



VOZES DA WEB NO TELEJORNALISMO DA TVI

MARINA MAGALHÃES
ROBERTA MATIAS SIMÕES

Investigadora do ICNOVA e ULHT; Doutoranda em Ciências da Comunicação no ISCTE

As paisagens pós-urbanas que se desenham no mundo contemporâneo, atravessadas por redes formadas por elementos humanos e não humanos digitalmente conectados, são marcadas pela emergência de novas formas comunicativas de habitar. Com o advento do Big Data, dos algoritmos e da Internet das Coisas, o modelo comunicativo das gerações anteriores (bidirecional e piramidal), nomeadamente dos *media* de massa, foi desafiado pelo advento do modelo rizomático trazido pela internet, sobretudo em sua fase mais recente, das redes sociais digitais. Logo, a lógica da agenda *setting* vem sendo, muitas vezes, substituída pela da agenda *building*, por meio da qual os ditos utilizadores, cibercidadãos ou coprodutores ajudam a pautar a cobertura mediática dos meios tradicionais, através de publicações postadas em seus perfis nas redes sociais digitais ou da colaboração direta por meio de envio de materiais.

Por um lado, é interessante observarmos como esses conteúdos produzidos com tecnologias móveis digitais e pelo cidadão comum acabam por ganhar valor dentro das redações e passam a fazer parte do telejornal. Por outro lado, na dita nova esfera pública digital, com o aumento exponencial da velocidade, do alcance de propagação da informação compartilhada e da presença de *fake news* nesse ambiente, se faz necessário tratar sobre os riscos que os *media* correm ao utilizar tais conteúdos nessa era marcada também pela pós-verdade. Diante do cenário atual, propomos direcionar um olhar sobre a questão da abertura dos *media* tradicionais portugueses à pluralidade de vozes da web, a começar pela observação da participação dos utilizadores no Jornal das 8 veiculado pela TVI.

INTRODUÇÃO

No livro *The Post-truth Era (A era da Pós-Verdade)*, em tradução livre, Ralph Keyes (2004) já abordava que entramos numa época com uma lógica própria, criada para adulterar a verdade, um tempo em que é possível dissimular sem sentir culpa ou desonestidade. Pouco mais de uma década depois, o termo “pós-verdade” foi eleito a palavra do ano de 2016 pela Universidade de Oxford, sendo incorporado ao célebre dicionário editado pela instituição britânica e ao repertório lexical global¹.

A popularização da palavra, que denota “circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais” (Oxford, 2018), reflete o risco inerente ao espírito do tempo que circula entre os humanos e não humanos (Latour, 2012) digitalmente conectados: mentiras compartilhadas online, nas redes em que membros confiam mais uns nos outros que em qualquer órgão tradicional da imprensa, ganham aparência de verdade (Priolli, 2017).

Nesses anos marcados pela expansão do Big Data (Mayer-Schönberger & Cukier, 2013), pela ação dos algoritmos sobre a grande massa de dados formada por nossos rastros e por vestígios da comunicação das coisas (Lemos, 2013), os novos meios de circulação da informação forjaram um ambiente propício à proliferação de *fake news*, em contextos digitais de informação em que a veracidade é socialmente construída a posteriori (Di Felice, 2018).

Para Santaella (2018), notícias falsas costumam ser definidas como notícias, estórias, boatos ou fofocas criadas para ludibriar ou fornecer informações enganadoras, a fim de influenciar as crenças das pessoas, manipulá-las politicamente ou causar confusões em prol de interesses escusos. Tal processo decorre com o auxílio dos citados algoritmos, que são programados pelas empresas de tecnologia para traçar perfis dos utilizadores das redes de acordo com as suas predileções, dividindo-os em bolhas que receberão determinados conteúdos em detrimento de outros.

Se as notícias falsas existem desde o tempo dos gregos, e inclusive foram utilizadas como estratégias dos primeiros movimentos de net-ativismo para desmascarar os *media* de massa² (Magalhães, 2018), nas redes sociais digitais elas encon-

¹ A Oxford Dictionaries indica que o termo teria sido usado pela primeira vez em 1992, por Steve Tesich, dramaturgo sérvio-americano. Ao longo de uma década, “pós-verdade” foi empregado de forma crescente, atingindo o seu pico em 2016, com aumento estimado em 2000%.

² A exemplo do Tactical Media, rede emergida nos anos 1990, voltada para uma intervenção inovadora nos campos da arte, da política e da comunicação através da interação com as tecnologias digitais. A infiltração de notícias falsas nos *media* tradicionais era uma das ações recorrentes dos artistas e grupos que se articulavam a partir das suas ideias.

traram os apelos e as condições favoráveis para a viralização, independente da sua veracidade. “Uma vez que compartilhar é um dos apelos do funcionamento das redes sociais, geram-se aí as condições para a disseminação de falsas notícias e de boatos” (Santaella, 2018).

O fenômeno das *fake news* também teria sido impulsionado pela facilidade de todas as pessoas na internet serem potenciais produtores de conteúdo (Cabral, 2018). Antes limitados ao papel de leitores, ouvintes ou espectadores dos meios de comunicação tradicionais, os utilizadores encontraram nos blogs, nos comentários dos portais de notícias e nos próprios perfis nas redes sociais digitais – YouTube, Twitter, Facebook, Instagram etc. – seus canais de produção e difusão de conteúdos, ora disputando espaço com os *media* tradicionais, ora colaborando com a atualização das narrativas jornalísticas.

Com foco neste tipo de ação colaborativa, para entender melhor o fenômeno lançamos um olhar inicial para a transformação do modelo comunicativo após o advento da internet. Em seguida, buscamos entender as suas implicações nos novos desafios de produção de conteúdo impostos aos *media* tradicionais, que hoje seguem uma lógica inversa a de outrora, muitas vezes sendo pautados pelas vozes da web, ou seja, pelos conteúdos postados ou enviados pelos ditos utilizadores das redes sociais digitais.

Após uma discussão teórica sobre o tema, observamos como esses conteúdos produzidos com tecnologias móveis digitais e pelo cidadão comum acabam por ganhar valor dentro das redações, fazendo parte do telejornal. Adotamos como recorte empírico a observação da participação dos utilizadores no Jornal das 8, veiculado pela TVI, durante a cobertura jornalística dos fogos que atingiram as florestas do Norte e Centro de Portugal em outubro de 2017, nomeadamente as edições exibidas entre 15, 16 e 22 de outubro do mesmo ano.

1. AS VOZES DA WEB E O FIM DOS PONTOS DE VISTA CENTRAIS

As quatro revoluções comunicativas – a escrita (no século V a.C., no Médio Oriente), o surgimento da prensa (século XV, na Europa), a cultura de massa na era da eletricidade (séculos XIX e XX, no Ocidente) e a cultura digital (século XXI, em todas as latitudes) – proporcionaram, cada uma à sua maneira, transformações profundas nos modelos de comunicação e organização das sociedades, culminando num processo crescente de desmaterialização da informação (Abruzese, 2010; Pireddu, 2010) que afetaria todas as esferas da vida nos mais distintos modelos de sociedade.

Após a revolução digital, com a transformação do modelo de comunicação bidirecional (baseado na distinção identitária entre emissor e receptor comum aos *media* de massa) ou piramidal (com o topo da pirâmide dominado pelo Estado e pelos conglomerados mediáticos) num modelo rizomático (Deleuze & Guattari, 1995), também conhecido como reticular (Di Felice, 2010), novas mudanças se disseminaram numa lógica horizontal que potencializou o fim dos pontos de vista centrais.

Entre tais mudanças, destacam-se: a tomada coletiva da palavra, a substituição de uma agenda pautada pelos *media* (agenda *setting*) por uma agenda pautada, muitas vezes, pelas redes sociais digitais (agenda *building*), a possibilidade de protagonismo pelas minorias ou grupos marginalizados e, conseqüentemente, uma crescente perda do controlo da informação por parte das empresas, das instituições públicas e do Estado.

Segundo Santaella (2018), durante a hegemonia da comunicação de massas as notícias eram produzidas de forma restrita, por fontes relativamente confiáveis, que deveriam seguir códigos estritos de deontologia do universo jornalístico. Entretanto, a internet e a cultura das redes sociais digitais inauguraram uma nova lógica de publicação, compartilhamento e consumo de informação, livre de regulações ou padrões editoriais jornalísticos, que alcançou o seu apogeu a partir dos *media* móveis.

Qualquer pessoa pode abrir um site, um blog ou um perfil em quaisquer plataformas que quiser. As mídias não são mais consumidas à maneira que foi consolidada pelas mídias massivas. O verbo, a imagem e o som, quase sempre juntos, são agora criados, compartilhados, aceitos, comentados ou atacados e defendidos das mais variadas maneiras, nas mais diversas plataformas, por milhões de pessoas. (Santaella, 2018).

Trata-se, segundo Cádima (2018), de uma mudança de paradigma comunicacional: do *broadcasting* ao *egocasting*, do velho jornalismo de máquina de escrever ao *next journalism*, do velho sujeito receptor/passivo ao “*active browser*”. Logo, nessa nova cultura assentada nas redes, nas plataformas, nos algoritmos e nas aplicações, por meio dos quais e com os quais colaboram os ditos utilizadores ou “*producers*” que bucam deliberar publicamente e propagar as suas múltiplas afirmações do “eu”, os meios de comunicação tradicionais tentam se reinventar buscando uma aproximação do modelo rizomático.

Se no *small data* os grandes conglomerados mediáticos selecionavam a informação que seria divulgada para a população, a partir de salas fechadas onde

deliberavam sobre a ordem de importância das pautas, na era do *big data* são os próprios utilizadores, através dos seus acessos, que mostram os conteúdos de maior interesse. “Os leitores tornam-se os editores que passam, assim, a perceber os fluxos informativos e o processo comunicativo” (Di Felice, 2018).

2. NOVA AGENDA MEDIÁTICA

A complexidade da sociedade contemporânea exige que os *media* repensem suas agendas e não apenas elas. Num mundo cada dia mais conectado, convergente, mediatizado e interativo, os *media* também são instigados a adequar a produção de notícias a esse novo tempo, a abrir espaços para o cidadão, que utiliza tecnologias móveis digitais.

Entendemos que na sociedade mediatizada (Verón, 1997; Braga, 2012; Hjarvard, 2008; Fausto Neto, 2011) o processo de produção de notícias envolve a apuração e a checagem de conteúdos que chegam à redação ou surgem na web. Esse material, em alguns momentos, acaba por ser veiculado nos *media* tradicionais e precisa ser visto com atenção, pois não se pode esquecer que estamos na era da “pós-verdade” e das *fake news*. Abre-se um espaço para o cidadão que antes era receptor, em algumas situações fonte, e agora passa a desempenhar um novo papel: o de coprodutor³ (Siqueira, 2013) no processo de produção de notícias.

Aqui, nos dirigimos especificamente ao trabalho realizado pelos *media* televisivos que vêm utilizando, nos telejornais, conteúdos produzidos por cidadãos. O material é enviado para a redação ou captado na web. Esse movimento reflete a busca do jornalismo em se tornar cada dia mais plural e diverso e em se adaptar ao modelo rizomático, seja com vistas à manutenção e a ampliação das audiências, seja pela força que os conteúdos da web, principalmente das redes sociais digitais, passaram a ter na sociedade.

No Brasil já há pesquisas que apontam esses fenômenos. Siqueira (2013) identificou o que nomeou de o *flagrante único de coprodução*, ao investigar a rotina produtiva do Jornal Nacional de Rede Globo de Televisão. Já Simões (2015) pesquisou um telejornal local, ligado ao mesmo grupo de comunicação, e apontou para

³ Definido por Siqueira (2013) como o cidadão que produz conteúdos identificados pelo jornalista como não produzidos pela equipe de reportagem da emissora e que recebe as seguintes identificações: “cinégrafista amador”, “imagens da internet”, “imagens feitas por celular” ou “testemunha”, na fala do jornalista ou em caracteres. Além disso, para nós, é o cidadão que no passado se tornava fonte e hoje, além da informação falada ou escrita, produz fotos, imagens e áudios.

uma colaboração frequente do cidadão no telejornal como um fator definidor de pautas.

É interessante observar as mudanças que isso provoca nos telejornais a partir do momento em que conteúdos produzidos pelo cidadão, aqui tratado como coprodutor, e a quantidades de *likes* desses materiais em redes sociais passam a ser avaliados afetando o processo de seleção das notícias, o agendamento do telejornal e a rotina produtiva dos jornalistas. Assim, aos poucos, vozes que estão na web vão se ampliando e passam a ocupar os meios tradicionais de comunicação.

3. TELEJORNALISMO E AS VOZES DA WEB NA TVI

Outubro de 2017. Um jovem segue dirigindo um carro por uma estrada portuguesa e se vê cercado pelo fogo. Em segundos, o rapaz se utiliza do telemóvel e começa a gravar a cena. Ao sair da área de perigo, envia o que gravou para a sua rede social. “Gravei apenas para mim. Quando dei por mim estava rodeado”, revelou RT⁴, em entrevista a uma das pesquisadoras, via Messenger, em janeiro de 2018, após ser localizado via Facebook.

Além das imagens fortes, mostrando grandes labaredas de fogo consumindo a floresta, o conteúdo produzido por RT continha a narração do rapaz, detalhando o que sentiu naquele instante. Ao publicar o conteúdo nas redes sociais, o vídeo tornou-se viral e, como ele mesmo referiu na entrevista, “se viu rodeado” por jornalistas e por representantes de empresas de imagens, que queriam entrevistá-lo ou comprar o conteúdo publicado.

De acordo com RT, o conteúdo foi vendido para uma empresa que comercializa imagens da internet e em nenhum momento ele enviou esse material para emissoras de televisão. Como detalharemos adiante, as imagens e o áudio foram exibidos num telejornal da TVI e de forma repetida, numa mesma edição. Veremos que a emissora utilizou outros conteúdos de coprodutores e pelo menos um deles sem confirmação da sua origem.

O que acabamos de relatar faz parte da sociedade contemporânea. Buscamos aqui identificar como foram utilizados, no Jornal das 8 da TVI, os conteúdos produzidos por quem estava no local da tragédia ocorrida em Portugal no mês de outubro de 2017; examinar se os efeitos da mediatização afetaram o processo de produção da notícia e verificar se a lógica da agenda *setting* foi substituída pela

4 RT autorizou via Messenger a utilização do seu nome, mas preferimos mantê-lo preservado.

da agenda *building*, diante de um tempo de pós-verdade. Nossa hipótese é de que dentro da nova lógica dessa sociedade mediatizada e convergente a rotina do telejornal, durante a cobertura dos fogos, foi modificada e os conteúdos produzidos pelos coprodutores acabaram se espalhando na web a ponto de influenciar a sua agenda.

Aportaremos a análise na “analítica da mediatização” proposta por Fausto Neto (2008). Nela, o autor apresenta de forma sintética aspectos sobre os quais o conceito de mediatização foi se estruturando, ao mesmo tempo que foram ocorrendo as transformações na sociedade relacionadas com as novas formas de interações resultantes da conversão de tecnologias em meios. Esses estudos foram direcionados para o meio impresso e, aqui, nos apropriaremos do ponto que acreditamos estar afetando mais fortemente o meio televisivo, a “transformação do status do leitor”, que trataremos como transformação do status do espectador. O pesquisador aponta os aspectos que configuram a “analítica da mediatização”:

As configurações desta «analítica», e de seu funcionamento, apresentam-se no universo do jornalismo e de sua prática, segundo quatro aspectos: 1) transformações da «topografia jornalística», como espaço «organizador do contato»; 2) a auto-referencialidade do processo produtivo; 3) auto-reflexividade sobre seus fundamentos teóricos; 4) transformação do status do leitor (Fausto Neto, 2008, p. 96).

Entendemos, com o autor, que passamos a viver numa ambiência social cada vez mais mediatizada e plural, na qual tecnologias são convertidas em meios e acabam por afetar a organização social e as práticas dos diferentes campos, entre eles o jornalístico. “Trata-se de uma mudança no próprio ‘entorno comunicativo’ na medida em que a cultura, lógicas e operações de mídia se disseminam por todas as práticas sociais” (Fausto Neto, 2012, p. 300).

Logo, no caso do jornalismo televisivo, essa mudança acaba afetando a seleção e até mesmo a agenda do telejornal. O processo de agenda *building* (Di Felice, 2010) estaria ocorrendo pela força exercida pelos cidadãos nas redes sociais digitais. Esses, ao produzirem conteúdos⁵ e adquirirem milhares de *likes* e compartilhamentos, acabariam por ganhar espaço no telejornal e por interferir no momento da seleção da notícia e na agenda.

5 Neste trabalho consideramos conteúdos materiais fotográficos e em vídeo (audiovisuais) produzidos utilizando *medias* digitais (telemóveis, *smartphones*, câmaras fotográficas, filmadoras, *tablets*).

Diante do exposto, decidimos fazer uma análise inicial da cobertura dos fogos de outubro de 2017 pelo Jornal das 8 da TVI, um telejornal da televisão generalista portuguesa que, também, é transmitido pela TV a cabo do mesmo grupo, a TVI24. Antes de trazermos a análise, apresentamos o telejornal em estudo.

3.1 O Jornal das 8

O Jornal das 8 pode ser considerado um telejornal relativamente jovem. Ele foi ao ar pela primeira vez em 6 de maio de 2011 e faz parte da grade de programação da TV Independente – TVI, segunda estação de caráter privado de Portugal (Tourinho, 2014). Selecionamos esse telejornal após observarmos a exibição de reportagem com imagens fortes do incêndio que teve início no dia 15 de outubro de 2017, nas zonas Norte e Centro de Portugal. As imagens veiculadas no mesmo pareciam não ter sido produzidas pelas equipas da TVI.

A data dos fogos foi declarada como o “pior dia do ano” pela Proteção Civil portuguesa, com mais de quarenta mortos e oitenta feridos⁶ confirmados pelas autoridades. Entre os distritos mais atingidos estavam Viseu, Leiria, Viana do Castelo e Coimbra. Todas essas informações foram apontadas pelo telejornal.

A bancada do Jornal das 8 é de responsabilidade de Pedro Pinto e Judite Sousa; porém, em três dos oito dias observados, João Alberto Carvalho ocupou esse espaço. Feita esta síntese, seguimos com a análise da cobertura dos fogos pelo telejornal. Observamos as edições exibidas entre 15 a 22 de outubro de 2017; no entanto, centraremos nossa análise nos dias 15, 16 e 22, por terem apresentado a maior quantidade de conteúdos identificados por nós como produzidos por coprodutor. Na observação, em algumas telas capturadas na página da TVI na web surge a logomarca da TVI24, canal a cabo do mesmo grupo, que retransmite o Jornal das 8.

3.2 Os fogos de outubro: da Web para o telejornal

O Jornal das 8 tem entre uma hora e uma hora e meia de duração, segundo observamos nas edições exibidas entre os dias 15 e 22 de outubro de 2017. Nesse período, o telejornal levou ao ar um material vasto sobre os incêndios, cuja gravi-

⁶ De acordo com os últimos números divulgados pelo Jornal das 8, as autoridades confirmaram, no dia 20 de outubro de 2017, que 44 pessoas morreram e oitenta estavam feridas, dez delas em estado grave.

dade mobilizou os portugueses e a imprensa nacional. Além do acompanhamento dos fatos durante a semana, no domingo, 22 de outubro, o telejornal trouxe uma reportagem especial sobre os fogos com o título “O pior dia das nossas vidas”.

No dia 15 de outubro, após dar boa noite, Pedro Pinto iniciou o telejornal afirmando: “*Tem sido um domingo de inferno no combate às chamas. Este é o pior dia do ano, em matérias de incêndios*”. O apresentador seguiu dando informações sobre os fogos: “*Todo o país está em alerta vermelho... já são mais de 300 incêndios em território nacional. As situações mais graves são em Lousã, Monção e Val de Câmara*”. Em seguida, chamou a reportagem. Aos poucos o repórter, o cinegrafista e os entrevistados foram detalhando como o fogo destruiu o que encontrou pelo caminho.

Mais adiante, um primeiro rastro de uso de material não produzido pela equipe do telejornal. A reportagem sobre o fogo no Vale do Camba trouxe uma foto que mostra o capotamento de uma viatura do Corpo de Bombeiros, cedida pelo Jornal de Notícias, como é possível verificar a seguir.



Foto cedida pelo Jornal de Notícias e exibida no Jornal das 8 do dia 15 de outubro

Após todas as reportagens e directos sobre os incêndios em Portugal, surgiram, então, imagens que podem ter sido feitas por coprodutor. O curioso é que tais imagens não eram do incêndio em Portugal, mas sim em Espanha, na Galiza. Balançadas e com movimentos bruscos, elas mostravam o incêndio na região e um BG musical dava ao espectador mais um elemento dramático. Embora não

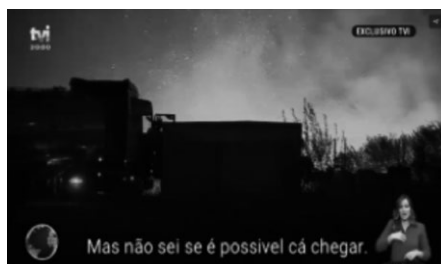
se saiba quem fez, pois o conteúdo exibido não recebeu créditos, a má qualidade deixa o indício de que um outro “ator”, que não o da equipa, fez o registo com uma tecnologia móvel digital.



Imagens do incêndio na Galiza, sem identificação, usada no Jornal das 8

Aqui alertamos para uma situação que pode pôr em risco a credibilidade do telejornal: além de não ser identificado, o conteúdo não apontava de forma clara em qual ponto da Galiza tinha sido gravado, nem como a equipa teve acesso a essas imagens. Até ali foram 21'50" do telejornal dedicados à cobertura de incêndios, o restante do tempo foi ocupado por outros temas da agenda.

No dia 16 de outubro de 2017, o Jornal das 8 começou com o apresentador Pedro Pinto trazendo uma atualização das vítimas dos fogos, das medidas tomadas pelo governo e um resumo do que aconteceu nas últimas horas. Em seguida, anunciou: “A TVI teve acesso exclusivo a comunicações de emergência, no incêndio de Santa Comadão, entre os bombeiros no terreno, a cooperação e a Proteção Civil...”. Os áudios foram exibidos acompanhados de imagens, gravadas pelos cinegrafistas da TVI, e por caracteres com diversos diálogos. Eram pedidos de socorro, muito som ambiente e falas que deixavam aflito qualquer espectador, revelando o que foi vivido por quem tentava conter o fogo.



Áudios de comunicações de emergência com imagens da tragédia

O conteúdo em áudio foi selecionado dentro do processo de produção e utilizado no telejornal da TVI. O coprodutor foi identificado pelo jornalista como “testemunha da tragédia”. Fausto Neto (2008), nos jornais impressos, identificou processos semelhantes, os quais nomeou “protagonização do leitor”. Seguindo a linha de pensamento do autor, o telejornal utilizou o que chamamos estratégia de protagonização do cidadão. Com autorização ou não, usou os conteúdos por este produzidos, elevando-o ao status de coprodutor participe do processo de produção. No caso em questão, a protagonização é provavelmente de um cidadão especializado, um bombeiro.

Em seguida, o telejornal trouxe outro conteúdo produzido por coprodutor. Na reportagem, a jornalista Maria Viegas começou dizendo, em *off*: “São momentos de pânico filmados e contados na primeira pessoa. O inferno é na A17, na Zona de Vagos, em Aveiro”. A partir daí quem assumiu a narração foi o coprodutor. O relato forte em áudio e as imagens impressionantes mostravam os fogos de um lado e do outro da estrada e o jovem dirigindo tentando atravessar a rodovia. A jornalista voltou em *off* informando que, no Facebook, o condutor escreveu: “hoje a sorte estava comigo. Ia morrendo”.

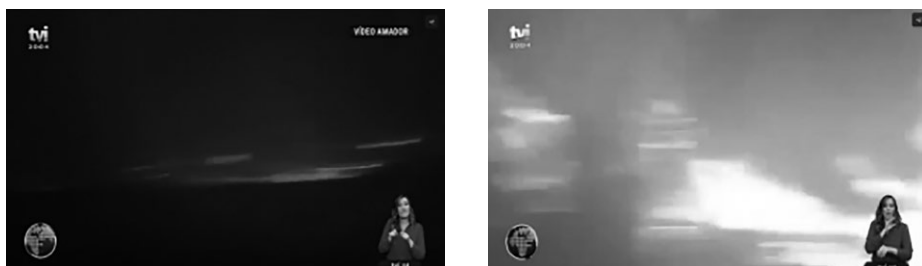


Imagens produzidas por cidadão usadas no Jornal da TVI

A repórter iniciou e finalizou o texto, mas o restante do conteúdo da reportagem foi o gravado por RT, que citamos anteriormente. Em momento algum o coprodutor foi identificado; porém, entendemos que nem por isso deixou de existir ali uma estratégia de protagonização do cidadão. O espectador entendeu que em outro momento ele também pode coparticipar, enviando conteúdos para o Jornal das 8. Desta vez, a estratégia de protagonização do cidadão deu espaço e destaque ao cidadão comum.

O apresentador seguiu chamando conteúdos gravados por outros três coprodutores, que também encontraram fogo nas autoestradas portuguesas. Algumas imagens foram flagradas na A1, próximo a Leiria, e outras gravadas por um cida-

dão que viajava de comboio, na linha do Norte, antes de Aveiro. Essas últimas são imagens borradas, em alguns momentos pouco nítidas, e mesmo assim aproveitadas na reportagem. A seguir temos o conteúdo captado no site do telejornal.



Mesmo quase sem definição, as imagens produzidas pelo cidadão foram usadas no Jornal das 8

No encerramento, o Jornal das 8 do dia 16 de outubro de 2017 trouxe um vídeo contendo imagens e sobre sons das reportagens exibidas e conteúdos registados pelos coprodutores, além do sobre som produzido por RT.

Nos dias subsequentes, 17, 18, 19, 20 e 21, não identificamos conteúdos produzidos por coprodutores no Jornal das 8. Já no dia 22, o apresentador do telejornal surgiu no ecrã directo da área externa do Quartel de Bombeiros de Oliveira do Hospital, que foi muito afetada pelos fogos do dia 15 de outubro. A edição especial começou com uma suíte do que se passou no Norte e Centro de Portugal. Entre as imagens estava um material cedido por uma instituição identificada como Centro TV.

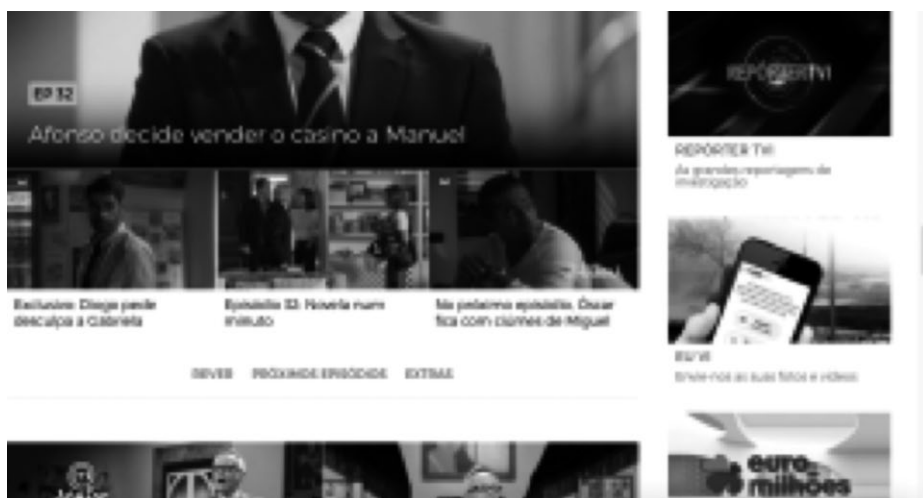
Ainda no início do telejornal, o apresentador destacou: *“uma fotografia, que está a circular pelas redes sociais. Eu gostaria de atribuir a autoria, mas não o consegui fazer e identificar”*. É um registo de um ponto mais alto da freguesia que, segundo ele, mostra Oliveira do Hospital sendo destruída pelo fogo. A mesma fotografia foi exibida em vários momentos do telejornal. A estratégia de protagonização do cidadão está sendo usada mais uma vez e com um flagrante da apropriação de conteúdos produzidos por cidadãos para a web reconhecido pelo apresentador.

No nosso entender o processo de produção e, neste caso, a credibilidade do telejornal são afetados. O espectador pode ter se questionado: como essa imagem foi parar na redação? O jornalista tem certeza que é mesmo o fogo que atingiu Oliveira do Hospital naquela semana ou seria um caso de *fake news*?



O telejornal foi apresentado fora do estúdio e exibiu foto de um coprodutor

É interessante observar que esse novo modo de fazer jornalismo, utilizando conteúdos produzidos por cidadãos, é alimentado no Portal da TVI⁷. O convite está num *banner*, no lado direito e mais para o final da página principal. No *link TV*⁸ há em destaque um telemóvel e a frase “EU VI”, logo abaixo segue o apelo: “Envie-nos suas fotos e textos”.



Capa da página TV, no Portal da TVI, com convite à participação do cidadão

Buscando interferir nesse processo, em julho de 2018 a Entidade Reguladora para Comunicação Social – ERC aprovou e publicou o Guia de Boas Práticas para

⁷ Apresentação do Jornal das 8 no Portal da TVI. Disponível em <http://www.tvi.iol.pt/programa/jornal-das-8/53c6b3903004dco06243docf/sinopse>. Consultado em 10 set. 2018.

⁸ Capa do Portal da TVI, com link para envio de conteúdos produzidos pelo cidadão http://www.tvi.iol.pt/?utm_campaign=barra_iol&utm_source=www.iol.pt&utm_medium=barra&utm_content=link_botao. Consultado em 8 set. 2018.

cobertura informativa de incêndios florestais e outras calamidades. O documento destaca o papel dos *media* no sentido de informar e alertar o público, cumprindo as normas ético-legais próprias da atividade jornalística.

Entre os dez pontos registados no guia está um que trata do recurso a imagens de videoamador e a conteúdos captados pelo cidadão. Nestes casos, a ERC lembra que é fundamental assegurar a validação do conteúdo, que ele precisa acrescentar valor à informação a divulgar e que isso deve ocorrer de forma contextualizada e “claramente identificável enquanto tal, devendo a sua exibição ser sujeita a tratamento editorial de forma a respeitar as regras que regem a produção jornalística”⁹.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde os primeiros estágios da internet, as tecnologias digitais possibilitaram ao cidadão comum a criação e a veiculação de conteúdo próprio na rede. Com o recente avanço e a popularização dos *media* móveis digitais, como os *smartphones* e *tablets*, e das redes sociais digitais, tais possibilidades foram potencializadas, dando origem a uma nova lógica de publicação, compartilhamento e consumo de informação, em muitos momentos, livres de regulações ou padrões editoriais jornalísticos (Santaella, 2018).

Logo, os conteúdos produzidos e postados em tempo real encontraram os apelos e as condições favoráveis para a viralização, independente da sua veracidade, no cenário contemporâneo da pós-verdade. Ainda assim, tais conteúdos produzidos pelo cidadão comum com as tecnologias móveis digitais acabaram por ganhar valor dentro das redações e espaço em jornais impressos e telejornais.

Em nossa observação, buscamos analisar como esse cidadão, que identificamos como coprodutor (Siqueira, 2018) interfere no fazer jornalístico televisivo. Centramos nossa análise na cobertura dos fogos de outubro de 2017, pelo Jornal das 8 da TVI portuguesa. Dos oito dias pesquisados identificamos três como sendo de maior presença de conteúdos produzidos por coprodutores no telejornal, que ajudaram a construir algumas reportagens.

Embora não tenha sido possível identificar de forma precisa como esses materiais chegaram até a redação, diante da observação, percebemos que parte do conteúdo pode ter sido retirada diretamente da web, sem autorização dos respectivos cidadãos, e que isso foi provocado pela viralização desses materiais na internet.

⁹ Disponível em <https://www.jn.pt/infos/pdf/Guia.pdf>. Consultado em 8 set. 2018.

É interessante apontar que um dos conteúdos exibidos no telejornal, e identificado por nós durante pesquisa nas redes sociais, foi gravado por um cidadão que nomeamos RT. O conteúdo audiovisual registou 40 mil compartilhamentos e mais de 14 mil gostos no Facebook¹⁰, o que provavelmente chamou a atenção dos jornalistas.

O que acabamos de apontar fica ainda mais evidente quando observamos que conteúdos produzidos por coprodutores não foram identificados de maneira clara. Em momento algum o espectador foi informado sobre quem registou os áudios, imagens ou fotografias e, numa das edições, o apresentador afirmou que não conseguiu identificar quem produziu o conteúdo que o telejornal estava utilizando. Consideramos esse como um forte indício de utilização de conteúdo da web sem autorização.

Apesar do movimento de republicação de conteúdos da web fazer parte da sociedade contemporânea, entendemos que, no caso do jornalismo, os procedimentos para utilização de imagens feitas pelo cidadão devem ser outros. Diante da observação, confirmamos a hipótese de que dentro da nova lógica dessa sociedade mediatizada e convergente a rotina do Jornal das 8, durante a cobertura dos fogos, foi modificada, uma vez que os conteúdos produzidos pelos coprodutores acabaram se espalhando na web a ponto de serem incluídos no telejornal.

Desse modo, embora a lógica da agenda *setting* possa não ter sido substituída em sua totalidade pela da agenda *building* (Di Felice, 2010), uma vez que a própria equipa do telejornal elaborou e definiu a pauta da cobertura levando em conta a proporção do fato, não podemos negar a influência do cidadão e a presença do conteúdo produzido por ele para a web no Jornal das 8.

Seguindo o que foi apontado por Fausto Neto (2008) nos seus estudos sobre a «analítica da mediatização», nos parece claro que o Jornal das 8 utilizou uma estratégia de protagonização do cidadão nos moldes da “transformação do status do leitor”, dando ao cidadão um novo status: o de coprodutor.

Desta forma, consideramos que os efeitos da mediatização afetaram o processo de produção da notícia do Jornal das 8, no momento em que o jornalista buscou em outros *media* conteúdos do cidadão para utilizar no telejornal ou aceitou conteúdos enviados por este diretamente à redação. Esses materiais podem não ter influenciado a agenda do telejornal de forma plena, mas estavam lá. Porém, num tempo de *fake news*, é importante alertarmos para os riscos do uso desses conteúdos sem uma checagem exaustiva.

¹⁰ Dados atualizados no dia 25 de setembro de 2018, às 23 horas.

Ainda que a pesquisa feita no site do telejornal tenha ampliado nosso conhecimento sobre a utilização dos conteúdos produzidos por coprodutores pela equipa do Jornal das 8, consideramos que a metodologia utilizada durante a investigação precisa ser aprofundada num segundo momento, com entrevistas aos jornalistas que participaram do processo de seleção desses materiais, na busca de identificarmos de forma mais clara o caminho que esses conteúdos percorreram até chegarem a fazer parte do referido telejornal.

BIBLIOGRAFIA

- Abruzzese, A. (2010). “Convém falar das coisas que não se sabe”. In M. Di Felice & M. Pireddu (Orgs.). *Pós Humanismo: as relações entre o humano e a técnica na época das redes* (pp. 205-228). São Caetano do Sul: Editora Difusão.
- Braga, J. L. (2012). “Circuitos versus campos sociais”. In Maria Ângela Mattos, Jader Janotti Júnior e Nilda Jacks (orgs.), *Mediação & Mídiação* (Online) (pp.31-52). Salvador – Scielo Books. Disponível em <http://books.scielo.org/id/k64dr/14> Consultado em: 12 mai. 2018.
- Cabral, U. (2018). “Financiamento e Cultura da Participação no Projeto de Fact-checking Truco”. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 41. Joinville: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).
- Cádima, F. R. (2018). *O (des)controlo da Internet: Sobre Pluralismo e Diversidade na Rede*. Lisboa: Media XXI.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1995). *Mil platôs – capitalismo e esquizofrenia* (Vol.1). São Paulo: Editora 34.
- Di Felice, M. (2018). “Nem verdadeiras nem falsas: a alteração da natureza das informações”. *Revista E Online*, 31-07-2018. Disponível em https://www.sescsp.org.br/online/artigo/12329_FAKE+NEWS+NEM+VERDADEIRAS+NEM+FALSAS. Consultado em 11 set. 2018.
- Di Felice, M. (2010). “Mídias Nativas: as manipulações tecnológicas do mundo e o fim dos pontos de vista centrais”. In C. Álvares e M. J. Damásio (Orgs.). *Teorias e práticas dos media: situando o local no global* (pp. 87-105). Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- ERC (2018). “Guia de Boas Práticas para a Cobertura Informativa de Incêndios Florestais e Outras Calamidades”. *Jornal de Notícias*, 18-07-2018. Disponível em <https://www.jn.pt/infos/pdf/Guia.pdf>. Consultado em 8 set. 2018.
- Fausto Neto, A. (2012). “Mídiação da enfermidade de Lula: sentidos em circulação em torno de um corpo significativo”. In Maria Ângela Mattos, Jader Janotti Júnior e Nilda Jacks (orgs.), *Mediação & Mídiação*, (Online) (pp. 297-322). Salvador – Scielo Books. Disponível em <http://books.scielo.org/id/k64dr/14>. Consultado em 12 mai. 2018.
- Fausto Neto, A. (2011). “Transformações do jornalismo na sociedade em vias de mídiação”. In Antônio Fausto Neto; José David Campos Fernandes (Orgs.), *Interfaces jornalísticas: ambientes, tecnologias e linguagens* (pp.17-33). João Pessoa: Editora da UFPB.
- Fausto Neto, A. (2008). “Fragmentos de uma ‘analítica’ da mídiação”. *Revista Matrizes*, v. 1 (pp. 89-105). São Paulo: ECA-USP.
- Hjarvard, S. (2008). “Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change”. *Nordicom Review*, 29 (2), p. 105-134. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/242319277_The_Mediatization_of_Society_A_Theory

- of_the_Media_as_Agents_of_Social_and_Cultural_Change Consultado em 20 mai. 2018.
- Keyes, R. (2004). *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. New York: St. Martin's Press.
- Latour, B. (2012). *Reagregando o Social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede*. Salvador/Bauru: Edufba/Edusc.
- Lemos, A. (2013). *A comunicação das coisas: Teoria Ator-Rede e cibercultura*. São Paulo: Annablume.
- Magalhães, M. (2018). Net-ativismo e ações colaborativas nas redes sociais digitais. [Tese de doutoramento]. Programa de Doutorado em Ciências da Comunicação. Universidade Nova de Lisboa, Lisboa - Portugal. Disponível em <http://hdl.handle.net/10362/28840>. Consultado em 3 ago. 2018.
- Mayer-Schönberger, V. e Cukier, K. (2013). *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work and Think*. London: John Murray.
- Pireddu, M. (2010). "A carne do futuro - utopia da desmaterialização". In M. Di Felice & M. Pireddu (Org.), *Pós Humanismo: as relações entre o humano e a técnica na época das redes* (pp. 35-59). São Caetano do Sul: Editora Difusão.
- Post-truth (2018). English Oxford Living Dictionaries. Oxford: Oxford University Press Disponível em <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>. Consultado em 22 jul. 2018.
- Santaella, L. (2018). "A educação como antídoto às fake news". Revista E Online, 31-07-2018. Disponível em https://www.sescsp.org.br/online/artigo/12329_FAKE+NEWS+NEM+VERDADEIRAS+NEM+FALSAS. Consultado em 11 set. 2018.
- Priolli, G. (2017). "A era da pós-verdade". Carta Capital, 13-01-2017. Disponível em <https://www.cartacapital.com.br/revista/933/a-era-da-pos-verdade>. Consultado em 02 set. 2018.
- Simões, R. M. (2015). *Midiatização, Convergência Tecnológica/Cultural e Jornalismo Colaborativo: A Construção e Edição das Notícias no Telejornal Local*. [Dissertação de Mestrado]. Programa de Mestrado em Jornalismo Profissional da Universidade Federal da Paraíba, Paraíba, Centro de Comunicação, Turismo e Artes.
- Siqueira, F. C. de (2013). *O efeito de participação do real representado e o surgimento de um novo valor-notícia: o flagrante único de coprodução no telejornalismo* [Tese de doutoramento]. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco - Recife, PE.
- Tourinho, C. (2014). *Telejornalismo Interativo: entre a promessa e a realidade. Análise dos contextos do Brasil e de Portugal* [Tese de Doutorado]. Universidade do Minho, Braga, Portugal. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/34916/1/Carlos%20Alberto%20Moreira%20Tourinho.pdf>. Consultado em 5. jan. 2018.
- Verón, E. (1997). "Esquema para el análisis de la mediatización". *Diálogos de la comunicación* Buenos Aires, n. 48, pp. 9-16. Disponível em <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01488522/document>. Consultado em 5 mai. 2018.