivo geral deste trabalho é, portanto, analisar como as mudanças trazidas pelo advento da cibercultura têm interferido no “fazer jornalístico” e no processo de construção da notícia. Especificamente, têm-se como objetivos entender como se deu o processo de construção dos novos formatos dos telejornais, visando maior participação dos telespectadores e interatividade através da utilização do aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp; analisar o telejornalismo colaborativo a partir da utilização do aplicativo; e compreender o processo de adaptação dos jornalistas envolvidos na produção, edição e apresentação do referido telejornal à essa nova realidade dentro do universo contemporâneo.

O método utilizado para o alcance dos objetivos desse trabalho é o da História Oral, através da coleta e análise dos depoimentos dos jornalistas do Jornal Liberal 1º Edição. Tanto horários como locais de entrevistas foram combinados previamente com os profissionais, de acordo com suas disponibilidades de tempo, e os áudios das entrevistas gravados. Também foi

⁴ Programa jornalístico regional da Tv Liberal Belém, empresa da rede Liberal e afiliada da rede Globo.

⁵ Aplicativo criado em 2009 que permite a troca de mensagens de texto, imagens, vídeos, áudios, documentos e compartilhamentos de localização, além de disponibilizar chamadas gratuitas através da conexão com a internet.

⁶ Criado em 2015, o aplicativo permite que o telespectador envie fotos e vídeos para utilização específica dos telejornais da emissora.

⁷ Expressão utilizada pelos profissionais do meio, para se referir as práticas da profissão.

elaborado um roteiro de entrevistas com as principais perguntas, no entanto, muitas delas surgiram espontaneamente, estimuladas pela dinâmica da conversa. Após a realização das entrevistas, as mesmas foram transcritas e analisadas.

1. OS TELEJORNAIS E SEUS PROCESSOS DE ADAPTAÇÃO À CIBERCULTURA

Tradicionalmente, a televisão é considerada um veículo de comunicação de massa, que comunica de maneira vertical (de um pra muitos) e até mesmo “dita” comportamentos, pauta assuntos e interfere diretamente no cotidiano da sociedade. A ideia de um telespectador passivo, que recebe o conteúdo de maneira apática e alienada norteou diversas pesquisas na área da comunicação durante décadas. Rezende (2000) diz que “é justamente por causa desse telespectador passivo que o telejornalismo se torna mais importante do que se imagina, a ponto de representar a principal forma de democratizar a informação”. (REZENDE, 2000, p.24)

Outros aspectos como a baixa escolaridade dos telespectadores também são considerados determinantes para a formação de uma audiência alienada e passiva. De acordo com Rezende (2000), “essa fatia da audiência de baixo nível instrucional, tão cobiçada pelos departamentos de vendas das emissoras, encontra na televisão uma das poucas oportunidades para sonhar com a esperança de tornarem-se verdadeiros cidadãos” (REZENDE, 2000, p.24). Essa afirmação demonstra a posição que a televisão e o telejornalismo assumiam na sociedade brasileira até o final do século XX e os primeiros anos do século XXI e a maneira como o telespectador era visto pelos pesquisadores.

De fato, no ano desta publicação, a televisão ainda era soberana na comunicação no Brasil, já que a internet era recém-chegada e os grandes veículos de comunicação do país ainda começavam a investir em conteúdo produzido especificamente para a web – até então, o material publicado nas páginas virtuais de jornais e revistas, tradicionalmente impressos, era uma mera reprodução do que era feito para tal plataforma. Como diz Pollyana Ferrari (2003), “a maioria dos sites jornalísticos surgiram como meros reprodutores do conteúdo publicado em papel” (FERRARI, 2003, p. 23). Além disso, o acesso à computadores e à internet ainda era muito restrito.

Considerada, até então, o ápice da tecnologia na comunicação, a televisão estava muito à frente dos outros veículos nesse momento, no Brasil.

“Comparados, os veículos eletrônicos de comunicação (rádio e TV) levam

algumas vantagens sobre os meios impressos, a primeira delas, talvez a maior virtude da comunicação eletrônica, advém da capacidade de abolir a barreira do tempo. Imediatos, rádio e televisão noticiam os fatos no mesmo tempo em que eles ocorrem. Tem-se, então, a possibilidade de eliminar o intervalo o acontecimento de sua divulgação pela mídia.” (REZENDE, 2000, p. 70).

É claro que o telejornalismo brasileiro passou por fases e evoluiu em diversos aspectos desde a implementação do primeiro telejornal – Imagens do Dia, da TV Tupi – em 22 de setembro de 1950. Na década de 1970, de acordo com Rezende (2000), ele passou pela fase de apuro técnico e a Rede Globo foi quem mais se aproveitou disso “com o aperfeiçoamento da qualidade de suas produções traduzido pela expressão ‘padrão global’” (REZENDE, 2000, p. 113). Entende-se com isso que o telejornalismo, desde o seu surgimento, tem a necessidade não apenas de evoluir, mas de se adaptar.

“...o advento de cada novo meio de comunicação traz consigo um ciclo cultural que lhe é próprio e que fica impregnado de todas as contradições que caracterizam o modo de produção econômica e as consequentes injunções políticas em que um tal ciclo cultural toma corpo. Considerando que as mídias são conformadoras de novos ambientes sociais, pode-se estudar sociedades cuja cultura se molda pela oralidade, então pela escrita, mais tarde pela explosão das imagens na revolução industrial- eletrônica etc.” (SANTAELLA, 2003, p. 25)

A Pesquisa Brasileira de Mídia 2015⁸, realizada pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República, durante o governo da presidente Dilma Rousseff, revelou que ainda hoje 73% da população brasileira assiste televisão diariamente. No Pará, essa porcentagem sobe para 76%, em média três horas e meia por dia. A pesquisa revela ainda que quase 80 % das pessoas assistem à TV com o objetivo de se informar, saber das notícias e, apesar do evidente crescimento do mercado de TV à cabo, 72% da população brasileira ainda utiliza a TV aberta e, no Pará, são 74%. A pesquisa também buscou saber o nível de confiança dos brasileiros na mídia e revelou que 54 % confiam sempre ou muitas vezes nas notícias veiculadas pela TV.

Nos últimos anos, a TV encontrou na internet uma importante aliada para proporcionar a interatividade que ela por si só não é capaz de oferecer. Utilizar esta ferramenta como suporte é uma maneira eficiente de se inserir ao contexto da cultura digital. Já que, de acordo

⁸ Maior levantamento sobre os hábitos de informação dos brasileiros. Encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM), a PBM – Pesquisa Brasileira de Mídia, 2015 foi realizada pelo IBOPE com mais de 18 mil entrevistas.

com Lévy (1999), “a verdadeira ruptura com a pragmática da comunicação instaurada pela escrita não pode estar em cena com rádio ou a televisão, já que estes instrumentos de difusão em massa não permitem nem uma verdadeira reciprocidade nem interações transversais entre participantes” (LÉVY, 1999, p.117). O telejornalismo passa mais uma vez por um processo de evolução e adaptação que é percebido diariamente pelos profissionais envolvidos nas produções jornalísticas.

2. JORNALISMO COLABORATIVO E A CULTURA DIGITAL

Buscando definir “o que é jornalismo”, Traquina (2012) fala sobre a atividade como fonte para os assuntos do cotidiano e fornecedora de bases informacionais para que as pessoas consigam interagir sobre os acontecimentos do mundo e das comunidades as quais pertencem.

“Ao longo dos séculos, as pessoas (muitas delas, pelo menos) têm desejado ser informadas sobre o que as rodeia, usando o jornalismo (ou uma forma pré-moderna de jornalismo) para se manterem em dia com os últimos acontecimentos, para os combinarem com um conhecimento dos tópicos que lhes permitia participar de conversas pessoais e de grupo...” (TRAQUINA, 2012, p. 20)

Tal definição mostra o jornalismo em sua forma tradicional – pautando os assuntos discutidos pela sociedade. No entanto, o que se tem percebido nos últimos anos é uma espécie de inversão desses papéis. Já que, principalmente em jornais de caráter comunitário – como o JL1 – o jornalismo colaborativo tem se fortalecido cada vez mais e aberto espaços para a participação e interação com o público, de maneira que, parte considerável deles, é pautada pela audiência.

Jornalismo colaborativo não é um conceito nem uma prática nova, porém ganhou força na contemporaneidade com o suporte oferecido pela internet, já que esta permite que qualquer pessoa produza conteúdo e poste em suas páginas das redes sociais, ou em um site próprio, ou ainda em um blog. Essa comunicação horizontal ganhou força com o avanço da tecnologia, melhoramento da internet, advento dos sites de relacionamentos e das redes sociais e os telejornais são muitas vezes pautados pelos assuntos que estão sendo discutidos nesses canais de comunicação.

“A partir das últimas décadas do século XX surge, com as redes telemáticas mundiais e com a popularização dos microcomputadores (a sociedade da informação), um novo formato de consumo, produção e circulação de

informação que tem como característica principal a liberação do polo da emissão (participação e colaboração) de conteúdos e pessoas e, conseqüentemente, a reconfiguração da paisagem comunicacional”. (LEMOS, 2009, p. 2).

Na internet, as pessoas encontram um espaço democrático de comunicação em que podem interagir virtualmente e abordar assuntos livremente. Lúcia Santaella (2003) fala sobre uma fase de transição entre a fase áurea da cultura de massas e a cibercultura que teria sido uma preparação para o que se vive atualmente. A esse período transitório ela chamou “cultura das mídias”, ou ainda “cultura do disponível”, já que, principalmente na década de 1990, passamos a ter “escolha” a partir de dispositivos como o vídeo cassete e o walkman, que possibilitaram ao indivíduo uma “fuga” dos programas exibidos pelos veículos de comunicação de massa.

“... a cultura virtual não brotou diretamente da cultura das massas, mas foi sendo semeada por processos de produção, distribuição e consumo comunicacionais a que chamo de ‘cultura das mídias’ (...) embora a grande maioria dos autores esteja vendo a cibercultura na continuidade da cultura das massas, considero que o reconhecimento da fase transitória entre elas, a saber o reconhecimento da cultura das mídias, é substancial para se compreender a própria cibercultura”. (SANTAELLA, 2003, p. 24 - 26).

Assim pode-se compreender o processo pelo qual a audiência passou para chegar à atual relação com as mídias tradicionais. Por isso, é inconcebível pensar em um produto de rádio ou TV, hoje, que não ofereça suporte de interação via internet. O fenômeno da “segunda tela”⁹ – que funciona como uma ponte entre as redes sociais e a TV – é uma realidade e a televisão tem buscado estratégias para ser “o assunto” abordado também nas plataformas digitais – *tablets, smartphones e notebooks*.

“Com a ajuda da internet, o sonho mais grandioso da televisão está se realizando: um estranho tipo de interatividade. A televisão começou como uma rua de mão única, que ia dos produtores até os consumidores, mas hoje essa rua está se tornando de mão dupla. Um homem com uma máquina (uma TV) está condenado ao isolamento, mas um homem com duas máquinas (TV e computador) pode pertencer a uma comunidade” (JENKINS, 2009, p. 327 apud Marshall Sella, “The Remote Controllers”, New York Times, 20 de outubro de 2002)

Daí a grande quantidade de programas interativos que pedem a participação do público

⁹ Hábito da audiência de assistir televisão conectada à internet através de um segundo dispositivo. Exemplo: *smartphones, tablets*.

em votações, opiniões, envio de vídeos e fotos pela internet e redes sociais. No jornalismo isso não é diferente, por isso, os telejornais, principalmente os de caráter comunitário, têm criado quadros que pedem a participação do telespectador através da internet e oferecido suportes, como aplicativos de celular próprios e via WhatsApp, para que essa comunicação aconteça durante e depois de sua exibição.

“...a convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdo de mídia e em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima” (JENKINS, 2009, p.325).

3. A TV E A CIBERCULTURA: O QUE PENSAM OS JORNALISTAS

A História Oral foi utilizada como método para o alcance dos objetivos desse trabalho. Por isso, a coleta e a análise dos depoimentos dos jornalistas do JL1, escolhido como objeto de pesquisa, foram a base para as constatações deste estudo. Os entrevistados foram selecionados de acordo com seu campo de atuação no telejornal. Por isso, uma jornalista da edição, uma da produção e uma da apresentação, o objetivo era, a partir da análise dos três depoimentos, obter uma informação mais completa sobre o processo pelo qual o telejornalismo está passando no contexto de adequação à cultura digital, principalmente com a utilização do WhatsApp.

“História oral é um recurso moderno usado para elaboração de registros, documentos, arquivamento e estudos referentes à experiência social de pessoas e de grupos. Ela é sempre uma história do tempo presente e também reconhecida como história viva” (MEIHY e HOLANDA, 2007, p. 17).

Tanto os horários como os locais das entrevistas foram combinados previamente com os jornalistas, de acordo com suas disponibilidades de tempo, e os áudios de depoimentos gravados. Também foi elaborado um roteiro de entrevista com as principais perguntas, no entanto, muitas delas surgiram de maneira espontânea, estimuladas pela dinâmica da conversa.

A metodologia da história oral foi escolhida pela pretensão do trabalho de conhecer as transformações pelas quais o “fazer jornalístico” televisivo vem passando sob a perspectiva dos jornalistas. Dentre os tipos de história oral existentes, a que se aplica ao presente trabalho

é a história oral temática. De acordo com Meihy e Holanda (2007), “a história oral temática é sempre de caráter social e nelas as entrevistas não se sustentam sozinhas ou em versões únicas”. (MEIHY e HOLANDA, 2007, p. 38).

Foram entrevistadas três jornalistas de setores estratégicos e fundamentais na composição do telejornal: produção, edição e apresentação. O objetivo dessa seleção foi a compreensão de cada etapa e como a cibercultura interfere em cada uma delas.

“História oral como metodologia implica formular as entrevistas com um epicentro da pesquisa. Tudo giraria em torno delas, que atuariam como força centrífuga das preocupações. Para a história oral ser valorizada metodologicamente, os oralistas centram sua atenção, desde o estabelecimento do projeto, nos critérios de recolha das entrevistas, no seu processamento, na passagem do oral para o escrito e nos resultados analíticos”. (MEIHY e HOLANDA, 2007, p. 72).

Após a realização das entrevistas, as mesmas foram transcritas e analisadas para a compreensão das transformações ocorridas no campo do telejornalismo em função da utilização de tecnologias digitais – especialmente o aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp –, bem como entender como os entrevistados estão se adequando à essa nova realidade.

“Ao se materializar em documento escrito, porém, a história oral ganha objetividade de qualquer outro documento grafado ou de análise historiográfica, porém deve ser interpretada sob o crivo da objetividade que a produziu” (MEIHY e HOLANDA, 2007, p. 26).

4. JORNAL LIBERAL – 1ª EDIÇÃO: APRESENTAÇÃO E LINHA EDITORIAL

De acordo com a descrição na página oficial do Jornal Liberal 1º Edição no Facebook¹⁰, ele é um programa jornalístico regional da TV Liberal Belém, empresa da Rede Liberal e afiliada da Rede Globo, em Belém. Exibido de segunda à sábado, às 12 horas, o telejornal dura cerca de 40 minutos e apresenta linha editorial de caráter comunitário, daí a importância e a abertura para a participação dos telespectadores.

A editora-chefe do Jornal Liberal 1º Edição, Josy Maciel¹¹, tem uma experiência de 20 anos no jornalismo e fala no depoimento dado para a composição deste artigo, que a

¹⁰ https://www.facebook.com/jltvbelem/?ref=br_rs

¹¹ Atualmente, Josy Maciel é a editora do JL1 e iniciou sua carreira no jornalismo em 1997.

participação do telespectador como produtor de conteúdo é uma tendência que não tem como ser ignorada pelo setor atualmente.

“Hoje, com todas as ferramentas que estão aí disponíveis, sejam das redes sociais, sejam de aplicativos de celular, o que as pessoas querem é se mostrar, elas querem aparecer. A notícia mudou muito, porque não é mais ‘eu estou dando aquela notícia em primeira mão’, já está nas redes sociais, já está por aí, essa imagem já rolou e as pessoas querem se ver, nós queremos dar voz a elas. Elas querem estar ali falando, querem mostrar a sua imagem e não tem como ignorar isso” [informação verbal]¹²

A afirmativa da editora confirma o que diz Jenkins (2009) quanto à cultura participativa, “em toda parte e em todos os níveis, o termo ‘participação’ emergiu como um conceito dominante, embora cercado de expectativas conflitantes”. (JENKINS, 2009, p. 236). A partir daí, podemos compreender melhor a nova fase iniciada pelo telejornalismo que tem buscado adaptar-se à cibercultura sem perder suas características essenciais. Pois, apesar de ter aberto espaços para que o telespectador atue mais significativamente no chamado jornalismo colaborativo, uma das maiores preocupações dos profissionais da TV ainda é o cuidado com a apuração. Por isso, Josy Maciel afirma que “o jornalismo tem que se adequar a isso [utilização das novas tecnologias], mas sempre com o rigor da apuração, de checar e rechechar tudo o que chega. O nosso papel hoje, como jornalistas, é fazer uma triagem desse material” [informação verbal]¹³.

De acordo com Ferrari (2003), “os desafios do jornalismo digital estão sem dúvida relacionados à necessidade de preparar as redações, como um todo, e aos jornalistas em particular para conhecer e lidar com essas transformações” (FERRARI, 2003, p. 40).

5. WHATSAPP COMO SUPORTE DE INTERAÇÃO COM OS TELEJORNAIS

5.1- Edição

Josy Maciel relata que o primeiro suporte via internet utilizado no JL1 foi o e-mail jl1@tvliberal.com.br e que havia uma resposta muito boa dos telespectadores em relação a esse canal. Porém ela recorda que nessa época nem todos tinham acesso a computadores, o que limitava a participação dos espectadores do telejornal. “De certa forma, nós fomos

¹² MACIEL, Josy. Entrevista I. depoimento [Março, 2017]. Entrevistadora: Alice Santos. Pará: Belém, 2017. 1 arquivo. mp3 (20 min. 52s). Entrevista concedida para o trabalho de conclusão de curso. A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no apêndice deste artigo.

¹³ Ibid, 2017, MACIEL, Josy. Entrevista I. depoimento [Março, 2017].

acompanhando o que a tecnologia proporciona”[informação verbal]¹³

Muitas informações chegam através dos telespectadores do jornal, como denúncias, informações sobre o trânsito e problemas na comunidade. A linha editorial do programa tem caráter informativo e comunitário, por isso a participação do telespectador é fundamental para a construção diária do vespertino. Essas informações são recebidas em tempo real através dos *tablets* utilizados durante o programa, através do qual é possível conectar-se às redes sociais e aplicativos do telejornal. A prática permite que o telespectador forneça informações importantes que são analisadas pela produção do programa e, se confirmadas, podem ir ao ar.

“O advento do WhatsApp é mais recente. Nós começamos o ‘Sem noção’ no dia 4 de novembro de 2013. Utilizamos essa ferramenta, porque a proposta do jornalismo, hoje, é cada vez mais se aproximar do telespectador e não podemos fugir das ferramentas que ele tem para nos assistir e para entrar em contato conosco” [informação verbal]¹⁴

A situação descrita pela editora ilustra muito bem a fase que vive o jornalismo na atualidade. O telespectador deixou de ser um mero receptor da mensagem para assumir o papel de emissor-receptor. Assim como propõe Jenkins,

“A expressão *cultura participativa* contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos expectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e receptores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros.” (JENKINS, 2009, p 30)

Josy Maciel segue relatando que a finalidade de oferecer um quadro como o “Sem Noção”¹⁵ foi alcançada à medida que faz parte do cotidiano das pessoas capturar flagrantes de imprudência com o objetivo de enviar o conteúdo para ser exibido no telejornal e, através da exibição do vídeo, inibir tais práticas. Lemos (2002), já na introdução de sua obra “previu” esse momento, “a internet já é hoje, em 2000, um fenômeno hegemônico, embora ainda minoritário. Em breve, ela será percebida como uma infraestrutura banal, como as redes de água, luz ou telefone”. (LEMOS, 2002, p. 11).

¹⁴ MACIEL, Josy. Entrevista I. depoimento [Março, 2017]. Entrevistadora: Alice Santos. Pará: Belém, 2017. 1 arquivo. mp3 (20 min. 52s). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no apêndice deste artigo.

¹⁵ O quadro estreou no JL1 em 4 Novembro 2013 e tem como características a apresentação de flagrantes, principalmente de trânsito.

Na publicidade, o termo *prosumers* diz respeito à combinação entre consumidor e produtor. O termo é de autoria de do escritor norte americano Alvin Toffler (1980), conhecido pela abordagem de temas como revolução digital e das comunicações e singularidade tecnológica. Trazendo essa ideia para o campo jornalístico, pode-se considerar o receptor-emissor *prosumer* de conteúdo comunicacional.

Jenkins (2009) faz uma distinção entre interatividade e participação. Segundo ele, a interatividade é limitada pela tecnologia de maneira que diferentes tecnologias comunicacionais propiciam maior ou menor interatividade. No entanto, a participação

“é moldada pelos protocolos culturais e sociais. Assim, por exemplo, o quanto se pode conversar num cinema é determinado mais pela tolerância das plateias de diferentes subculturas ou contextos nacionais do que por alguma propriedade inerente ao cinema em si. A participação é mais ilimitada, menos controlada pelos produtores de mídia e mais controlada pelos consumidores de mídia” (JENKINS, 2009, p. 190).

A partir dessa análise, pode-se dizer que a relação que ocorre, hoje, entre os telejornais e os telespectadores está no campo da participação, já que, mais do que propiciada por um processo de evolução tecnológica, a cibercultura é um processo cultural complexo. De acordo com Jenkins (2009), “a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros.” (JENKINS, 2009, p. 30).

5.2.-Produção

Denise Soares¹⁶, iniciou sua primeira experiência no jornalismo, ainda na posição de estagiária, na TV Liberal, foi contratada posteriormente como produtora e vive hoje sua segunda experiência na emissora. A profissional conta que a prática do jornalismo colaborativo pelos meios digitais tem sido muito positiva para ela enquanto produtora.

“É muito importante observar o quanto a tecnologia tem influenciado no nosso trabalho. Mostramos o que a pessoa quer assistir, aquilo que faz parte do dia a dia dela. Se o problema é a falta de água que atrapalha a vida da comunidade, nós mostramos. E muitas vezes, essa informação chega por meio de recursos tecnológicos. Hoje, o WhatsApp é uma ferramenta muito importante e muito usada por nós, produtores e jornalistas de uma forma geral.” (Informação verbal)¹⁷

¹⁶ Formada em 2011, Denise Soares atua como produtora no JL1 há 1 ano.

¹⁷ SOARES, Denise. Entrevista II. depoimento [Março, 2017]. Entrevistadora: Alice Santos. Pará: Belém, 2017. 2 arquivo. mp3 (12min. 34s). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no apêndice deste artigo.

Lévy (1999), diferente de Jenkins, associa interatividade e participação, mas descarta a ideia de que essa participação passou a existir somente com o advento da internet. O autor diz que “mesmo sentado na frente de uma televisão sem controle remoto, o destinatário decodifica, interpreta, participa, mobiliza seu sistema nervoso de muitas maneiras, e sempre de forma diferente de seu vizinho.” (LÉVY, 1999, p. 79).

A produtora conta que já houve situações em que matérias foram produzidas com as imagens enviadas pelos telespectadores, em situações em que a equipe de reportagem não conseguiu estar no local do acontecimento a tempo de registrá-lo. Abordando a condição pós moderna da cibercultura, André Lemos (2002) diz que “os novos *media* permitem a comunicação individualizada e bidirecional, em tempo real. Isto vem causando mudanças estruturais na produção e distribuição da informação...” (LE MOS, 2002, p. 84).

5.3 – Apresentação e seleção de conteúdo

Há 15 anos na TV Liberal, Priscilla Castro¹⁸, está há sete como apresentadora do JL1. Formada desde 2003, a jornalista também é responsável pela seleção dos vídeos do quadro “Sem noção”. Ela destaca que, em se tratando de jornalismo colaborativo, é necessário ter muito cuidado com a apuração, a procedência e até mesmo a intenção dos conteúdos (vídeos e fotos) enviados para o jornal. A apresentadora diz que ao, com o passar do tempo, é possível perceber o que dá para ser utilizado e o que pode causar o efeito oposto ao esperado – que é de alertar para o perigo e denunciar a imprudência.

“Quando foi implantado o WhatsApp, que chamamos de aplicativo de mensagens instantâneas, o volume e a qualidade até – claro que tem muita coisa que é apurada e descartada – mas o volume aumentou absurdamente. Hoje, as pessoas, por um comportamento da sociedade, pouco ligam, mas elas fazem questão de mandar uma mensagem e, com os celulares com câmera para filmar e fotografar, isso ficou bem mais rápido também para nós. Mas quando entrou o aplicativo de mensagens instantâneas para nós, passamos a ter um cuidado muito maior, porque qualquer pessoa pode pegar e mandar algo, mas não quer dizer que aquilo seja verdade, que tenha acontecido naquele momento e daquele jeito.” [informação verbal]¹⁹

Aqui, percebemos que, apesar da abertura da televisão para a utilização de conteúdos

¹⁸ Está à frente do JL1 há 6 anos e atua também como Editora do telejornal.

¹⁹ CASTRO, Priscila. Entrevista III. Depoimento [Março, 2017]. Entrevistadora: Alice Santos. Pará: Belém, 2017. 3 arquivo. mp3 (11min. 11s). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no apêndice deste artigo.

produzidos pelos telespectadores, ela não perdeu uma característica fundamental que sustenta o paradigma de meio de comunicação de massa. O procedimento de seleção e apuração dos conteúdos que irão ao ar faz parte do “fazer jornalístico” e não mudou por causa da participação dos telespectadores. Quando o conteúdo é selecionado, pode-se ver na prática uma das primeiras teorias do jornalismo: a teoria do *gatekeeper*, na qual o jornalista é uma espécie de “porteiro” que permite a entrada de algumas notícias e não de outras, dependendo a linha editorial do veículo. Traquina (2012) diz que

“nessa teoria, o processo de produção da informação é concebido por uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é, o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não.” (TRAQUINA, 2012, p. 152)

A apresentadora relata que percebeu que algumas pessoas filmavam propositalmente uma situação para ser exibida no “Sem noção”. Ela diz que isso ocorreu com alguns patinadores que se dependuravam em ônibus, eram filmados por amigos que enviavam o material para a produção do jornal, quando esse vídeo era divulgado, eles o usavam para se promover nas redes sociais, por isso, além de se atentar à veracidade do conteúdo e à sua origem, também é importante conhecer a intenção do telespectador. Isso reforça a ideia trabalhada por Lemos (2002) quando aborda os *cypherpunks* – tecno-anarquistas que lutam pela manutenção da privacidade no ciberespaço. O autor diz que “o espírito de apropriação social da tecnologia aparece nas ações dos *cypherpunks*, mostrando o caráter contestador e social das tecnologias da cibercultura.” (LEMOS, 2002, p. 249).

No entanto, passada a etapa de seleção e apuração de conteúdo, Priscilla Castro, destaca que essa participação do telespectador, enquanto produtor de conteúdo é muito importante até mesmo para a produção do jornal, já que, segundo ela,

“a nossa equipe é reduzida, não consegue estar em todos os lugares, em todo o tempo. Na hora que colocamos a participação do telespectador, é o olhar dele dentro do jornal. Uma personificação, você não somente dá a denúncia mais você participa do momento da notícia, então você ajuda a fazer o jornal. Isso é muito bacana” [informação verbal]²⁰

²⁰ CASTRO, Priscila. Entrevista III. Depoimento [Março, 2017]. Entrevistadora: Alice Santos. Pará: Belém, 2017. 3 arquivo. mp3 (11min. 11s). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no apêndice deste artigo.

Para Jenkins,

“A indústria midiática está adotando a cultura da convergência por várias razões: estratégias baseadas na cultura da convergência exploram as vantagens dos conglomerados; a convergência cria múltiplas formas de vender conteúdos aos consumidores; a convergência consolida a fidelidade do consumidor, numa época em que a fragmentação do mercado e o aumento da troca de arquivos ameaçam os modos antigos de fazer negócios.” (JENKINS, 2009, p. 325).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender a construção da realidade é algo que instiga o homem desde o início da história. Esse processo construtivo é uma constante e sempre há “novas realidades” a se compreender. Para o homem pós-moderno a nova realidade em construção a ser compreendida é a da cibercultura. Para Lemos,

“à queda das grandes ideologias e dos meta-discursos iluministas, o fracasso dos sistemas políticos, a desconfiança em relação aos benefícios do progresso tecnológico e científico, a indiferença social e irônica da geração X e Y, o novo tribalismo que revelaria o fracasso do projeto individualista moderno, a descrença no futuro, as novas formas de comunicação gregárias no ciberespaço, os desafios da manipulação genética, da Aids e da droga em nível planetário. É precisamente este novo quadro da civilização contemporânea o berço da cibercultura” (LEMOS, 2002, p. 27)

É a este cenário que jornalistas, tanto experientes quanto das novas gerações, devem se adequar. Os desafios da profissão também se renovam diante da construção dessas “novas realidades” e o atual é ser um jornalista na era da convergência midiática. Por convergência Jenkins (2009) entende não como um fenômeno que “ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser”. (JENKINS, 2009, p. 30). Em sua concepção, a convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores.

A ideia inicial deste artigo era mostrar como a cibercultura, a convergência e a utilização de novas tecnologias interferem diretamente no “fazer jornalístico” e modificam o paradigma da televisão enquanto meio de comunicação de massa. Para tanto, buscou-se base teórica em autores como Pierre Lévy, André Lemos, Lúcia Santaella, Henry Jenkins, Guilherme Jorge de Rezende, Marshall McLuhan, entre outros. O método escolhido foi o da história oral, porque se pretendia perceber os resultados pela perspectiva dos jornalistas. Assim, o objeto deste estudo foi o Jornal Liberal 1º Edição, por ter um caráter comunitário e vários quadros em que a participação do telespectador é solicitada.

Selecionou-se profissionais das três áreas fundamentais para a execução do telejornal: produção, edição e apresentação. Após a seleção, foram realizadas entrevistas, previamente marcadas, de acordo com a disponibilidade de tempo das entrevistadas. Os áudios foram gravados, transcritos e analisados. Foram realizadas, portanto, quatro etapas metodológicas.

Inicialmente, a ideia de que a internet e as redes sociais promoviam uma quebra de paradigma da TV enquanto comunicação de massa, que comunica verticalmente, foi o que norteou esse estudo. No entanto, ao concluir a análise dos depoimentos e confrontá-la com as teorias, notou-se que, apesar da inegável abertura, a TV ainda permanece como um meio de comunicação vertical, já que, ainda que exiba conteúdos produzidos por telespectadores de maneira amadora, ela continua sendo um polo único de emissão da mensagem, diferente da internet que possui uma vasta diversidade de fontes emissoras. Cada usuário é uma fonte e decide o que postar ou compartilhar, de acordo com seus próprios critérios de seleção. Já a TV possui critérios pré-definidos (linha editorial) e, por isso, escolhe o que vai ou não “ao ar”. De acordo com Traquina (2012), a teoria do *Gatekeeper*, uma das primeiras do jornalismo, define que as notícias são como são porque passam por um processo de seleção baseado em critérios individualistas e pessoais, a partir dos valores de quem produz a notícia: o jornalista. No entanto, o autor deixa claro que existe uma limitação nessa teoria, já que não leva em consideração outros aspectos importantes para o processo de produção da notícia.

“A teoria do *Gatekeeper* avança igualmente uma concepção bem limitada do trabalho jornalístico, sendo uma teoria que se baseia no conceito de ‘seleção’, minimizando outras dimensões importantes do processo de produção das notícias, uma visão limitada do processo de produção das notícias” (TRAQUINA, 2012, p. 153).

Conclui-se, portanto, que houve sim uma abertura dos telejornais para uma participação mais contundente de seu público, porém ela ainda permanece na posição de meio de comunicação de massa, que comunica de maneira vertical (de um para muitos). Mas, assim como as jornalistas entrevistadas pontuaram em suas entrevistas, não há como ignorar o fluxo comunicacional que vem de pessoas comuns que desejam participar do processo de construção da notícia. Por isso, a televisão utiliza as ferramentas da cibercultura para promover essa nova forma de fazer jornalismo.

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

CASTRO, Priscila. **Priscila Castro**. Depoimento [Março, 2017]. Entrevistadora: Alice Santos. Pará: Belém, 2017. 3 arquivo sonoro. Entrevista concedida para o trabalho de conclusão de curso.

FERRARI, Pollyana. Capítulo I: Diário de Bordo. In:_____. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003. Coleção: Comunicação. p. 23

FERRARI, Pollyana. Capítulo III: Jornalista Digital. In:_____. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003. Coleção: Comunicação. p. 40.

G1, Criado em 2009, WhatsApp cresceu mais rápido que Face book em 4 anos.

Disponível em: <https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/referencias-bibliograficas-tiradas-na-internet-como-colocar-no-trabalho>. Acesso em: 25 Março 2017.

JENKINS, Henry. Conclusão. In:_____. **Cultura da Convergência**; tradução de Susana L. de Alexandria. 2ª. ed. São Paulo: Aleph, 2009. p. 325

JENKINS, Henry. Guerra nas Estrelas por Quentin Tarantino?. In:_____. **Cultura da Convergência**; tradução de Susana L. de Alexandria. 2ª. ed. São Paulo: Aleph, 2009. p. 190

JENKINS, Henry. Introdução. In:_____. **Cultura da Convergência**; tradução de Susana L. de Alexandria. 2ª. ed. São Paulo: Aleph, 2009. p. 30

JENKINS, Henry. Por que Heather pode escrever?. In:_____. **Cultura da Convergência**; tradução de Susana L. de Alexandria. 2ª. ed. São Paulo: Aleph, 2009. p. 236
Jornal do Empreendedor, A incrível historia de Jan Koum o fundador do Whatsapp.

Disponível em: <https://jornaldoempreendedor.com.br/destaques/inspiracao/a-incrivel-historia-de-jan-koum-o-fundador-do-whatsapp/>. Acesso em: 25 Março 2017.

LEMOS, André. Apresentação. In:_____. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002. p. 11

LEMOS, André. Capítulo I: Condição pós-moderna e cibercultura In:_____. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002. p. 27-28.

LEMOS, André. Capítulo I: Condição pós-moderna e cibercultura. In:____. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2002. p. 84

LEMOS, André. Capítulo VI: A rua e a tecnologia. Os cyberpunks reais In:____. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** Porto Alegre: Sulina, 2002. p. 249

LEMOS, André. **Nova esfera Conversacional**, in Dimas A. Künsch, D.A, da Silveira, S.A., et al, Esfera pública, redes e jornalismo. Rio de Janeiro, Ed. E-Papers, 2009, ISBN 978857650243-2, p. 9 – 30

LÉVY, Pierre. Capítulo IV – A interatividade. In:_____. **Cibercultura**; tradução de Carlos Irineu da Costa. 1ª.ed. São Paulo: Editora 34, 1999. p. 79

LÉVY, Pierre. Capítulo VI – O universal sem totalidade, essencial da cibercultura. In:_____. **Cibercultura**; tradução de Carlos Irineu da Costa. 1ª.ed. São Paulo: Editora 34, 1999. p. 117

MACIEL, Josy. **Josy Maciel.** Depoimento [Março, 2017]. Entrevistadora: Alice Santos. Pará: Belém, 2017. 1 arquivo sonoro. Entrevista concedida para o trabalho de conclusão de curso.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom; HOLANDA, Fabíola. Conceitos e definições. In:_____. **História Oral: como fazer, como pensar.** 2ª ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013. p. 17; p. 26.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom; HOLANDA, Fabíola. Em busca de um lugar. In:_____. **História Oral: como fazer, como pensar.** 2ª ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013.p. 72.

MEIHY, José Carlos Sebe Bom; HOLANDA, Fabíola. Tipos de história oral. In:_____. **História Oral: como fazer, como pensar.** 2ª ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2013.p. 38.

Meu Cupom, **Conheça a história do WhatsApp.** Disponível em: <https://www.meucupom.com/blog/conheca-historia-do-whatsapp>. Acesso em: 25 Março 2017.

REZENDE, Guilherme Jorge de. Apuro Técnico. In:_____. **Telejornalismo no Brasil: Um perfil editorial.** São Paulo: Summus, 2000. p. 113.

REZENDE, Guilherme Jorge de. Do problema as hipóteses: Os limites do verbal na TV. In:

_____. **Telejornalismo no Brasil: Um perfil editorial.** São Paulo: Summus, 2000. p. 24.

REZENDE, Guilherme Jorge de. O Jornalismo na Televisão. In: ____.

Telejornalismo no Brasil: Um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000. p. 70.

SANTAELLA, Lúcia. **Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano.**

Revistas FAMECOS. Porto Alegre. nº22. dezembro 2003. Quadrimestral. p. 24-25

Secretaria De Comunicação Social da Presidência da República, **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015.** Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 08 Junho 2017.

SOARES, Denise. **Denise Soares.** Depoimento [Março, 2017]. Entrevistadora: Alice Santos. Pará: Belém, 2017. 2 arquivo sonoro. Entrevista concedida para o trabalho de conclusão de curso.

TRAQUINA, Nelson. As teorias do jornalismo. In: _____. **Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa.** 2ª. ed. rev. 2012. Florianópolis: Insular, 2008. v.2. p. 152-153.

TRAQUINA, Nelson. Capítulo I: O que é Jornalismo? In: _____. TRAQUINA, Nelson. In: _____. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são.** 3ª. ed. Florianópolis: Insular, 2008. v.1. p. 20

Whatsapp, **Sobre o Whatsapp.** Disponível em: <https://www.whatsapp.com>. Acesso em: 26 Março 2017.

APÊNDICE

Transcrição da Entrevistas I: Josy Maciel. Depoimento [Março, 2017]. Entrevistadora: Alice Santos. Pará: Belém, 2017. 1 arquivo sonoro. Entrevista concedida para o trabalho de conclusão de curso.

1) Fale sobre a sua carreira, como foi que você começou no jornalismo e quando você começou a perceber essas transformações por conta da internet?

Olha, profissionalmente, eu comecei em 97, estagiando no Diário do Pará, fazendo esporte. Meu teste lá não foi para esporte, mas acabei entrando no esporte, porque era a vaga que tinha e eu sempre gostei de esporte. Acabei ficando lá um ano, depois fui para a TV Cultura, passei sete anos na TV Cultura, saí de lá como editora chefe do Esporte Cultura. Mas recebi o convite aqui para a TV Liberal, na época fiquei até surpresa, falei “vou , não vou”, porque eu sabia que teria que dar um passo atrás, porque eu voltei a ser repórter. Mas falei “umbora lá”, é experiência, é TV Liberal, é Globo e vim para cá como repórter, fiquei uns dois ou três anos. Aí, por uma série de situações, acabei indo para a edição, depois fiquei fazendo apenas algumas coisas especiais, vivo e depois fiquei como editora mesmo. No final de 2011, me convidaram para ser editora chefe do Bom Dia Pará e fiquei lá até quase 2014. Depois aceitei o convite do JL1 para ficar como editora chefe do JL1. Mas, aqui na TV Liberal, eu já passei por todas as editoras de alguma forma. O JL2, eu assistente por um período, editora chefe do Bom Dia Pará e JL1. Então eu já conheço um pouquinho da dinâmica de todos os telejornais.

2) Em que momento você percebeu que não tinha mais como ignorar o que estava sendo comentado na internet e como foi que começaram a ser colocados esses quadros que têm essa interação com o público através de suportes da internet, aplicativos?

Na verdade, nós fizemos até uma matéria especial sobre isso, foi até um momento de parar para pensar e lembrar a nossa história, a história da TV Liberal com todas essas ferramentas, desde o telefone, o fax até o e-mail, que foi a primeira ferramenta que nós começamos a utilizar muito, que era o jl@tvliberal.com.br. Nós tínhamos uma resposta do telespectador

pelo e-mail muito bacana, mas a gente sabe que na época nem todo mundo tinha computador. De certa forma, nós fomos acompanhando o que a tecnologia proporciona, entendeu? Foi o JL1, depois viemos com esses vídeos do “Vc no JL”, “mande a sua imagem”, sempre nesse caráter comunitário, que é o perfil do JL1, “mande a sua rua alagada”, “o buraco na sua rua”, tudo mais... O advento do WhatsApp é mais recente e começamos o “Sem noção” em 2013, 4 de novembro de 2013 que estreamos o quadro no JL1. Mas, assim, por que utilizamos essa ferramenta? Porque a proposta do jornalismo, hoje, é cada vez mais se aproximar do telespectador e nós não podemos fugir das ferramentas que o telespectador tem para nos assistir e para entrar em contato conosco, não é mais só pelo telefone e nós temos que nos adaptar a isso. Nós procuramos essa interação com ele (telespectador) e o JL1 mais do que nunca, porque nós somos pautados pelo comunitário e para se chegar a esse telespectador e que ele chegue até nós tem que ser de todas as maneiras. Nós já fomos do tempo da carta, em que ele deixava a cartinha ali na portaria e, hoje, é o WhatsApp. Cada editoria tem um *tablet*, tem um número de WhatsApp, o JL2 é o mais recente e recebemos ali as vezes mais de 1500 mensagens por dia e, uma grande parte delas, é para o “Sem noção”. Ele ficou tão conhecido e a receptividade que nós temos do telespectador é tão grande que você já ouve na rua: “olha, você vai para o Sem noção”. “é muito sem noção”, “tem que tá no Sem noção”. Então, nós alcançamos o que nós queríamos, que era realmente estar na cabeça do telespectador isso aí. Quando ele vê o “Sem noção”, ele sabe que vai para o JL1. Então, de certa forma, nós já temos um resultado positivo, alcançamos o que queríamos, que aquele telespectador saiba que tem um quadro que ele vai mandar aquele flagrante dele e que vai ao ar, é o “Sem noção”.

3) Então vocês já conseguem um outro efeito, que seria o efeito panóptico, que as pessoas acabam controlando um pouco a sociedade através do quadro?

Exatamente, eles são os guardas de trânsito, porque, na verdade nós não achávamos que ia ser só flagrantes de trânsito, mas o volume imagens e denúncias que recebemos é trânsito. Então ele acabou ficando muito trânsito mesmo. O “Vc no JL” deixamos mais as questões comunitárias, buracos e outras coisas, nós temos o flagrante também. O próprio telespectador acabou dando essa cara para o “Sem noção”.

4) Você falou dessa evolução da comunicação entre o jornal e o telespectador, desde a carta até a utilização de uma tecnologia como o WhatsApp, hoje. Mas na época da carta não havia um jornalismo colaborativo, de fato. Hoje, o telespectador faz um

vídeo manda para vocês e pode ter esse conteúdo exibido no JL1 que é um dos jornais de maior repercussão do estado. Como você enxerga isso, o fato de hoje o telespectador também ser um produtor de conteúdo?

É uma tendência que nós não temos como ignorar, porque nós estamos falando de jornalismo, mas hoje com todas essas ferramentas que estão aí disponíveis, sejam das redes sociais, sejam de aplicativos de celular, o que as pessoas querem é se mostrar, elas querem aparecer. A notícia mudou muito, porque não é mais “eu estou dando aquela notícia em primeira mão”, já está nas redes sociais, já está por aí, essa imagem já rolou e as pessoas querem se ver, nós queremos dar voz a elas. Elas querem estar ali falando, querem mostrar a sua imagem e não tem como ignorar isso. Aí também entramos em outra discussão que é um exercício que fazemos todos os dias nas nossas reuniões. Nós temos a notícia, mas o telespectador não quer mais só aquilo, porque ele já viu. E o que mais que nós podemos oferecer para ele além daquilo? O carro que caiu no canal, ele já tem aquilo, ele já está com a imagem, ele já nos ajudou, já mostrou aquela imagem. Então é um desafio pra nós irmos sempre além, tentar mostrar o que vem aí pela frente, mais do que mostrar essa imagem. Mas o jornalismo colaborativo, esse trabalho já está na engrenagem do JL1. Já não conseguimos mais trabalhar sem isso, não dá mais para trabalhar sem isso, porque é algo que nos é cobrado. Se deixarmos de ir um dia, ela já nos manda uma imagem para dizer: “olha o meu buraco ainda está aqui, vocês não vieram ver, vocês falaram que viriam nesse dia, tá aqui o meu buraco”. Agora nós já estamos em outra tendência que é o *video selfie*, que o telespectador já mostra ele mesmo gravando aquele problema dele. Então não tem mais como fugir disso, é a tendência e é o que o JL1 está cada vez mais trabalhando. Qual é o nosso desafio? Existem regras, existem normas que a gente não pode fugir, temos um rigor muito grande com a apuração de tudo o que chega aqui, tanto para o “Sem noção”, quanto para qualquer outra coisa, porque quando tudo começou nós tínhamos muito cuidado, “que imagem é essa?”, “quem foi que mandou essa imagem?”, “essa imagem é daqui de Belém do Pará?”. Hoje, ainda existe isso, nós precisamos saber quem é que manda essa imagem para nós, precisamos saber se essa imagem é daqui, quem foi que mandou, nós precisamos nos respaldar, porque apesar de ser o telespectador que está colaborando conosco, mas é jornalismo e nós não podemos fugir da nossa responsabilidade como jornalistas: apurar, checar aquela informação e dar uma resposta. Nós conversamos muito com a Semob sobre o “Sem noção” e uma coisa que, hoje, é uma regra é que nós não usamos imagens feitas por motoristas se eles estiverem dirigindo,

porque ele está errado também, se não damos mal exemplo. O nosso cuidado como jornalista é dar um bom exemplo e, a partir daquela imagem dizer “você tá errado, você vai pagar multa” e tudo mais. Então, nós recebemos, temos essa parceria com o nosso telespectador, mas também não deixamos de apurar.

5) Como se dá a produção dos quadros e como ocorre a seleção desses vídeos e fotos dentro do JL1?

Nós temos um estagiário e um produtor que são responsáveis por olhar tudo o que chega, porque de manhã está lotado, aí trava, porque é muita coisa. Então chega muita bobagem, mas esse é o momento de separar e fazer aquela triagem de todo aquele material, aí vai da qualidade daquela imagem, da veracidade daquilo ali, se é possível saber onde foi, quando foi e se ele não está dirigindo, então esse é todo o processo. Aí o produtor e o estagiário apresentam o que nós temos para aprovar. A Priscilla trabalha muito com isso, a apresentadora. É ela que cuida basicamente disso aí, se ela tem dúvida, aí ela vem comigo. Eu olho aprovo, esse é o processo do “Sem noção” que fazemos, aí vamos para a ilha de edição para ir par o exibidor.

6) E ele vai ao ar quantas vezes na semana?

Olha, depende, porque eu costumo dizer que em Belém sobra factual. Nós temos material para dar todo dia, tentamos dar um por jornal, mas logicamente se o tempo está estourado, se temos muita coisa, nós guardamos, porque podemos mostrar no outro dia e damos prioridade para os factuais.

7) Até que ponto você, enquanto editora chefe, considera que isso contribui ou até mesmo pode atrapalhar o jornalismo?

Hoje, é ele [telespectador] que nos pauta, assim como temos nosso caderninho para anotar, os jornalistas têm o *tablet* também. Nós temos o aplicativo “Vc na TV Liberal” também, só que, nesse caso, é só por mensagem, não permite uma conversa, para responder tem que ser por e-mail. Mas ele é que nos pauta, é aquela mensagem que ele está mandando, é aquela conversa que nós vamos ter com ele, que antes ele ligava e fazíamos pelo telefone, hoje é pelo *tablet*, nós vemos o que ele está mandando, conversamos com ele, é muito mais rápido. Esse contato com o telespectador, hoje, é muito mais rápido. E é ele que nos pauta, porque diz “olha, eu

tenho essa denúncia dessa rua”, outros pedem o “Calendário JL” na rua. Então, fazemos uma seleção de tudo aquilo que recebemos pelo WhatsApp ou pelo aplicativo e, a partir dali, vamos pautar. As nossas pautas, do jornalismo comunitário, que é a cara do JL1, estão sempre ali no *tablet*. Nós recebemos denúncias, que não rendem apenas para o JL1, mas para todas as editorias, que chegam pelo *tablet*, que chegam pelo WhatsApp. É esse telespectador que, na maioria das vezes nos pauta, são os problemas que eles mandam, as denúncias que eles mandam que fazem o JL1, hoje. Isso em relação ao que eles nos mandam, é claro que o jornal não é só isso. Nós temos pautas produzidas, que são decididas em reuniões. Mas se vamos fazer um “Calendário”, nós priorizamos a mensagem, porque nós chamamos, quando uma matéria de jornalismo comunitário vai ao ar, nós chamamos, pedimos participação: “denuncie o problema da sua comunidade aqui”.

8) E como você, enquanto jornalista e editora chefe de um dos jornais de maior repercussão do estado, enxerga essa mudança, essa transformações? Você considera que isso é realmente uma quebra no paradigma da televisão, como um meio de comunicação de massa que comunica de um para muitos?

Eu acho que esse paradigma já foi quebrado há muito tempo. Mas acho que se pode pensar que isso é se adaptar aos meios. Somos comunicadores e temos que estar muito atentos à essa evolução. Se você não se adequar, esse telespectador, porque vivemos de audiência também, vai fugir de nós. E nós precisamos dele e é inevitável, não tem mais como fugir disso e dizer que não vai usar o WhatsApp, que você não vai buscar na internet, que você não vai usar o aplicativo, não tem como. O jornalismo tem que se adequar a isso, mas sempre com aquele rigor da apuração, o rigor de checar e de recheckar tudo o que chega. O nosso papel, hoje como jornalistas aqui é justamente fazer uma triagem de tudo o que chega para nós. Essa é uma ferramenta muito importante, não tem mais como fugir disso e eu acho que ainda tem muita coisa que vem aí pela frente. Agora estamos com a página do G1 Pará e, hoje os jornais inteiros são transmitidos ao vivo. Então o telespectador não está mas assistindo só na frente da televisão. A tendência do telespectador, hoje, é que ele não assista mais pela televisão, é que ele assista pelo celular. O que precisamos é nos adaptar a essa novas ferramentas, não tem como fugir, sem perder os preceitos do jornalismo, que é a apuração, checar e manter o que a TV Liberal e a Rede Globo têm de mais importante, que é a credibilidade.

Transcrição da Entrevista II:Denise Soares. Depoimento [Março, 2017]. Entrevistadora: Alice Santos. Pará: Belém, 2017. 2 arquivo sonoro. Entrevista concedida para o trabalho de conclusão de curso.

1) Primeiro, gostaria que você falasse um pouco da sua carreira. Como foi que você iniciou no jornalismo, quanto tempo você está atuando, como foi que você começou na Tv Liberal e qual é a sua função?

Eu me formei em 2011, mas muito antes de me formar eu já sabia que eu queria trabalhar com televisão. Durante a faculdade eu cursei a disciplina de Telejornalismo e tive a sorte do meu professor ser o coordenador de estágio da Tv Liberal e eu falei para ele da minha vontade de trabalhar com TV e pedi para me avisar assim que surgisse uma vaga. Foi quando ele me chamou para fazer um teste. Fiz e passei, aí comecei a trabalhar na Tv Liberal. Aqui, foi o meu primeiro estágio em jornalismo. Antes, eu já estagiava na assessoria de comunicação da prefeitura, na Cromos. Eu precisei deixar lá porque assumi o cargo de estagiária na TV Liberal. Então eu estagiei por um ano e coincidiu com o término do meu curso. Quando terminou meu contrato, por conta do término da faculdade, eu tive que sair da TV, não tinha vaga. Mas, um mês depois, eu recebi uma ligação e fui contratada como produtora. Fiquei por um ano na função e depois eu pedi para sair para fazer intercâmbio no Canadá e quando voltei eu comecei a trabalhar numa rádio evangélica. Depois dessa rádio, trabalhei na assessoria de comunicação de um órgão na prefeitura de Belém, Fundação Papa João XXIII(FUNPAPA) e aí depois eu voltei pra TV Liberal. Agora, aqui na TV eu já tô mais de um ano novamente como produtora. Mas essa experiência de hoje é muito mais enriquecedora porque a já tenho uma bagagem. No jornalismo, os erros fazem parte da nossa rotina, infelizmente. Eu costumo dizer que o que mais tentamos fazer é acertar. Procuramos não repetir os mesmos erros cometidos anteriormente. Então, essa experiência que eu tenho tido neste um ano na produção tem sido muito positiva. Ganhei, no início desse ano, o meu primeiro prêmio de jornalismo por uma matéria que eu produzi sobre violência obstétrica e ficou muito legal.

2) Enquanto produtora, como você vê as influências do meio digital, dessas novas tecnologias no formato do telejornalismo? Você vê como uma quebra de paradigma do

meio de comunicação de massa, permitindo que o próprio telespectador possa produzir conteúdo?

Bom, enquanto produtora eu acabo tendo contato direto com o telespectador. O primeiro contato do telespectador com a TV é com o produtor. Então, quando o telespectador liga para TV procurando falar com o repórter, explicamos para ele que não é possível, pelo repórter sempre estar na rua, e que é o produtor que é o responsável pela produção da matéria. O repórter traz para nós sugestões de matérias, mas quem apura, marca pauta e vai atrás do entrevistado é o produtor. É muito importante observar o quanto a tecnologia tem influenciado no nosso trabalho. Mostramos o que a pessoa quer assistir, aquilo que faz parte do dia a dia dela. Se o problema é a falta de água que atrapalha a vida da comunidade, nós mostramos. E muitas vezes, essa informação chega por meio de recursos tecnológicos. Hoje, o WhatsApp é uma ferramenta muito importante e muito usada por nós, produtores e jornalistas de uma forma geral. O produtor, por exemplo, está na redação e recebe denúncia pelo WhatsApp e isso nos aproximou muito do telespectador. Não só o WhatsApp, mas também os nosso aplicativo “Vc na TV Liberal”. Atualmente, muitas das nossas pautas nascem de denúncias enviadas por meio da tecnologia.

3) Você pode exemplificar o caso de uma matéria que foi construída através do envio, por meio do aplicativo?

Várias matérias são produzidas por meio do envio de conteúdo nos aplicativos pelo telespectador. Durante a semana, produzimos uma média de seis pautas que foram enviadas pelo telespectador. Elas vêm em formato de vídeo, foto e áudio. Eu posso dizer que a maioria das reportagens é comunitária. O jornalismo do Jornal Liberal 1ª Edição tem a característica comunitária. Ele procura mostrar o que está acontecendo na comunidade, mas também tem um caráter investigativo, porém, no geral, ele é mais voltado para que o telespectador quer ver e precisa saber, sobre a comunidade e a prestação de serviço. Por exemplo, o quadro “Calendário JL”, que é um quadro com características bem comunitárias, tem 90% de suas matérias sugeridas por meio do WhatsApp.

4) Você falou muito da questão positiva desse jornalismo colaborativo, utilizando essas ferramentas digitais. Você enxerga algo de negativo, existe um limite para a interferência desses aplicativos?

O jornalista sabe o que é notícia e por isso cabe a ele tratar da notícia para que ela possa ir ao ar da melhor forma possível. Ter o cuidado de apurar, ouvir os dois lados é o papel do jornalista. O telespectador que faz a denúncia não tem a preocupação com isso, porque ele não estudou para isso. Então, quando o telespectador manda para nós a foto da placa da reforma da escola que já está lá há muito tempo e que a reforma ainda não foi concluída, para ele aquilo é notícia, mas, para nós, só vira notícia depois da apuração, de conversar com as pessoas responsáveis, checar todas as informações. Se de fato procede ou não é que vamos divulgá-la. O limite está aí, não podemos correr o risco, enquanto jornalista, achar que aquilo que mandam é verdade, simplesmente porque te mandaram um vídeo. Muitas vezes o telespectador não entende esse processo de construção da matéria jornalística e precisamos explicar a necessidade de se apurar e checar todas as informações para que aquela denúncia seja exibida. O jornalista não pode perder a noção de que quem vai cuidar daquela informação, checar e apurar, para que ela seja tratada e publicada é ele.

Transcrição da Entrevista III: Priscila Castro. Depoimento [Março, 2017]. Entrevistadora: Alice Santos. Pará: Belém, 2017. 3 arquivo sonoro. Entrevista concedida para o trabalho de conclusão de curso.

1) Fale sobre a sua carreira, como foi que você começou no jornalismo e quando você começou a perceber essas transformações por conta da internet?

Bom, eu sou Priscila Castro, formada pela Universidade Federal do Pará, com habilitação em Jornalismo. Sou da turma de 1999, sai logicamente quatro anos depois e, antes mesmo de eu me formar, eu entrei aqui na TV Liberal como produtora. Passei um ano na produção, depois fui para reportagem, passei seis anos e estou, desde então, na apresentação. Já passei pelo jornal Liberal 2ª Edição, estou agora no JL1. Nunca fui efetiva só do Bom dia Pará, mais já fui apresentadora do É do Pará por uns dois ou três anos, já passei pelo Liberal Comunidade

no início ainda da minha carreira, quando eu era repórter. Na TV Liberal eu completo agora em setembro 15 anos. O jornalismo de televisão foi meio que por acaso. Entrei na faculdade de jornalismo – inicialmente eu queria fazer Direito mais aí eu não passei e no ano seguinte eu já fui pra Comunicação Social – porque eu já sabia que eu queria o Jornalismo por sempre gostar muito de ler e de escrever, mas a televisão em si foi durante o curso, porque algumas pessoas falavam que eu tinha uma voz muito boa que eu tinha todo o perfil para televisão e calhou de meu primeiro estágio ser realmente em televisão. Aí eu me apaixonei e desse estágio eu já vim a ser contratada aqui da TV Liberal e aí passei por essas etapas todas. Hoje, estou na edição e apresentação do JL1.

2) Sabemos que a linha editorial do JL1 é mais o jornalismo comunitário, mas o WhatsApp é uma ferramenta recente. Você pode falar um pouco sobre quais eram as ferramentas usadas até então e como foi essa introdução do WhatsApp no telejornal?

Até então, como toda redação se usava o telefone, depois veio a internet, com e-mail, mas a participação em si do telespectador se resumia a telefone. Nós já abrimos o JL1 para receber denúncias via telefone, então os números, já de um bom tempo, são divulgados no jornal para que as pessoas entrem em contato conosco. Então, a interatividade, a abertura do telespectador para fazer denúncia, para participar mandando perguntas de alguns quadros que é mais antiga, bem mais antiga. E desde que a redação é redação tem a denúncia que chega pelo telefone e algumas pessoas até vêm aqui. Recebemos e-mail, seja de telespectador ou das assessorias de comunicação, para avisar determinados eventos que vão acontecer. Mas quando foi implantado o WhatsApp, que chamamos de aplicativo de mensagens instantâneas, o volume e a qualidade até – claro que tem muita coisa que é apurada e descartada – mas o volume aumentou absurdamente. Hoje, as pessoas, por um comportamento da sociedade, pouco ligam, mas elas fazem questão de mandar uma mensagem e, com os celulares com câmera para filmar e fotografar, isso ficou bem mais rápido também para nós. Mas quando entrou o aplicativo de mensagens instantâneas para nós, passamos a ter um cuidado muito maior, porque qualquer pessoa pode pegar e mandar algo, mas não quer dizer que aquilo seja verdade, que tenha acontecido naquele momento e daquele jeito. Algumas vezes a imagem

por si só já fala muita coisa, mas ainda assim temos um critério de apuração com a pessoa que enviou. Ligamos para essa pessoa para saber o que foi que ela filmou, quando ela filmou e como foi. Algumas mensagens viram apenas uma participação pontual com uma foto, onde pedimos a posição do serviço público pra saber se vai resolver. Seja um lixo, “olha o caminhão do lixo não passou essa semana”, a pessoa bate uma foto e mostra a imagem daquela montanha e manda. Ou até o momento que uma simples foto pode virar uma “mega matéria”, porque o assunto tem uma relevância. Isso tudo passa pela apuração, ou seja, chega a informação, ou uma foto ou um vídeo, depois disso fazemos todo processo de apuração. Precisa realmente ter esse critério, isso é a produção que se responsabiliza. Tem o quadro “Sem noção” também se tem esse cuidado em saber onde aconteceu, como aconteceu, quem foi que enviou. Entramos em contato com as pessoas e elas até se assustam, não querem dar o nome, mas precisamos saber o que aconteceu para ter esse cuidado com o que vai ao ar. Quando a imagem já “viraliza” e sabemos quem é o autor, dizemos “imagens que já estão circulando na internet...” porque aí perdeu o controle e não sabemos mais da onde veio essa imagem, porque recebemos de várias pessoas. Temos que tomar todo cuidado para realmente não errar.

3) Inicialmente, acredito eu, o WhatsApp começou como funcionava o e-mail que vocês só recebiam a informação. Em que momento vocês passaram a utilizar na edição do jornal, nas reportagens, conteúdo de imagens e vídeos?

Eu acho que desde o início. O WhatsApp é isso, compartilhamento de fotos, textos e vídeos. Teve o momento que o volume [de informações, imagens e vídeos] era muito grande, e a nossa equipe é reduzida, não consegue estar em todos os lugares, em todo o tempo. Na hora que colocamos a participação do telespectador, é o olhar dele dentro do jornal. Uma personificação, você não somente dá a denúncia mais você participa do momento da notícia, então você ajuda a fazer o jornal. Isso é muito bacana. Recebe uma receptividade enorme das pessoas. No quadro “Fala saúde”, por exemplo, temos muitas perguntas parecidas e as pessoas gostam de ouvir o nome delas sendo dito no jornal. Muitas vezes, eu tento reunir algumas perguntas para justamente contemplar aquela pessoa que parou o seu tempo, mandou uma

pergunta. É uma forma de responder a esse telespectador que está participando, que está ligado na televisão para acompanhar o noticiário.

4) E especificamente em relação ao quadro “Sem noção”, você que faz a seleção?

Recebemos de vários meios e, geralmente, sou eu que tomo a decisão para ver o que vai e o que não vai, o que rende e o que não rende. Temos uma grande preocupação com isso, porque percebe-se que tem algumas situações em que as pessoas se filmam para estarem no quadro. Descobrimos isso com alguns patinadores de rua. Chegou uma primeira denúncia de um motorista que flagrou e quando foi ao ar, nós descobrimos que eles usavam essa denúncia nas páginas do Facebook deles para se promoverem. Certas atitudes em que a pessoas estão se colocando em risco, sabendo que estão sendo filmadas, com muita produção, passamos a realmente não mais colocar. Quando o motorista manda a imagem e vemos que quem está filmando é o carona e não ele, podemos utilizar, mas não é sempre. Motociclistas dirigindo deitados na moto, sabemos que isso é muito comum na estrada e eles fazem isso pra se promover. Passamos a utilizar alguns critérios que impeçam isso. Motoristas que filmam dirigindo não entram, porque estão se colocando em risco. O Motociclista que filma enquanto dirige também não entra, porque está se colocando em risco. Passamos a ter cuidados maiores para que não demos mau exemplo.

5) De que maneira você toda essa transformação? Porque sabemos que os jornais vão se adequando conforme as novas tecnologias vão surgindo e não dá para ignorar a influência da internet, que acabou possibilitando uma maior interação no telejornalismo. De que maneira você acha que isso pode contribuir ou até atrapalhar a execução do telejornalismo?

Eu acho muito positivo, acredito que o caminho é esse. A interatividade é muito forte. Hoje, é o nosso diferencial que possibilita que a pessoa possa se ver, possibilita a participação da pessoa diretamente. E, ela saber que ligou e que apuramos problema na comunidade dela, que mandamos uma equipe para lá para fazer uma reportagem, seja no calendário JL, seja

também em flagrantes, com imagens que as pessoas cometem infrações gravíssimas... Nem sempre eu posso mandar uma equipe para lá ou eles não conseguem estar lá na hora do acontecimento pra registrar a imagem, então é você ter o olhar do telespectador. Muitas vezes, a partir daí você percebe uma mudança de comportamento. As pessoas percebem o que é certo, o que é errado. O quadro “Sem noção” é muito forte em relação a isso. Você saber o que pode e o que não pode fazer. Seja no trânsito, na porta da casa, seja na rua no comércio que fecha a frente da calçada, temos várias situações. Com o quadro “Sem noção”, estamos conseguindo alertar a sociedade para uma melhoria de comportamento. Para mudar o comportamento para melhor. Não tem volta mais, gostamos disso, nós nos pautamos muito por isso. Percebemos o retorno das pessoas, a felicidade delas em ter o problema resolvido. E essa é a função do jornalismo, é realmente transformar a sociedade, é trazer algo melhor para ela. Poder público muitas vezes reclama, pegamos muito no pé, mas se o serviço fosse feito corretamente, não teria tanta denúncia, não teria tanta reclamação da população.