Luciano Teixeira de
Paula

ORCID iD <http://orcid.org/0000-0002-3548-8611>

Universidade de São
Paulo (USP) - ECA

**O internauta como
jornalista cidadão na TV:
um olhar crítico sobre a o
uso de redes sociais dentro
do novo formato do
telejornal SP1
da Rede Globo**

**Internet users as citizen
journalists on TV: a critical
look on the use of social
networks within the new
format of Rede Globo's
SP1 news program**

**Los internautas como
periodistas ciudadanos en
la televisión: una mirada
crítica al uso de las redes
sociales en el nuevo
formato del informativo
SP1 de Rede Globo**

RESUMO

O artigo discute o que muda com a inclusão de comentários de redes sociais nos telejornais locais da Rede Globo, mais notadamente o SP1 de São Paulo. Ele analisa os novos espaços de configuração do telespectador no ambiente do telejornal através de três edições do início de julho de 2017. Com esses relatos, o estudo quer entender a representação do público em narrativas jornalísticas tomadas como referência para a construção do imaginário sobre a cidade de São Paulo. Também pretende analisar o contexto de “mediatização” e reconfiguração da “visibilidade” do público no telejornal. A partir disso, busca estratégias para fazer uma análise crítica do discurso e entender os mecanismos de inclusão ou não do internauta no telejornal.

Palavras-chave: telejornalismo, (in)visibilidade, redes sociais, comunicação, SP1.

ABSTRACT

The article discusses the changes in TV journalism with the inclusion of comments from social networks on local news on Rede Globo, most notably SP1 in São Paulo. It analyzes the new spaces and roles of the viewer in the news environment through three broadcasts of SP1 from the beginning of July 2017. With these reports, the study aims to understand the representation of the public in journalistic narratives taken as a reference for the construction of the imaginary about São Paulo. It also intends to analyze the context of “mediatization” and reconfiguration of the “visibility” of the public in the news. Based on this, it proposes strategies for creating a critical discourse analysis and understanding the mechanisms of inclusion of the Internet user in the news.

Keywords: TV journalism, (in)visibility, social networks, communication, SP1.

RESUMEN

El artículo discute lo que cambia en el periodismo televisivo con la inclusión de comentarios de las redes sociales sobre noticias locales en Rede Globo, más notablemente SP1 en São Paulo. Analiza los nuevos espacios de configuración del espectador en el entorno informativo a través de tres ediciones desde principios de julio de 2017. Con estos reportajes, el estudio quiere comprender la representación del público en las narrativas periodísticas tomadas como referencia para la construcción del imaginario sobre la ciudad de São Paulo. También pretende analizar el contexto de “mediatización” y reconfiguración de la “visibilidad” del público en las noticias. A partir de esto, busca estrategias para realizar un análisis crítico del discurso y comprender los mecanismos de inclusión o no del internauta en las noticias.

Palabras clave: periodismo televisivo, (in)visibilidad, redes sociales, comunicación, SP1.

Submissão: 30-7-2017

Decisão editorial: 4-10-2019

Introdução

Para onde o jornalismo tradicional está indo nos últimos anos e onde as reconfigurações da internet têm nos levado? O que será da prática dos profissionais que estão nas redações e daqueles que estão chegando agora ao mercado? Quais são os limites éticos dessa nova comunicação em que as redes sociais têm um papel cada vez mais central e fundamental no cotidiano de quem faz e consome informação? Nesse artigo tentamos analisar, mesmo que de forma breve e sucinta, algumas questões que fazem parte do momento atual do fazer jornalístico no país.

O jornalismo reconfigura-se a cada nova tecnologia, a cada nova rede social. E isso tem deixado muitos profissionais perdidos em meio a essa profusão de novos elementos. Nosso objetivo é estimular a pesquisa no que concerne à junção das mídias sociais e da comunicação chamada de tradicional - dos grandes meios de comunicação.

Para isso, analisamos um fenômeno relativamente recente no telejornalismo regional da TV Globo. Nosso foco nesse artigo é o telejornal local da maior cidade do país: o *SP1*, ou o antigo *SPTV 1ª Edição*, que vai ao ar entre 12h e 12h45 de segunda a sábado. Desde o dia 8 de maio de 2017 está no ar uma edição reformulada do noticiário e que deve ser incorporado

em outras praças ao longo da programação local da Rede Globo no Brasil. E o que muda no contexto local? Acreditamos que de agora em diante haverá cada vez mais o uso das redes sociais na criação de pautas, no auxílio à produção, execução e repercussão das notícias veiculadas no espaço de pouco mais de 40 minutos do telejornal. Acreditamos que, apesar da concorrência com outros meios, o telejornalismo massivo ainda é uma fonte de informação diária para milhões de brasileiros.

Para essa breve análise queremos entender, através da análise do discurso, como estão sendo incorporadas essas novas estratégias e para onde elas podem nos conduzir nesse fazer jornalístico. Analisamos três edições do SP1 no mês de julho de 2017, quase dois meses depois da implantação do novo formato. Para entendermos esse fenômeno discutiremos a disputa por espaços na imprensa televisiva e a importância do que chamamos de (in)visibilidade midiática. Em seguida, fomos atrás das origens e do ambiente que acreditamos ter ajudado a acelerar essas mudanças: as grandes manifestações civis de junho de 2013. Depois de nosso desenvolvimento teórico faremos a análise das edições. O foco é o espaço e o conteúdo dados aos comentários de expectadores nas mídias sociais mostradas no telejornal. Nesse momento faremos uma análise do discurso desses comentários e sua relação com o conteúdo jornalístico divulgado no telejornal para chegar às considerações finais desse trabalho.

1. Mídia, representação e visibilidade

Em uma sociedade onde os meios de comunicação têm cada vez mais importância nas relações

humanas, a visibilidade de um indivíduo, grupo ou comunidade pode representar, como analisa Hjarvard (2014), "um valioso reconhecimento nas esferas privada, pública e social". Com o surgimento das mídias digitais, novos formatos de autorrepresentação disseminam-se. Num mundo em que é possível múltiplas e variadas interações entre os diversos setores, a sociabilidade é projetada como um modo dominante de interação em diversos contextos. Daí, como explica Hjarvard (2014), "os meios de comunicação passam a influenciar a forma pela qual o reconhecimento é exercido, como amor, respeito e estima". (p.237)

A ascensão da comunicação em rede, especialmente no momento em que ela é associada às práticas da cultura participativa, cria, na concepção de Jenkins (2014) "uma diversidade de novos recursos e facilita novas intervenções para uma variedade de grupos que há muito tempo lutam para se fazer ouvir". Com isso, "novas plataformas criam abertura para mudanças sociais, culturais, econômicas, legais e políticas, além de constituírem oportunidades para a diversidade e a democratização" (p. 21).

Sabemos que os meios de comunicação são formas de construção de identidades, de criar ou manter estereótipos, principalmente em relação a realidades sociais. Queremos então entender num contexto de crescente midiaticização da cultura e da sociedade como são hierarquizadas as notícias que são veiculadas. Será que num telejornal de cunho generalista - que pretende ser o resumo das notícias do dia - há espaço suficiente para as declarações/opiniões da população envolvida? Será possível uma análise aprofundada? Sousa (1999) fala em forças de sustentação e amplificação.

A comunicação jornalística, ao dar visibilidade apenas a certos acontecimentos e certas ideias e ao participar nos processos de interpretação e significação construídos sobre esses acontecimentos e sobre essas ideias, seria uma das mais importantes forças de sustentação e amplificação da ideologia dominante e hegemônica" (Sousa, 1999, pg 75)

E qual é a representação da identidade dos internautas através das redes sociais nesse contexto de visibilidade oferecida pela televisão, de valoração das opiniões expressas no ambiente digital e reproduzidas no ar? Na sociedade moderna os espaços de convivência se multiplicam e constantemente mudam suas configurações. O que antes tinha uma utilização, num curto espaço de tempo pode se modificar. Pode ser visível numa hora e invisível em outra. Assim, o eu e o outro se fundem e se perdem. Muito longe de ser um efeito visual, a condição de visibilidade depende daquela de alteridade. E assim o eu não existe sem o outro.

De acordo com Ribeiro (2009) "a condição de visibilidade passa pelo reconhecimento da identidade, pelo espelhamento frente a seus iguais e pela distinção do outro". As identidades modernas se formam a partir das relações antagônicas de igualdade e diferença. A identidade e a diferença constituem relações sociais. Portanto, ambas estão sujeitas às relações de poder. Identidade e diferença acabam então sendo impostas e disputadas. Disputadas entre grupos sociais, que querem ter acesso a bens simbólicos e materiais. Segundo Silva (2000), o desejo de acesso privilegiado dos diferentes grupos aos bens sociais traduz-se na afirmação da identidade e na enunciação da diferença.

A afirmação da identidade e a marcação da diferença implicam, sempre, as operações de incluir e de excluir. (...) dizer "o que somos significa também dizer o que não somos". A identidade e a diferença se traduzem, assim, em declarações sobre quem está incluído e quem está excluído. Afirmar a identidade significa demarcar fronteiras, significa fazer distinções entre o que fica dentro e o que fica fora. A identidade está sempre ligada a uma forte separação "nós" e "eles". Essa demarcação de fronteiras, essa separação e distinção, supõem e, ao mesmo tempo, afirmam e reafirmam relações de poder. "Nós" e "eles" não são, neste caso, simples categorias gramaticais, mas evidentes indicadores de posições de sujeito fortemente marcadas pelas relações de poder. (SILVA, 2000, p. 82).

Para Wolton (1996) os meios de comunicação, como um dos principais laços da sociedade individual de massa, deveriam considerar que a construção das identidades é marcada pela diferença. Mas a representação da vida social se basearia hoje em dia nos interesses dos meios de comunicação como empresas jornalísticas, ao contrário do jornalismo concebido como função mediadora do espaço público.

Stuart Hall (2003), analisa que a comunicação não tem nada de natural. A construção e a interpretação de mensagens são operações ativas e o espectador elabora seu próprio sentido a partir dos símbolos e dos signos que transmitem os meios. A audiência é um agregado de grupos sociais, ligados à estrutura social.

Trazendo a discussão para o contexto das novas mídias digitais, segundo Jenkins (2014), plataformas como o Youtube facilitam a inserção de novos conteúdos por grupos em locais outros, não hegemônicos, o que permite sua rápida circulação por um leque

de redes sociais. Apesar dessa mudança essa mediação da sociedade ainda, em muitos casos, segue a ordem vigente do sistema geopolítico.

Se várias plataformas oferecem oportunidades divergentes de participação, preservação e mobilidade – e cada sistema de comunicação sustenta relações diferentes entre produtores e cidadãos -então o sistema geopolítico estabelecido também cria hierarquias que dificultam para alguns grupos sua participação nele. (Jenkins, 2014, pg 68)

Um exemplo a ser estudado de como as novas e várias plataformas oferecem alternativas à mídia tradicional foram as manifestações de junho de 2013. Um fato que tem reverberado na forma de se fazer telejornalismo em nossa década.

2. A reconfiguração do espaço midiático telejornalístico a partir das manifestações civis de 2013.

A forma como grandes conglomerados de comunicação tratam a notícia nos dias atuais tem relação com o que aconteceu nas manifestações civis brasileiras iniciadas em junho de 2013. Nessas manifestações, as redes sociais tiveram uma grande importância no estabelecimento de uma comunicação alternativa, onde grupos se organizaram nos protestos que levaram milhões de brasileiros às ruas em busca de melhorias por serviços básicos, como saúde, educação e moradia. Para Peruzzo (2013) as manifestações públicas daquela época mostraram-se “políticas, no sentido amplo, pois se expressaram em forma de protestos e de reivindicações por mudanças em áreas nevrálgicas da vida nacional e por políticas públicas de interesse social”(pg.78). A mesma autora acredita

que boa parte desse processo não teve conotação partidária e expressou as vontades de uma parcela heterogênea da população. Mas o que chama a atenção e é relevante nesse estudo foi o uso das mídias sociais como uma plataforma de discussão, de debate sobre questões essenciais do cotidiano de boa parte da população brasileira:

Uso da internet, das mídias e redes sociais virtuais e de celulares se constitui num diferencial importantíssimo do novo grande movimento social que mexeu com o País e com as visões sobre ele. As mídias e redes sociais virtuais (*YouTube, Flickr, Facebook, Instagram, Twitter* etc.) se constituem em canais de informação, em ambientes comunicacionais, em pontos de encontro, enfim, em redes e, às vezes, até em comunidades, que facilitaram os relacionamentos (entre os que estão conectados), a articulação entre as pessoas e as ações conjugadas (acertos de dia, local e hora para encontros presenciais). Claro que servem ainda de arena de debate, de difusão, acesso e troca de informação. (Peruzzo, 2013, pg 79)

Becker (2013), acredita que as apropriações das tecnologias digitais têm incrementado a intervenção das audiências não apenas na ressignificação dos acontecimentos, mas na produção de conteúdos e formatos audiovisuais que circulam em outros nichos midiáticos.

Essas audiências passam a disputar com a televisão e os telejornais registros da história que constituem a memória coletiva, tendem a se tornar cada vez mais fragmentadas e a se servirem de diferentes agendas midiáticas, o que, por outro lado, não sustenta previsões sobre o fim do agendamento na atualidade (BECKER, 2013). Nesse contexto, enquanto assistimos à tendência da passagem do modelo jornalístico de

gatekeeping – modo de seleção e construção das notícias pelos jornalistas sem a participação direta das audiências, cujos interesses são subtendidos e presumidos pelos jornalistas – para a prática de *gatewatching* na produção das notícias, dissolvendo algumas hierarquias entre jornalistas e leitores/usuários-telespectadores (BRUNS, 2011), as preferências de informação da mídia e do público são cada vez mais divergentes e desafiam o Jornalismo como forma de conhecimento e prática democrática.

Desde as manifestações de 2013 o jornalismo e as mídias tradicionais se sentiram desafiados por esse novo contexto, uma lógica onde nem sempre os meios massivos ditam as regras. Seria um agravamento da crise de identidade do jornalismo tradicional? Ainda estamos no olho do furacão dessas mudanças e sequer sabemos o que vai acontecer em 5...10 anos. Teremos um misto de jornalismo cidadão com o tradicional? A figura do jornalista como conhecemos vai desaparecer? Ainda é cedo para algum tipo de certeza. Nesse contexto, que começou em junho de 2013, vimos claramente que houve o repúdio à mídia hegemônica, acusada de manipulação por muitos, e representada prioritariamente pela rejeição às equipes de reportagem da TV Globo. Vários repórteres da época foram hostilizados nas manifestações em várias cidades do país, inclusive o autor deste artigo, durante a cobertura para uma afiliada da emissora. Becker ressalta esse fenômeno à época:

O movimento das ruas impôs uma crítica à representação da mídia brasileira identificada com o poder. As informações sobre as manifestações já não chegavam mais à população apenas pelos grandes veículos de comunicação do país e os modos como a imprensa construiu o discurso jornalístico nos primeiros atos políti-

cos foi claramente contestado não só pelas ações das ruas, mas também pelas redes sociais e por projetos de comunicação alternativos (Becker, 2013, pg 48)

Essa rejeição gerou na época uma mudança de postura da direção da TV Globo. Em vários casos, em nome da segurança das equipes de reportagem, ao invés de cobrir *in loco*, no centro das manifestações, vários profissionais tiveram que ficar distantes das ruas, como no alto dos prédios ou helicópteros. Outra postura marcante foi retirar a canopla da emissora nas manifestações civis. Quem decidiu cobrir as manifestações nas ruas chegou a ser hostilizado e agredido, como o episódio que aconteceu com o repórter Caco Barcelos, do Profissão Repórter¹. Assim, pela primeira vez em muitas décadas, parte da imprensa hegemônica foi “impedida” de trabalhar livremente nas ruas durante a cobertura. Equipes foram expulsas e ameaçadas. Na época a TV Globo teve dois momentos distintos na cobertura das manifestações civis: primeiro destacou os confrontos, os estragos e a confusão nas ruas das principais cidades brasileiras. E essa foi uma postura bastante criticada pelos manifestantes. Num segundo momento, deu ênfase às reivindicações de quem foi às ruas: destacou as falas e a busca por um país melhor. E deu menos ênfase aos confrontos. Becker (2013) analisa essa mudança de postura:

Essa insatisfação com a mídia tradicional resultou em mudanças na forma de narrar os acontecimentos de jornais e emissoras de televisão, inclusive da Rede Globo e do JN. Mas não apenas porque os partidos e outras organizações estão cada vez mais céticos em

¹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=V5DnBj34Tg0>

relação à imprensa, até porque são, estrategicamente, subordinados às aparições na mídia. Porém, a televisão aberta comercial não deixou de exercer a relativa honestidade que rege o exercício do Jornalismo ao perceber a magnitude dos protestos frente à sua principal vocação de informar e, conseqüentemente, de legitimá-los ao expandir o movimento para a tela da TV. (Becker, 2013, pg 48)

Toda essa rejeição deu margem ao aparecimento de coberturas alternativas, como a realizada pela *Mídia Ninja*. O grupo denominado *Narrativas Independentes Jornalismo e Ação (Ninja)* do portal *Fora do Eixo*² foi criado em 2009 por ativistas de cidades do interior do Brasil. Durante os protestos, eles protagonizam com seus *smartphones* e câmeras uma novidade na cobertura dos protestos frente à mídia tradicional.

Pela primeira vez os usuários da internet puderam acompanhar informação em áudio e vídeo das ruas sem cortes de edição e sem a editorialização dos conteúdos e formatos das reportagens televisivas no endereço disponibilizado no Facebook onde o *Ninja* tem uma página (<<http://www.postv.org/>>). A produção amadorística, quase *trash*, com imagens desfocadas e tremidas e falta de iluminação adequada, mas com grande força de testemunho, foi acompanhada com entusiasmo pelos estudantes que tinham interesse compartilhar os protestos em todo o País. (Becker, 2013, pg 51)

Os vídeos chegaram à época a ter mais de 120 mil acessos no *Youtube* e outros milhares de compartilhamentos no *Facebook*, o que representa um marco, uma nova forma de cobrir eventos de destaque para o jornalismo brasileiro. Depois disso, jornalistas e veículos

² <http://foradoeixo.org.br>

de comunicação se viram obrigados a rever seus procedimentos em busca das audiências que, claramente, buscavam por mudanças no padrão estabelecido.

Uma mudança de paradigma que não passou em branco aos olhos dos grandes veículos tradicionais e que, como veremos a seguir, vem impactando e transformando as rotinas de produção das notícias anos depois de terem acontecido as manifestações. Uma das principais foi a incorporação das mídias sociais no cotidiano de produção e divulgação das notícias nos telejornais, notadamente o principal telejornal local da maior cidade do país, o *SP1*.

3. Metodologia de análise

Para analisarmos os três telejornais que são objeto desse artigo usaremos a Análise do Discurso Francesa (AD), uma linha de pesquisa da Linguística que estuda discursos a partir de uma perspectiva ideológica, psicológica e estrutural. A AD estuda enunciados e sua percepção dentro das várias formações discursivas, de acordo com a prática discursiva do sujeito que fala. Dentro dessa perspectiva o discurso é do outro, somos marcados pela presença da fala do outro que contamina nosso dizer. Falamos o que já foi dito e que já foi reproduzido em vários discursos. Para Possenti (1993), “o indivíduo que fala é sempre porta-voz. Você não fala. É um discurso anterior que fala através de você”. (pg 17)

Para a AD, o discurso é uma manifestação da ideologia e o sujeito é aquele que enuncia de um determinado lugar social que ocupa:

Não se pode falar de qualquer coisa em qualquer época; não é fácil dizer alguma coisa nova; não basta abrir os olhos, prestar atenção, ou tomar

consciência para que novos objetos logo se iluminem e que ao primeiro raio de sol lancem sua primeira claridade". (FOUCAULT, 1971, pg 59).

De acordo com Pêcheux (1990) no momento em que o discurso ocorre, em seu acontecimento, é que se dá o sentido, que se estabelece na enunciação e não no enunciado. Baseado em trabalhos anteriores, principalmente de Bakhtin, Pêcheux defende a ideia da polifonia como fundamento dos discursos. O trajeto de um discurso faz com que no caminho ele "arraste" elementos de outros discursos, o que traz uma carga de ideologia e história.

E como isso funciona no discurso jornalístico? Para Benetti (2010), o fato jornalístico se destaca ao oferecer visibilidade ao incomum, ao que se destaca e que tem importância dentro de uma concepção funcional da história. É uma prática discursiva singular para informar constituída sob um contrato de comunicação que exige procedimentos específicos e legítimas referências e valores, sob relações de poder e combinações de regras que determinam a sua própria aparição. Porém, também é parte da experiência; e os sentidos dos discursos jornalísticos produzidos por quem enuncia são atualizados pelo outro em complexos processos de comunicação.

Já Santos (1997) analisa esse ambiente nas mídias sociais. Para ele, os jornalistas realizam interações sociais e culturais com as mídias sociais num conjunto diverso de ambientes, usando fontes selecionadas para formar as suas próprias opiniões de especialistas, muitas vezes explicitadas nos espaços noticiosos. Jornalistas, fontes e produtores de conteúdo formam um círculo hermenêutico cujo entendimento tem por missão a articulação de interesses comuns (SANTOS,

1997, p. 169). Por isso, é preciso mapear as vozes que conformam o discurso e, nesse movimento, refletir sobre as posições de sujeito ocupadas por indivíduos distintos. Dito isso, focamos em nosso estudo específico para este artigo.

4. Análise dos telejornais

4.1 A história do SP1

De acordo com o site *Memória Globo*³ o projeto do SPTV estreou em janeiro de 1983, inicialmente às 19h48, “com o intuito de ampliar o espaço para o jornalismo regional na grade de programação da Globo e de conferir maior identidade ao noticiário local”. O jornalismo de serviço e comentários sobre os fatos mais importantes do dia dava o tom do telejornal, que inicialmente tinha dez minutos de duração divididos em três blocos. Ainda segundo o site, seis meses após a estreia o SPTV ganhou uma edição às 12h40 – com noticiário, entrevistas de estúdio e uma agenda cultural. E é essa edição o nosso objeto de análise. A primeira edição foi suspensa em 1989 e em 1990 retornou com um projeto de jornalismo comunitário denominado “*São Paulo Já*”. Esse telejornal serviu como ensaio para um novo padrão de jornalismo pretendido pela Globo e suas emissoras. A intenção era fortalecer o noticiário local e aumentar a participação ao vivo das equipes de reportagem⁴.

A partir de 1996 o *São Paulo Já* voltou a ser SPTV. Em 1998 volta o formato de 40 minutos, com o noticiário da região metropolitana ampliado. Nessa épo-

³ Disponível em <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/sptv/sptv-1-e-sptv-2.htm>

⁴ Idem

ca os temas mais abordados eram saúde, defesa do consumidor, emprego e personalidades ligadas a São Paulo para discutir os problemas da cidade. O objetivo era criar um canal de discussão entre a comunidade e as autoridades públicas, criar um espaço para a solução dos problemas, mostrar as dificuldades da cidade, exercer a cidadania e mostrar os hábitos da capital. E isso acabou influenciando o jornalismo de todas as afiliadas, incluindo aí os telejornais de rede.

Nos anos 2000 o espaço do telejornal foi ampliado para 50 minutos. Em novembro de 2011 César Tralli passou a ser o único apresentador - cargo que exerce até hoje - e comentaristas se juntaram à equipe do telejornal. Questões do cotidiano (condomínio, cidadania e defesa do consumidor), segurança pública, transporte, desenvolvimento e cultura da periferia são assuntos importantes hoje em dia no telejornal.

O tema do nosso estudo é a última reformulação, que aconteceu em maio de 2017. A mudança começa pelo nome, de *SPTV* para o *SP1*. O novo formato começou oficialmente com a edição do dia 8 de maio de 2017. A nova identidade inclui marcas, vinhetas de abertura e de arte. O telejornal ganhou uma nova paleta de cores em referência ao período do dia, o laranja. A descrição das principais mudanças está no site *G1*⁵:

Um novo sistema de interatividade no telão dos telejornais vai permitir mostrar dados de clima, trânsito e condições de transporte público em uma determinada região. Por meio de uma tecnologia desenvolvida pela Globo, as informações referentes a mobilidade e meteorologia serão recebidas de maneira simultânea no software utilizado pelo Jornalismo e poderá ser acessa-

⁵ Disponível em <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/bom-dia-sp-sp1-e-sp2-ganham-novo-visual-vinhetas-e-mais-interatividade.ghtml>

da com maior agilidade pelos apresentadores, ao vivo. A tela mostra também a participação do público com *tuítes* enviados para os telejornais.

A intenção das reformulações, segundo nota da direção da Globo para a imprensa, é ganhar mais agilidade e interagir com outras plataformas de comunicação:

A partir de 8 de maio, a Globo passa a destacar três dos principais ativos do Jornalismo da emissora: a cobertura dos acontecimentos a qualquer momento, seja pela manhã, tarde ou noite; a presença em diferentes plataformas; e o dinamismo em tempo real. Nas vinhetas, além das cores, o espectador terá a sensação de estar sendo guiado por um GPS sobre um mapa de toda a região. Atrrelados a essas mudanças no visual, vem também um novo sistema de interatividade pelo telão dos telejornais, desenvolvido de modo a apresentar diversas camadas de informação: é possível ter dados sobre clima, trânsito e condições do transporte público em uma mesma tela. Fator de extrema relevância em uma cidade como São Paulo, as condições climáticas ganham destaque e mudam a cada momento e de uma região para a outra sendo informadas com mais precisão a partir de cada bairro, tornando a experiência ainda mais eficiente para a população⁶.

4.2 A representação das redes sociais no SP1 da TV Globo em São Paulo

Foram três telejornais analisados para este artigo⁷. Escolhemos uma segunda, uma quarta e uma

⁶ Disponível em <http://gente.ig.com.br/tvenovela/2017-05-04/jornalismo-globo.html>

⁷ SP1 do Dia 07/07/2017 disponível em <https://globoplay.globo.com/v/5991880/programa/>
SP1 do dia 05/07/2017 disponível em <https://globoplay.globo.com/v/5988384/programa/>
SP1 do dia 03/07/2017 disponível em <https://globoplay.globo.com/v/5982046/programa/>

sexta-feira: os dias 3, 5 e 7 de julho. Tradicionalmente o telejornal dá grande ênfase às condições do tempo e do trânsito, espaço que ocupa boa parte do chamado “fade” que variou entre 43 minutos e 45 segundos (dia 7) e 46 minutos e 14 segundos (dia 3). Esse tempo permite em média a exibição de reportagens, chamadas de esporte e do Jornal Hoje, entradas ao vivo, notas cobertas e notas secas.

Durante nosso estudo encontramos um padrão bem definido na apresentação das interações em relação ao uso de redes sociais com a hashtag “SP1”. Elas geralmente são apresentadas no início do telejornal, no meio e um pouco antes do fim. E em relação ao espaço têm uma duração menor que chamadas para outros programas e até notas cobertas. A leitura dos comentários variam de 37 segundos (dia 3) a 1 minuto e dez (dia 7, com uma análise econômica de Mara Luquet). Na média ficam entre 40 e 50 segundos por chamada, o que totaliza uma média de 2 minutos num tempo de jornal que em média tem 45 minutos (portanto 4,44% do telejornal).

Em relação ao conteúdo, a impressão é de que boa parte dos comentários são pré-selecionados antes mesmo do início do jornal pela direção e editores do jornal, antes mesmo da veiculação das reportagens. Isso porque logo no começo a grande maioria dos comentários sobre os diversos assuntos já aparece no telão do SP1. Em cada aparição o apresentador lê entre três e cinco comentários. Fizemos o mapeamento dos 41 comentários dos telespectadores - um mapa com base no assunto abordado, natureza e teor, como veremos a seguir:

DATA	ASSUNTO ABORDADO	NATUREZA/TEOR
03/07	PRISÃO DE POLICIAIS	REPERCUSSÃO DE REPORTAGEM/CRÍTICA
03/07	PRISÃO DE POLICIAIS	REPERCUSSÃO DE REPORTAGEM/CRÍTICA
03/07	PRISÃO DE POLICIAIS	REPERCUSSÃO DE REPORTAGEM/CRÍTICA
03/07	TEMPO FRIO	CONSTATAÇÃO/IRONIA
03/07	CRACOLÂNDIA	DENÚNCIA/PEDIDO
03/07	CAMPANHA VÍRUS NOS ÔNIBUS	ELOGIO/REIVINDICAÇÃO/PEDIDO
03/07	INCÊNDIO OSASCO	CONSTATAÇÃO/COMENTÁRIO
03/07	TEMPO FRIO	CONSTATAÇÃO/COMENTÁRIO
03/07	TEMPO FRIO	CONSTATAÇÃO/IRONIA
03/07	MÁRCIO CANUTO	EXALTAÇÃO/ELOGIO
03/07	CTN	EXALTAÇÃO/COMENTÁRIO
03/07	CET	LEVANTAMENTO DE DÚVIDA/CONTRADIÇÃO
03/07	BURACOS NAS VIAS	DENÚNCIA/PEDIDO
03/07	PRISÃO DE POLICIAIS	REPERCUSSÃO DE REPORTAGEM/CRÍTICA
03/07	TEMPO	REPERCUSSÃO DE ASSUNTO/IRONIA
05/07	COLETA DE LIXO SBC	DENÚNCIA/REIVINDICAÇÃO DE MELHORIA/COMENTÁRIO/PERGUNTA
05/07	COLETA DE LIXO SP	CONSTATAÇÃO/COMENTÁRIO
05/07	LIXO EM SP	CONSTATAÇÃO/DENÚNCIA/COMENTÁRIO
05/07	COLETA SELETIVA EM SP	CONSTATAÇÃO/DENÚNCIA/COMENTÁRIO
05/07	COLETA DE LIXO ABC	DENÚNCIA/REIVINDICAÇÃO DE MELHORIA/COMENTÁRIO/PEDIDO
05/07	COLETA DE LIXO ABC	DENÚNCIA/REIVINDICAÇÃO DE MELHORIA/COMENTÁRIO/PEDIDO
05/07	VAGA EM CRECHE	DENÚNCIA/CONSTATAÇÃO/PEDIDO
05/07	ESCOLA ABANDONADA	DENÚNCIA/PEDIDO
05/07	VAGA EM CRECHE	CONSTATAÇÃO/IRONIA
05/07	VAGA EM CRECHE	CONSTATAÇÃO/COMENTÁRIO

DATA	ASSUNTO ABORDADO	NATUREZA/TEOR
05/07	COLETA/COMPOSTAGEM	EXEMPLO DE SOLUÇÃO/ COMENTÁRIO
05/07	BUSPARTY	EXALTAÇÃO/ELOGIO
05/07	BUSPARTY	EXALTAÇÃO/ELOGIO
05/07	BUSPARTY	EXALTAÇÃO/ELOGIO
05/07	COLETA SELETIVA	DENÚNCIA/PEDIDO
05/07	COLETA SELETIVA	EXEMPLO DE SOLUÇÃO/ COMENTÁRIO
07/07	SEMÁFORO QUEBRADO	REIVINDICAÇÃO DE CONCERTO/ PEDIDO
07/07	SEMÁFORO QUEBRADO	REIVINDICAÇÃO DE CONCERTO/ PEDIDO
07/07	FALTA ILUMINAÇÃO PRAÇAS	REIVINDICAÇÃO DE MELHORIA/ PEDIDO
07/07	REINTEGRAÇÃO DE POSSE	REPERCUSSÃO DE REPORTAGEM EXIBIDA/COMENTÁRIO
07/07	MORADIA POPULAR	REPERCUSSÃO DE REPORTAGEM EXIBIDA/COMENTÁRIO
07/07	SEMÁFORO QUEBRADO	REIVINDICAÇÃO DE CONCERTO/ PEDIDO
07/07	SEMÁFORO QUEBRADO	REIVINDICAÇÃO DE CONCERTO/ PEDIDO
07/07	SEMÁFORO QUEBRADO	REPERCUSSÃO/SUGESTÃO DE ASSUNTO/COMENTÁRIO
07/07	INVESTIMENTO FINANCEIRO	ACONSELHAMENTO DE INVESTIMENTO/PERGUNTA
07/07	INVESTIMENTO FINANCEIRO	ACONSELHAMENTO DE INVESTIMENTO/PERGUNTA

Nos três jornais analisados percebemos que os textos postados em redes sociais com a *hashtag* #SP1 defendem um discurso já dito, trazendo um revigoroamento a partir da posição ocupada. Na maioria dos casos são sucintos, com uma ou duas frases, e confirmam o ponto de vista exposto na reportagem ou telejornal.

Percebemos que a base de assuntos abordados tem relação com a natureza comunitária do telejornal: principalmente tempo, trânsito e denúncias. Eles quase nunca transcendem esses conteúdos. Notamos aí uma pré-seleção dos assuntos que os jornalistas acreditam ser de importância para o dia a dia da população paulistana. Os comentários nas redes sociais nada mais que reverberam essa pré-seleção. Inclusive (não podemos afirmar precisamente) temos a impressão de que a repercussão, as vozes dos telespectadores nas redes sociais foi algo “pincelado”. E que houve uma seleção de comentários que não questionam o conteúdo editorial do telejornal. Pelo contrário, só ratificam a importância e a relevância dos assuntos abordados.

Não há contradições com o conteúdo editorial, nem questionamentos sobre como os assuntos são abordados. Em muitos casos há uma conduta de espantamento e indignação frente ao que foi exibido. Como se isso reverberasse a pré-seleção. Como no exemplo em que policiais civis foram presos por outros policiais no *Denarc* de São Paulo. Há um tom de indignação da população, de revolta com a conduta dos policiais corruptos, como um espelho do pensamento médio da comunidade que assiste ao telejornal. “Se a polícia que deveria nos servir de exemplo está praticando corrupção, o que será de nós?”, diz o telespectador David de Souza. Há também um tom reivindicatório, como no caso da falta de coleta de lixo no *ABC Paulista* e na falta de coleta seletiva em vários bairros de São Paulo, atitude que é criticada pelos internautas. “Há mais de uma semana que não temos coleta de lixo”. “Desde ontem sem varredor de rua e sem coleta no Bairro Rudge Ramos”. Aí so-

bressai o tom reivindicatório, de pedido de solução rápida pelas autoridades, notadamente as prefeituras das cidades em questão. Em outro momento, como repercussão de uma reportagem, há o pedido por mais vagas na creches municipais: “Fila na creche é um problema que entra governo, sai governo e ninguém resolve. Só fazem propaganda”, analisa Laércio Santana. E também há espaço para ironia e revolta nessas horas.

Como analisamos anteriormente, trânsito e previsão do tempo ocupam um enorme espaço no conteúdo do telejornal, como algo vital para o telespectador. A toda hora flashes, câmeras ao vivo e chamadas do Globocop ressaltam isso: “São Pedro abriu a porta da geladeira e esqueceu de fechar”, resalta um telespectador. “Semáforos apagados em toda a extensão da Avenida Dr Pinotti, há várias semanas”, resalta outro. Nas matérias culturais há um forte direcionamento para o repórter Márcio Canuto, que entra no meio fim do telejornal fazendo graça, numa tentativa de deixar o conteúdo mais leve. Nesse momento vemos uma seleção de comentários que fazem exaltação e concordância ao que foi veiculado. “Márcio Canuto é a alegria do SPTV”, diz um. “Queria ir eu ao Centro de Tradições Nordestinas”, diz outro. Nos três dias analisados não vimos críticas ao modo de produção das notícias no telejornal ou à condução das reportagens. Acreditamos que deve haver nas redes sociais muitos questionamentos à emissora, mas não vimos a veiculação desses conteúdos. Com relação ao teor da participação dos internautas vemos um tom reivindicatório em forma de pedidos, comentários, ironias e perguntas, um padrão que a emissora adota desde o São Paulo Já nos anos noventa.

Conclusão

Acreditamos que os discursos adotados pela interação de mídias sociais e telejornal abordam o ponto de vista testemunhal dos telespectadores sob uma ótica e modelos pré-determinados, que estariam dentro das diretrizes comunicacionais do jornalismo brasileiro. Partindo desse princípio, se o sujeito é locutor de um dado discurso, os internautas são locutores de um discurso relacionado a sua rua, região, bairro, cidade e/ ou comunidade. Dentro desse contexto de inclusão das mídias sociais num espaço de um telejornal de grande influência e audiência como o SP1, percebemos que os comentários dos internautas pouco acrescentaram ou mudaram as rotinas jornalísticas do noticiário local. A estratégia usada pelos jornalistas nesse caso apenas reforça o que até antes das manifestações de 2013 já existia: um ambiente em que os conteúdos jornalísticos são ditados, de acordo com a relevância dos assuntos considerados pelos jornalistas na redação, que acreditam apreender o que de mais importante há no cotidiano da população.

Acreditamos que nos últimos anos emerge uma nova ordem nesse espaço midiático, onde há uma insatisfação com o jornalismo massivo. Não é isso que foi mostrado nas ruas em 2013, com os protestos inclusive contra a mídia hegemônica? Desde aquela época o jornalismo busca seu espaço nesse novo contexto social e midiático. Nesse meio tempo, a incorporação de mídias sociais diz num primeiro momento que as vozes das ruas estão sendo consideradas, escutadas e mostradas no ambiente massivo. Mas quando fazemos a análise de discurso vemos que a ideologia ainda segue a velha máxima do *gatekeeping*. Portanto, a incorporação dos telespectadores

através das mídias sociais ainda é algo mediado, filtrado e veiculado de acordo com os interesses dos grandes meios. Virou uma outra forma de manipulação - a a ótica de que quem assiste está sendo ouvido através das mídias sociais de forma instantânea... imediata. Mas acreditamos que na prática o jornalismo massivo ainda busca velhas práticas, na tentativa de preservar o poder que até então mantinha sobre as mentes de boa parte dos brasileiros.

Referências

- BECKER, Beatriz; MACHADO, Monica. **Brasil Entre As Telas E As Ruas: Produção E Consumo Das Narrativas Jornalísticas Audiovisuais Sobre Os Protestos Nacionais De Junho De 2013. Discursos Fotográficos**, v.10, n.17, 2014. Disponível em <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/19604>. Acesso em 10/07/2017
- BENETTI, Márcia. O Jornalismo como acontecimento. In: BENETTI, M; FONSECA, Virgínia P. S. (Orgs.). **Jornalismo e Acontecimento**: mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular, 2010. p. 143-164.
- BRUNS, A. Gatekeeping, Gatewatching, Realimentação em Tempo Real: novos desafios para o Jornalismo. **Brazilian Journalism Research**. v. 7, n. 2, 2011. Disponível em: <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/342/315> . Acesso em: 10 jul. 2017.
- FOUCAULT, Michel. Sobre a arqueologia das ciências: resposta ao círculo epistemológico. In: LIMA, L. C. (Org.) **Estruturalismo e teoria da linguagem**. Petrópolis: Vozes, 1971.
- HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- HJARVARD, Stig. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Unisinos, 2014.
- JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

O INTERNauta COMO JORNALISTA CIDADÃO NA TV: UM OLHAR CRÍTICO SOBRE A O USO DE REDES SOCIAIS DENTRO DO NOVO FORMATO DO TELEJORNAL SP1 DA REDE GLOBO

PÊCHEUX, Michel. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. São Paulo, Pontes, 1990.

PERUZZO, Cicília. Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que "o gigante acordou". **Matrizes**, v. 7, n. 2, 2013, p.73-93. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/viewFile/69407/71976>. Acesso em 10/06/2017.

POSSENTI, Sírio. **Os limites do discurso**. Curitiba: Criar Edições: 1993.

RIBEIRO, Rita Aparecida da Conceição. **Um roteiro de visibilidade e invisibilidade na cidade**. In: OBSERVATORIUM: Revista Eletrônica de Geografia, v.1, n.1, p.185-196, jan. 2009.

SANTOS, Rogério. **A negociação entre jornalistas e fontes**. Campinas: Pontes, 1997.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn (Orgs.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 73-102.

SOUSA, Jorge Pedro de. **As notícias e seus efeitos**. Universidade Fernando Pessoa: Lisboa, Mimeo, 1999.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.