



DOI: 10.5380/2238-0701.2020n21.07

Data do recebimento: 09/02/2020

Data da aprovação: 27/10/2020

As relações do telejornalismo brasileiro no
atual ecossistema midiático: uma espécie em
adaptação





As relações do telejornalismo brasileiro no atual ecossistema midiático: uma espécie em adaptação¹

The relations of Brazilian television journalism in the current media ecosystem: a species in adaptation

Las relaciones del periodismo televisivo brasileño en el ecosistema mediático actual: una especie en adaptación

EUGENIA MARIANO DA ROCHA BARICHELLO²

CLARISSA SCHWARTZ³

Resumo: O presente artigo identifica características do ecossistema midiático na contemporaneidade, para possibilitar a reflexão e a análise sobre alguns movimentos do jornalismo em sua especificidade audiovisual⁴. Nosso objeto empírico utilizado para a

1 O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001 e Conselho Nacional de Pesquisa (PQ2 CNPq).

2 Professora titular da UFSM e docente permanente do PPGCom/UFSM. Realizou estágio pós-doutoral sênior na University College of London (UCL-UK). É bolsista em produtividade em pesquisa do Conselho Nacional de Pesquisa (PQ2 CNPq). E-mail: eugeniarichello@gmail.com

3 Jornalista, mestre e doutora em Extensão Rural (UFSM). Realizou estágio pós-doutoral em Comunicação na UFSM e atualmente é doutoranda em Comunicação pela mesma instituição. Bolsista Capes. E-mail: clarissaschwartz@yahoo.com.br

4 O resumo de uma versão inicial deste trabalho foi apresentado em 2019 pelas autoras na 20ª Convenção Anual da Media Ecology Association na Universidade de Toronto.

análise é o telejornal Bom Dia Rio Grande, exibido de segunda a sexta-feira pela RBS TV, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul, e publicações do telejornal na rede social Facebook. A análise diz respeito a um período de três meses (novembro de 2018 a janeiro de 2019) em que o referido telejornal passou a incrementar ações de reconhecimento do potencial do novo telespectador do ecossistema midiático. Em que pese essa interação representar inúmeras possibilidades para uma maior simetria na participação do público na construção das narrativas, verificamos que seu objetivo se centra no fortalecimento do vínculo entre o telejornal e sua audiência.

Palavras-chave: Telejornalismo; Ecologia da mídia; Ética da mídia.

Abstract: This article identifies some characteristics of the media ecosystem in contemporary times, to enable reflection and analysis on some movements of journalism in their audiovisual specificity. Our empirical object used for the analysis is the newscast Bom Dia Rio Grande, shown from Monday to Friday by RBS TV, an affiliate of Rede Globo in Rio Grande do Sul, and publications of the newscast on the social network Facebook. The analysis concerns a period of three months (November 2018 to January 2019) during which the news program began to increase actions to recognize the potential of the new viewer of the media ecosystem. Although this interaction represents countless possibilities for greater symmetry in the participation of the public in the construction of narratives, we find that its objective is centered on strengthening the link between television news and its audience.

Keywords: Television journalism; Media ecology; Media ethics.

Resumen: Este artículo identifica características del ecosistema de medios en los tiempos contemporáneos, para permitir la reflexión y el análisis de algunos movimientos del periodismo en su especificidad audiovisual. Nuestro objeto empírico utilizado para el análisis es el noticiero Bom Dia Rio Grande, mostrado de lunes a viernes por RBS TV, una filial de Rede Globo en Rio Grande do

Sul, y publicaciones del noticiero en la red social Facebook. El análisis se refiere a un período de tres meses (noviembre de 2018 a enero de 2019) durante el cual el programa de noticias comenzó a aumentar las acciones para reconocer el potencial del nuevo espectador del ecosistema de medios. Aunque esta interacción representa posibilidades para una mayor simetría en la participación del público en la construcción de narrativas, encontramos que su objetivo se centra en fortalecer el vínculo entre el noticiero y su audiencia.

Palabras clave: Periodismo televisivo; Ecología de los medios; Ética de los medios.

Introdução

Diversos autores compreendem que o jornalismo enfrenta uma das piores crises da história, com empresas jornalísticas encerrando as atividades em todo o mundo (CANAVILHAS, 2015; SALAVERRÍA, 2014). O pesquisador canadense Jean Charron (2019, p. 11) argumenta que a crise não é própria do jornalismo, mas de seus modos de financiamento. “Não é que não sabemos fazer o jornalismo. Nós sabemos como fazer e o público ainda quer. A pergunta é como organizá-lo para que seja viável financeiramente”. Por outro lado, Christofoletti (2019) observa que a atividade jornalística sempre enfrentou crises financeiras e que a legitimidade e a confiança depositadas sobre o jornalismo também atravessam uma crise. Desse modo, o autor assinala que “a crise do jornalismo é um fenômeno complexo e dinâmico, de difícil enfrentamento e sem uma solução única ou rápida” (CHRISTOFOLETTI, 2019, p. 12).

Leal, Jácome e Manna (2014) questionam se a denominada crise do jornalismo não corresponderia a uma crise de compreensão acerca do jornalismo e de sua historicidade. A partir de Lyotard (1998) e Baumann (1998), os autores sublinham que a “reflexão acerca da ‘crise’ do jornalismo não se descola da discussão acerca da crise da modernidade” e a busca por uma definição do jornalismo “pode levar exatamente ao apagamento de sua importância e de sua diversidade” (LEAL; JÁCOME; MANNA, 2014, p. 147, grifos dos autores).

Canavilhas (2015) pontua que a crise ocorre justamente em um período em que a expansão das tecnologias digitais amplia as possibilidades de comunicação e termina com as barreiras espaciais e temporais que restringiam o setor. O autor argumenta que a entrada de novas espécies provoca mudanças no ecossistema e que essas alterações são proporcionais à importância dessa nova espécie.

Diante deste contexto, o presente artigo objetiva refletir sobre as relações que telejornais produzidos por canais abertos de emissoras brasileiras estabelecem com as novas espécies que integram o ecossistema midiático atual. Buscamos compreender características do ecossistema midiático contemporâneo, para então verificar alguns movimentos do jornalismo – e especificamente do telejornalismo – que podem ser entendidos como uma reação ao momento de crise, compreendida aqui como um fenômeno multifacetado e não apenas financeiro, como observa Christofeletti (2019). A delimitação do estudo ao telejornalismo ocorre em função da centralidade que a televisão ainda possui no ambiente midiático convergente, especialmente na cobertura de grandes acontecimentos, conforme assinalam Becker et al. (2018). Ressaltamos, no entanto, que o telejornalismo é compreendido aqui como o jornalismo para as telas e não como o jornalismo de televisão que deu origem ao termo (EMERIM, 2018), o que atenta para a complexidade do ecossistema midiático contemporâneo.

O artigo está dividido em três partes: na primeira seção, “Aproximações à perspectiva de sistemas ecológicos”, buscaremos compreender a perspectiva ecológica da comunicação a partir de Adriana Braga e Adriano Rodrigues (2018) e Carlos Scolari (2013). No segundo momento, “Reflexões sobre o jornalismo no ecossistema midiático atual”, identificaremos algumas características e tendências do jornalismo, tendo como ponto de partida o trabalho de João Canavilhas (2015). Para compreendermos as características próprias do jornalismo em sua especificidade audiovisual, recorremos a autores que se dedicam ao estudo de telejornais brasileiros como Emerim (2015) e Cajazeira (2015). Por fim, na terceira seção intitulada “Apontamentos sobre o espaço do telejornalismo no ecossistema midiático atual” faremos uma tentativa de identificar e analisar algumas relações do telejornalismo brasileiro com as novas espécies que integram o ecossistema midiático. Para isso, utilizaremos exemplos retirados do telejornal Bom Dia Rio Grande, exibido

de segunda a sexta-feira pela RBS TV, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul, e postagens do programa na página da RBSTV na rede social com maior número de seguidores, o Facebook⁵. Os exemplos referem-se a um intervalo de três meses (novembro de 2018 a janeiro de 2019). Neste período o referido telejornal passou a incrementar ações de reconhecimento do potencial do novo telespectador do ecossistema midiático. Partimos do pressuposto de que tais ações buscaram estabelecer uma relação mais simétrica do telejornal com seu público. Becker (2007) assinala que, de modo geral, a participação do público nas narrativas telejornalísticas ocorre de modo bastante desigual.

Analizando os processos interativos em telejornais brasileiros e portugueses, Tourinho (2018) aponta que telejornais em horário nobre e com maior audiência são mais resistentes às inovações porque se encontram em uma zona de conforto. Por outro lado, observamos que telejornais matutinos - que registram índices de audiência menores da grade de programação⁶ - tendem a utilizar estratégias inovadoras com maior frequência. Por esse motivo, elegemos o Bom Dia Rio Grande como objeto empírico de análise. Entendemos que compreender os movimentos do telejornalismo matutino regional nos permite ter acesso a um campo de experimentações que representam o processo embrionário de estratégias do discurso telejornalístico contemporâneo.

Aproximações à perspectiva de sistemas ecológicos

Carlos Scolari (2013) pontua que na década de 60 a metáfora ecológica apresentou-se como um novo marco teórico para as ciências sociais e o conceito de “*media ecology*” foi usado por Marshall McLuhan em algumas conversas privadas, sendo Neil Postman o primeiro a usar o termo em público em uma conferência em 1968. Scolari (2013) completa que, três anos mais tarde, Postman criou o programa em *Media Ecology* na Universidade de Nova York. O autor assinala ainda que a visão integrada da comunicação já era percebida nas investigações de um

5 Em junho de 2020 o perfil do Facebook da RBS TV contava com 1 milhão e 411 mil seguidores. Já os perfis da organização no Instagram e Twitter tinham 577 mil e 234 mil seguidores, respectivamente.

6 De segunda a sexta-feira, menos de 20 por cento dos domicílios estão com o televisor ligado às 6 horas da manhã. No horário nobre, cerca de 70 por cento dos televisores estão ligados. Os números são semelhantes no Brasil e em Porto Alegre (GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO, 2018).

dos mestres de McLuhan, Harold Innis, especialmente nas obras *Empire and Communication* (1950) e *The Bias of Communication* (1951).

Scolari (2013) considera que, apesar da obra de McLuhan ter sido esquecida por alguns anos, especialmente após a sua morte, releituras do escritor canadense começaram a surgir no início dos anos 90 buscando especialmente explicar a expansão da Internet e a proliferação de novas espécies midiáticas que surgem com uma velocidade espantosa, ameaçando a permanência das espécies já existentes e deixando o ecossistema midiático em “estado permanente de tensão” (SCOLARI, 2013, p. 34, tradução nossa). Scolari (2013) argumenta que - apesar de McLuhan não ter vivido esse processo de transição das mídias analógicas para as mídias digitais - suas intuições dão pistas importantes para a compreensão deste novo ecossistema da comunicação.

Sempre recomendo fazer o seguinte experimento: eleger qualquer texto de McLuhan e onde ele escreve “meios eletrônicos” colocar “meios digitais”, e onde diz “televisão” colocar “World Wide Web”... Os resultados são assombrosos: os textos de McLuhan parecem ter sido escritos no mês passado! (SCOLARI, 2013, p. 34-35, tradução nossa).

O autor atenta, no entanto, que leituras que se concentram em celebrar McLuhan como o Nostradamus do fim do século XX ou apenas atualizar o seu pensamento pouco contribuem para a consolidação teórica da corrente *Media Ecology*, sendo necessário explorar de modo mais profundo as possibilidades desta metáfora com questões como: O que acontece a partir da emergência de uma nova espécie no ecossistema midiático? Há extinção ou hibridismo dos meios? Existem meios que se tornam fósseis?

Scolari (2013) argumenta também que o conceito de ecologia não pode estar separado do conceito de evolução. Enquanto a ecologia se concentra na dimensão espacial das interações midiáticas, a evolução ocupa-se das transformações que ocorrem ao longo do tempo. Desse modo, destaca os conceitos de coevolução ou hibridação. A coevolução pode ser compreendida a partir das complexas relações entre os meios e os sujeitos ou apenas entre os meios (SCOLARI, 2013).

Braga e Rodrigues (2018) contextualizam que a perspectiva sistêmica privilegia alguns recursos que são ignorados ou relegados a um lugar secundário por paradigmas disciplinares como o estruturalismo, o funcionalismo ou o marxismo. Analisando a obra de Marshall McLuhan e

também de Niklas Luhmann, os autores compreendem que se trata de uma abordagem baseada na complexidade, que é sistêmica, ecológica e histórica e considera a comunicação como um problema de operação autopoietica, conceito dos biólogos Maturana e Varela (1984), que “se fecha para o ambiente para se constituir, abrindo-se apenas para aquilo que necessita para sua manutenção” (BRAGA; RODRIGUES, 2018, p. 68).

Após essa breve aproximação teórica à perspectiva de sistemas ecológicos, a seguir buscaremos refletir sobre características do jornalismo no ecossistema midiático atual.

Reflexões sobre o jornalismo no ecossistema midiático atual

Canavilhas (2015) avalia o impacto das tecnologias no ecossistema midiático. Para o autor, as fronteiras entre os meios foram opacizadas e os conceitos estáveis não servem mais para o atual momento. Recorre ao seu texto anterior (CANAVILHAS, 2011) para distinguir mudanças em três fatores: intermediários, tecnoambientais e contextuais. Nos fatores intermediários – que abrange o estudo dos meios e de suas relações - Canavilhas (2015) aponta como principal mudança o surgimento das novas espécies, como a Internet e os dispositivos móveis, que mudaram tanto a produção de conteúdo como as formas de consumo de informação. Os fatores tecnoambientais relacionam-se às interfaces que possibilitem ao usuário uma posição de centralidade no ecossistema midiático. Já entre os fatores contextuais, o autor considera que a mobilidade dos receptores é algo que leva os emissores a produzir conteúdo para diferentes ambientes. O autor salienta que essas mudanças poderiam resultar em oportunidade para os meios de comunicação, mas empresas do mundo todo não têm conseguido acompanhar o ritmo dessa evolução.

Para superar o momento de crise, Canavilhas (2015) argumenta que é necessário ultrapassar obstáculos em três campos: 1) profissional: preparando jornalistas para atuar neste novo ecossistema; 2) tecnológico: revisando rotinas de produção e atualizando conceitos como proximidade e periodicidade; 3) econômico: buscando novos modos para viabilizar os meios. O autor ainda atenta que o enxugamento das

redações, a competência dos meios *online* gratuitos e também o surgimento de agregadores de informação alteram o fazer jornalístico, que passa a ter como premissas a urgência da apuração e a quantidade de conteúdo produzido, sem possibilidade de sair às ruas para coletar informações e conversar com as fontes, transformando-se em “*churnalism*⁷”, nos termos de Davies (2008, p. 73), referindo-se à prática de reprodução de materiais prontos como *releases* em vez de apuração de material próprio.

Dada a importância da telefonia móvel como uma das principais formas de acessar a Internet, Canavilhas (2015) argumenta que o futuro do jornalismo parece estar na disponibilização de informação personalizada por meio destes dispositivos. Para o autor, essas mudanças implicam uma alteração em outra marca do jornalismo tradicional: a periodicidade dá lugar à instantaneidade, pois informação com horários estabelecidos não contempla a velocidade das informações. O autor recomenda também que sejam ofertadas possibilidades de interação dos usuários com os jornalistas e criação de vínculos com os meios, implementando estratégias de lealdade, criando sentimentos de pertencimento com o meio. Avaliando a participação do público especificamente nos telejornais, Cajazeira (2015) distingue três formas: direta, indireta e simultânea. A primeira reúne canais de interação oficiais entre o público e o telejornal por meio da internet (seção Fale Conosco dos sites das emissoras ou envio de e-mails para os departamentos de jornalismo, por exemplo); a forma indireta refere-se à participação unilateral do público através de comentários e compartilhamento de conteúdo jornalístico televisivo em outros espaços, como blogs e redes sociais; e o modo simultâneo de participação ocorre quando há inclusão da participação tanto nas transmissões ao vivo ou gravadas dos programas de notícias. “A interação do público com o telejornal simula a existência de uma relação comunicacional ‘real’ e dissimula uma existência efetiva de presença, o que já ocorria durante o período analógico da tevê. O que existe hoje na realidade digital é uma simulação de interatividade e presença” (CAJAZEIRA, 2015, p. 197, grifo do autor).

Para Emerim (2015, p. 208) a prática jornalística está em “permanente estado de transição” em função dos avanços tecnológicos e da

7 A expressão “*churn out*” refere-se à produção de algo de moto automático, em grande quantidade (LINGUEE, 2020).

“natureza mutável do social”. Avaliando a presença do telejornalismo na web, a autora afirma: “Talvez entre todas as mídias que passaram a habitar o universo da web, a televisão e os produtos televisuais foram aqueles que mais se proliferaram” (EMERIM, 2015, p. 217). A autora assinala que os dispositivos móveis mudaram os modos de recepção dos telejornais. “O celular, smartphone ou o tablet, que acompanha as pessoas em qualquer lugar, talvez priorize o *ouvir* do que o *ver*. Se as imagens a serem exibidas não tiverem muita qualidade técnica, a escuta pode vir a ser a chave de sentido desta nova forma portátil de ‘assistir telejornal’” (EMERIM, 2015, p. 224, grifos da autora).

Diante das características do (tele)jornalismo elencadas nesta seção, a seguir apresentaremos algumas considerações sobre o espaço do telejornalismo no ecossistema midiático atual.

Apontamentos sobre o espaço do telejornalismo no ecossistema midiático atual

Silva (2018) também busca compreender as mudanças do fazer telejornalístico e apresenta uma proposta epistemológica de divisão de seis fases do telejornalismo brasileiro: 1) falado: modelo radiofônico implantado na década de 50; 2) reportado: com a chegada das câmeras portáteis na década de 70; 3) *all-news*: marcado pela implantação da televisão por assinatura a partir do final dos anos 80; 4) convergente: caracterizado pela implantação das tecnologias digitais que alteraram as formas de produção, distribuição e consumo do produto telejornalístico; 5) expandido: compreendido como a fase em que o conteúdo televisual adquire novos formatos para outros suportes, especialmente para as redes sociais; e 6) imersivo: entendido como o jornalismo que utiliza tecnologias de realidade virtual ou realidade aumentada.

Buscando articular as fases do telejornalismo propostas por Silva (2018) às características do jornalismo no ecossistema midiático atual, apresentadas na seção anterior, compreendemos que traços de todas as fases descritas pela autora ainda podem ser identificados no telejornalismo em maior ou menor intensidade, pois o telejornalismo atual é uma hibridação (SCOLARI, 2013) dos modelos anteriores, em que pese reconhecermos o telejornalismo expandido como a fase mais em evi-

dência atualmente, com experiências ainda pontuais de telejornalismo imersivo.

Neste contexto, identificamos dois movimentos interligados dos telejornais brasileiros que aqui são compreendidos como reações ao momento de crise do jornalismo e, especialmente, como tentativas de manutenção do próprio telejornalismo. Para buscar compreender esses movimentos, utilizaremos trechos do programa Bom Dia Rio Grande, que vai ao ar entre 6h e 8h30min. Os movimentos estão assim descritos:

1) práticas de diferenciação: diante da variedade de espécies presentes no ecossistema midiático, compreendemos que o telejornalismo busca formas de diferenciar-se. Luhmann (2005) comprehende que, quando os sistemas se diferenciam e criam uma fronteira com o meio que os envolve, trata-se de uma diferenciação autofortificada. Uma das práticas de diferenciação que verificamos no telejornalismo é a construção e estreitamento de laços com o seu público, simulando ou até mesmo encenando práticas de vinculação que são baseadas em formas de “reciprocidade comunicacional (afetiva e dialógica) entre os indivíduos” (SODRÉ, 2010, p. 234).

O aniversário da apresentadora de televisão Simone Lazzari, registrado ao vivo pelo programa Bom Dia Rio Grande, pode ser tomado como um exemplo de práticas de diferenciação, como mostra o fragmento da edição do Bom Dia Rio Grande reproduzido abaixo. Os trechos destacados em negrito buscam evidenciar a análise.

(Daniela Ungaretti)

Antes de mais nada, nós gostaríamos de juntos aqui desejarmos um feliz aniversário pra Simone. Parabéns!

(Simone Lazzari)

Obrigada, fiquei surpresa! (risos)

(Daniela Ungaretti)

A gente te deseja em nome de toda a equipe do Bom Dia, de todos os colegas do interior, tudo de melhor na vida. **Tenho certeza que os nossos telespectadores também Simone.**

(Simone Lazzari)

Muito obrigada, muito obrigada! É muito bom, mais uma vez comemorar aniversário aqui no Bom Dia com essa energia boa das manhãs (GLOBO PLAY, 2018a, grifos nossos).

Ao referir “ter certeza de que os telespectadores também desejam um feliz aniversário”, a apresentadora Daniela Ungaretti reconhece e envolve a audiência na comemoração, em uma simulação de interatividade e presença, conforme Cajazeira (2015). Os telespectadores aderem à comemoração através da participação nas redes sociais. Um *post* do programa em homenagem ao aniversário da apresentadora somou 1095 curtidas e 368 comentários (RBSTV2018a), enquanto outro *post* da mesma data destinado a uma chamada do telejornal recebeu 503 curtidas e 55 comentários (RBSTV2018b).

É importante destacar que a participação não é apenas incentivada pelo programa. As apresentadoras interagem nas redes sociais - ainda que não regularmente no período analisado - com curtidas nas publicações dos telespectadores. Um perfil organizacional também passou a ser usado para curtir os comentários e responder a questões dos telespectadores. O programa também passou a incentivar a interação simultânea (CAJAZEIRA, 2015) com os telespectadores no momento de exibição do programa - reconhecendo o fenômeno da segunda tela - como mostra o fragmento abaixo, reproduzido a partir da edição de 30 de novembro de 2018.

(Daniela Ungaretti)

A gente tem um convite, um pedido. **A gente quer que você participe mais aqui do Bom Dia Rio Grande** porque você e a sua colaboração são fundamentais pra gente. Então a partir de hoje tem uma forma bem fácil e rápida também de se comunicar conosco. É só usar nas suas redes sociais a nossa **hashtag “bomdiariogrande”**. Use pra denunciar um problema, contar pra gente algo bacana, mostrar uma foto ou um vídeo também que você tenha feito.

(Simone Lazzari)

Qualquer assunto vale [...]. Você publica nas suas redes sociais, coloca a **nossa hashtag “bomdiariogrande”** e nós vamos ficar de olho (GLOBO PLAY, 2018b, grifos nossos).

Além do uso da hashtag, em janeiro de 2019, o programa passou a estimular a participação dos usuários por meio do aplicativo de mensagens WhatsApp e abriu espaço diário em suas edições para leitura de comentários de telespectadores e exibição de fotos e vídeos produzidos pela audiência. Analisando os usos do WhatsApp no telejornalismo brasileiro, Guetti e Ribeiro (2018) assinalam que o aplicativo auxilia na interação com o público, mas também é uma tentativa de aumentar a cobertura de assuntos por parte das emissoras com conteúdos amados e, assim, diminuir os custos de produção. No caso do telejornal analisado, a participação dos telespectadores pelo aplicativo impulsionou a visibilidade da audiência em diferentes cidades do estado, diversificando a cobertura do telejornal que é centralizada na região metropolitana e municípios do interior onde há emissoras da RBS TV.

Os modos de interação com o telejornal são divulgados também nas redes sociais. Em 24 de janeiro de 2019, o programa postou a seguinte mensagem no Facebook: “Além de +30 minutos com você, o #BomDia-RioGrande te encontra também no WhatsApp: (51) 99757-4875”, (RBSTV, 2019). A mensagem é acompanhada de uma foto dos apresentadores sorridentes segurando um celular e o símbolo do aplicativo. A postagem teve 345 curtidas e 54 comentários. Entendemos que prática autorreferencial (LUHMANN, 2005) tem como principal intenção o fortalecimento do próprio telejornal dentro do ecossistema midiático. Observamos, no entanto, que a maior parte dos telespectadores usa a rede social apenas para cumprimentar os apresentadores: “Bom dia”, “Bom dia Rio Grande”. Identificamos apenas dois comentários relacionados ao conteúdo da postagem: “Menos celular, mais notícias”; “Péssimo telejornal. Pior agora com mais tempo de duração [...]” (RBSTV, 2019).

Compreendemos que uma tendência do telejornalismo é agregar ao próprio discurso os fragmentos informativos que circulam cada vez com mais intensidade no ecossistema midiático (SCHWARTZ; BARICHELLO, 2018) em uma tentativa de atender a velocidade e a pressão da circulação das imagens e promover um *continuum* informativo (BARBOSA, 2013) buscando transmitir a ideia de uma conexão permanente aos fatos do mundo. Nesse sentido, entendendo a noção de Davies (2008), questionamos: o fazer telejornalístico atual poderia ser considerado “*telechurnalism*”? O termo “*churnalism*” define o jornalismo que privilegia materiais de terceiros e foi elaborado com base em estudos sobre a imprensa do Reino Unido. Van Hout e Van Leuven (2016, p. 118, tradução nossa) analisam o conceito:

quando enquadrado em uma narrativa de declínio que lamenta a erosão de reportagens em primeira mão e sucumbe a romantizar uma época passada povoada por jornalistas ferozmente independentes, sentimos que a opinião de Davies sobre a mídia é excessivamente pessimista e, por fim, improdutiva para a compreensão digital [...].

Para os autores, existem dois polos em relação ao tema: um considera o “*churnalism*” uma ameaça aos ideais do jornalismo como independência e imparcialidade; o outro atenta que o jornalismo no contexto digital não se define de modo exclusivo por testemunhas oculares, sendo que os jornalistas têm trabalhado a maior parte do tempo nas redações e não nas ruas, desenvolvendo especialmente a função de curadoria. “Sob essa perspectiva, o que Davies desqualifica como *churnalism* é apenas um aspecto de uma ecologia de mídia em mudança” (VAN HOUT; VAN LEUVEN, 2016, p. 118, tradução nossa, grifo nosso). Apesar de Davies referir-se especialmente à reprodução de materiais elaborados por assessorias de Relações Públicas, entendemos que a crescente incorporação de conteúdos amadores aos telejornais como o Bom dia Rio Grande (BDRG) também corresponderia à prática de *churnalism*. Nesse sentido, a produção - que até o fim da década de 90 poderia ser considerada como preponderantemente endógena – feita a partir de fragmentos produzidos pelas próprias emissoras - está cada vez mais aberta e integrada, acoplando-se ou hibridizando-se aos demais subsistemas do ecossistema midiático e produzindo uma narrativa cada vez mais multifragmentada.

2) Aumento da narrativa em tempo real: apesar de os telejornais serem exibidos ao vivo, observamos que, no atual ecossistema midiático, há um incremento das narrativas em tempo real. Narrar o que está acontecendo “agora” tem mais valor do que narrar algo importante que não está inserido no tempo presente. Desse modo, o telejornalismo se apresenta cada vez mais como uma janela permanentemente aberta para o mundo. As telas têm destaque nos cenários e é cada vez mais comum os apresentadores comandarem os telejornais ao lado delas e utilizando laptops, tablets e, mais recentemente, telefones celulares, como apontado por Silva (2018). Antunes (2007) ocupa-se da discussão entre temporalidade e produção do acontecimento jornalístico e questiona a noção de presentismo que está associada ao modo de operação

dos meios de comunicação que busca vincular os indivíduos à ideia de acompanhar as narrativas “reais” e em tempo “real”. Para verificar esta situação, observamos a edição do Bom dia Rio Grande de 07 de dezembro de 2018 (GLOBO PLAY, 2018d). O Quadro 1 apresenta o total de inserções ao vivo com a presença de repórter, a duração, o local da entrada ao vivo e o assunto de cada inserção.

Quadro 1 – Inserções ao vivo do programa Bom Dia Rio Grande de 07/12/2018
 (Elaboração das autoras a partir de Bom Dia Rio Grande, 07/12/2018).

N	Tempo	Local	Assunto
1	2'20"	BR 448 em Canoas	Escuridão causada pelo furto de cabos de energia
2	1'32"	Viaduto da rua Duque de Caxias com BR 158 em Santa Maria	Atraso na finalização de obra de viadutos em Santa Maria
3	2' 37"	Parada de ônibus em Porto Alegre	Parada de ônibus precisa ser retirada por problemas na estrutura
4	4'50"	Avenida Castelo Branco em Porto Alegre	Escuridão causada pelo furto de cabos de energia
5	2'47"	Rua em Porto Alegre	Ex-gerente da EPTC é investigado por pressionar agentes a aplicar multas
6	2'	Frente de prédio onde ocorreu um incêndio em Porto Alegre	Incêndios em Porto Alegre
7	58"	Frente de ambulatório de Sapucaia do Sul	Médicos de Sapucaia do Sul entram em greve
8	1'29"	Pelotas	Maternidade de Pelotas será reaberta
9	1'18"	Frente de prédio onde ocorreu um incêndio em Porto Alegre	Bombeiros retornam ao local para combater rescaldo do incêndio
10	1'	Viaduto na RS 509 em Santa Maria	Trânsito ainda não foi liberado pela falta da inauguração
11	45"	Pelotas	Situação do tempo e programação de Natal na cidade
12	33"	Sapucaia do Sul	Situação do tempo e greve dos médicos
13	40"	Porto Alegre	Situação do tempo e investigação sobre diretor da EPTC que pressionaria agentes a aplicar multas

Do total de 1 hora e 20 minutos de produção desta edição, 22 minutos foram destinados para entradas ao vivo, sendo que consideramos neste total apenas entradas ao vivo com a presença de repórteres, excluindo-se as inserções de imagens panorâmicas usadas na previsão do tempo e para mostrar o tráfego nas cidades.

Observamos que, das 13 entradas, apenas duas (números 7 e 9) foram narrativas de simultaneidade (CHARAUDEAU, 2013), ou seja, os fatos narrados estavam acontecendo naqueles locais e naqueles momentos. A maior parte das entradas foram narrativas de reconstituição (n. 1, 2, 3, 4, 5, 6 e 10), após a ocorrência dos fatos (CHARAUDEAU, 2013). Identificamos uma narrativa que buscou antecipar um fato (n. 8) e três entradas ao vivo que combinaram um momento de registro (os repórteres apenas citam como está o tempo naquele momento) e reiteração (resumem a principal informação que trouxeram àquela edição do telejornal) (n. 11, 12 e 13). Desse modo, entendemos que – apesar de o conteúdo priorizar fatos que já ocorreram e, muitas vezes, já foram notícia em outros telejornais da emissora - as entradas ao vivo são usadas para agregar características que faltam às notícias em si, em um movimento que busca adaptar o telejornalismo a um dos valores mais caros do ecossistema midiático atual, segundo Canavilhas (2015): a instantaneidade da informação.

Consideramos que as entradas ao vivo buscam transmitir a ideia de onipresença do telejornal. Na edição analisada, os repórteres trouxeram informações ao vivo a partir de cinco cidades distintas, sendo que os locais das entradas foram alterados durante a própria edição do programa, demonstrando que os repórteres circulam nas cidades em busca das informações buscando associar o telejornalismo a um espaço midiático dinâmico. Com a possibilidade de transmissão de sinal pela internet, os locais das entradas ao vivo, antes limitados por questões técnicas, agora tornam-se variados.

Pontuamos ainda que o BDRG conta com a participação ao vivo não apenas dos jornalistas da emissora, mas também de comunicadores de outros veículos do Grupo RBS como GaúchaZH, Rádio 92 FM e Portal G1/RS, em um exemplo de estratégia autorreferente (LUHMANN, 2005) que pode ser compreendida também como uma autopóiese organizacional, em uma extensão do termo de Maturana e Varela (1984).

Observamos, nesse sentido, que o programa tem privilegiado a

oralidade sobre a visibilidade, enfatizando a característica da primeira fase do telejornalismo brasileiro (SILVA; 2018; EMERIM, 2015). Consideramos que essa estratégia pode ter sido impulsionada pelo próprio enxugamento das redações, sendo que as entradas ao vivo dispensam a captação e edição prévias de imagens e entrevistas, mas também vai ao encontro dos modos portáteis de recepção dos telejornais, referidos por Emerim (2015). Em que pese os telejornais matutinos serem produzidos desde o período analógico para um receptor “em movimento”, que está se preparando para começar o dia, hoje a mobilidade é inerente ao próprio telejornal.

Considerações finais

A proposta de refletir sobre o espaço do telejornalismo no ecossistema midiático atual nos levou inicialmente a uma busca com o objetivo de identificar algumas características desse ecossistema e do telejornalismo, tomado aqui como um subsistema. Verificamos que nesta ambição as fronteiras entre os meios estão cada vez mais porosas, mas – ao mesmo tempo – é a partir da expansão para outros meios que cada uma das espécies busca mostrar o seu valor e garantir a sua permanência no sistema, ou seja, desenvolve a operação autopoietica.

Especificamente sobre o telejornalismo, compreendemos que esse subsistema tem apostado em práticas de diferenciação tanto na televisão como nas redes sociais para se aproximar e fidelizar os seus telespectadores. O telejornalismo busca consolidar seu espaço como a espécie já conhecida, que já está domesticada, que é amigável, e, dessa forma, tenta tornar invisível a barreira da interação mediada. Nesse sentido, no período analisado, registramos a prática de uma “roda de chimarrão”⁸ entre os apresentadores do programa. Ao mesmo tempo em que compartilham a bebida no estúdio, os apresentadores exibem e comentam fotos dos “mates” enviadas pelos telespectadores.

Desse modo, entendemos que no ecossistema midiático atual, o telejornalismo é uma espécie em adaptação que se expande para os

⁸ O chimarrão (ou mate) é uma bebida típica gaúcha herdada dos povos indígenas. É feita com erva mate moída e água quente. A bebida é preparada em uma cuia com o uso de uma bomba (espécie de canudo) para servir o mate. É um hábito presente especialmente nas manhãs dos gaúchos.

outros meios, especialmente para as redes sociais, para ir ao encontro de sua audiência, cativá-la, interagir com ela e manter o seu espaço, independentemente do suporte. Em que pese essa interação representar inúmeras possibilidades para uma maior simetria na participação do público na construção das narrativas, verificamos que seu objetivo está centrado no fortalecimento do vínculo entre o telejornal e sua audiência.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, Elton. Temporalidade e produção do acontecimento jornalístico. **Em questão**, Porto Alegre, v. 13, n. 1, p. 25-40, jan./jun. 2007.
- BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais". In: Canavilhas, João (Org.). **Notícias e mobilidade**: O jornalismo na era dos dispositivos móveis. Covilhã: Livros Labcom, pp. 33-54. Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/94>> Acesso em: 24 nov. 2018.
- BECKER, Beatriz. Como, onde, quando e porque fala a audiência nos telejornais. **Estudos em comunicação**. n. 1. p. 161-196. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/01/pdfs/becker-beatriz-audencia-telejornais.pdf>> Acesso em: 23 jun. 2020.
- BECKER, Beatriz et al. A centralidade do telejornal no ambiente midiático convergente: repensando como as interações entre produção e recepção atribuem sentidos aos Jogos Rio 2016. **Intercom – RBCC**. São Paulo, v.41, n.3, p.1-16, set./dez. 2018
- BRAGA, Adriana; RODRIGUES, Adriano. Pensamento Sistêmico-Ecológico: Luhmann, McLuhan e o sujeito. **Questões Transversais**. v. 6, n. 12, jul. dez, 2018. pp. 63-71.
- CAJAZEIRA, Paulo Eduardo. A participação no jornalismo em TV: do analógico ao digital. In: VIZEU, Alfredo; MELLO, Edna; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Org.). **Telejornal e praça pública**: 65 anos de telejornalismo. Florianópolis: Insular, 2014. pp. 181-205.
- CANAVILHAS, João. Nuevos medios, nuevo ecosistema. **El profesional de la información**, 2015, julio-agosto, v. 24, n. 4, pp. 357-362.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2013.
- CHARRON, Jean. A crise não é do jornalismo, mas do seu financiamento: entrevista com Jean Charron. [Entrevista concedida a Lívia Guilhermano]. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 45, p. 5-15, maio/ago. 2019.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. **A crise do jornalismo tem solução?** [recurso eletrônico] Barueri, São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019.
- DAVIES, Nick. Churnalism has taken the place of what we should be doing: Telling the truth. **Press Gazette**. London, 04 fev. 2008. Disponível em: <<https://www.pressgazette.co.uk/nick-davies-churnalism-has-taken-the-place-of-what-we-should-be-doing-telling-the-truth-40117/>> Acesso em: 02 jan. 2019.
- EMERIM, Cárlida. Estudos em Telejornalismo: possibilidades de análise da inovação. In: 16º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, SBPJor. **Anais... São Paulo, 2018**.
- _____ Telejornal, tecnologia e narrativa no Brasil para os próximos 65 anos. In: VIZEU, Alfredo; MELLO, Edna; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska (Org.). **Telejornal e praça pública**: 65 anos de telejornalismo. Florianópolis: Insular, 2014. p. 207-228.
- GHETTI, Mariana de Carvalho; RIBEIRO, Renata Rezende. A produção telejornalística cotidiana no tempo de redes sociais digitais: os usos do WhatsApp no RJTV. **Líbero**. Ano XXI, n. 42, jul./dez. 2018, p. 175-188.

GLOBO PLAY. **Bom dia Rio Grande.** 27 nov. 2018a. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7190217/programa/?s=01h10m08s>> Acesso em 01 dez. 2018.

_____. **Bom Dia Rio Grande.** 30 nov. 2018b. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7198441/programa/>> Acesso em: 03 dez. 2018.

_____. **Bom Dia Rio Grande.** 07 dez. 2018c. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7216700/programa>> Acesso em: 08 dez. 2018.

GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. **Mídia dados Brasil 2018.** São Paulo: Ipsis, 2018. Disponível em: <<http://mediadados.org.br/2018/Midia%20Dados%202018%20%28Interativo%29.pdf>> Acesso em 11 dez. 2018.

LEAL, Bruno Souza; JÁCOME, Phellipy; MANNA, Nuno. A “crise” do jornalismo: o que ela afirma e o que ela esquece. **Líbero**, São Paulo, v. 17, n. 34, p. 145-154, jul./dez. 2014.

LINGUEE. **Churn out.** Disponível em: <<https://www.linguee.com.br/ingles-portugues/traducao/churn+out.html>> Acesso em: 02 jan. 2020.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação.** São Paulo: Paulus, 2005.

RBSTV. **Além de +30 minutos com você, o #BomDiaRioGrande te encontra também no WhatsApp: (51) 99757-4875.** Porto Alegre, 24 jan. 2019. Facebook: RBSTV. Disponível em: <<https://www.facebook.com/rbstv/photos/a.209676025748022/1991734990875441/?type=3&theater>> Acesso em: 24 jan. 2019.

RBSTV. **Hoje o dia é dela, que te encontra todos os dias bem cedinho na TV!** Porto Alegre, 27 nov. 2018. Facebook: RBSTV. Disponível em: <https://www.facebook.com/rbstv/photos/a.209676025748022/1899593873422887/?type=3&theater> Acesso em: 10 dez. 2018.

RBSTV. **Coloca um sorriso no rosto e vem começar a terça-feira com a gente no #BomDia-RioGrande!** Porto Alegre, 27 nov. 2018a. Facebook: RBSTV. Disponível em: <<https://www.facebook.com/rbstv/photos/a.209676025748022/1909384769110464>> Acesso em: 23 jun. 2020.

SALAVERRÍA, Ramón. Mídia e jornalistas, um futuro em comum? **Parágrafo:** Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM, 2014, v. 3, n. 1, pp. 79-83.

SCHWARTZ, Clarissa; BARICELLO, Eugenia Mariano da Rocha. Apontamentos sobre a construção da narrativa telejornalística. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 17, Goiânia, 2019, **Anais eletrônicos...** São Paulo: SBPJor, 2019, p. 1-14. Disponível em: <<http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/viewFile/2084/1037>> Acesso em: 23 jun. 2020.

SCOLARI, Carlos A. Más allá de McLuhan: Hacia una ecología de los medios. In: RUBLESKI, Anelise; BARICELLO, Eugenia Mariano da Rocha. **Ecología da mídia.** Santa Maria: FACOS-UFSM, 2013. pp. 33-39.

SILVA, Edna de Mello. Fases do telejornalismo: uma proposta metodológica. In: EMERIM, Cárlida; COUTINHO, Iluska; FINGER, Cristiane. **Epistemologias do telejornalismo brasileiro.** Florianópolis: Insular, 2018. Coleção Jornalismo Audiovisual.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho.** 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

TOURINHO, Carlos. As barreiras invisíveis na promessa de interação no telejornal. In: EMERIM, Cárlida; COUTINHO, Iluska; FINGER, Cristiane. **Epistemologias do telejornalismo brasileiro.** Florianópolis: Insular, 2018. Coleção Jornalismo Audiovisual

VAN HOUT, Tom; VAN LEUVEN, Sarah. Investigating ‘churnalism’ in real-time news. In:
FRANKLIN, Bob; ELDRIDGE II, Scott A. (Org). **The Routledge companion to digital journalism studies.** London, New York: Routledge, 2017, pp. 117-125.

Data do recebimento: 09 fevereiro 2020

Data da aprovação: 27 outubro 2020

