



Espaço Aberto

NOVOS FORMATOS DO TELEJORNALISMO: AS MUDANÇAS EDITORIAIS DO NETV 1ª EDIÇÃO¹

Cristina Teixeira Vieira de Melo²

Caíque Luiz Batista de Paula³

RESUMO: Nos últimos anos, os meios de comunicação vêm alterando características dos seus programas (formato, linguagem, etc.) no intuito de se aproximar ainda mais do público. Em certos telejornais locais, como o NETV 1ª Edição da Rede Globo Nordeste, pode-se perceber uma maior participação da população na produção das notícias e um aumento de matérias que tratam da realidade das comunidades, por meio do jornalismo de serviço. Quadros como o Calendário NETV e a Blitz mostram como as últimas mudanças editoriais do telejornal pernambucano se voltam para a garantia de direitos básicos dos cidadãos, construindo, assim, um laço de confiança com a população. Logo, esse trabalho visa compreender como o jornalismo de prestação de serviço e a coparticipação do público ocorrem no NETV.

PALAVRAS-CHAVE: *Jornalismo de Serviço; Coparticipação; NETV 1ª Edição.*

¹ Trabalho também apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Jornalismo da UFPE, email: caiqueluiz@live.com.

³ Doutora em Linguística (UNICAMP, 1999). Professora do Curso de Jornalismo do CAC – UFPE, email: cristinateixeiravm@gmail.com

1. Introdução

A população nos dias de hoje não se contenta somente em saber o que ocorre a sua volta, ela quer fazer parte dos acontecimentos e da sua disseminação. Com o desenvolvimento das “novas mídias”, o leitor tem acesso muito mais rápido à informação do que esperar o tempo de um jornal ser publicado ou um telejornal entrar no ar. Além disso, os cidadãos ficaram muito mais exigentes e seletivos, elegem para si mesmos o que querem ver e ouvir. O crescimento das classes tidas como populares proporcionou um horizonte mais democrático de acesso à informação.

Esse desenvolvimento chegou a tal ponto que o jornalismo televisivo precisou elaborar novas estratégias de atração de público (audiência). Hoje o telejornalismo necessita, primordialmente, oferecer ao seu telespectador um maior apoio aos seus propósitos, além de adaptar-se a maneira como passará a informação. Nesse sentido, deve buscar as demandas da população e a forma como ela gosta de interagir e se informar.

A fim de apontar um exemplo prático sobre a mudança de determinadas características que se deram no formato do jornalismo televisivo, principalmente em telejornais locais, analisou-se o NETV 1ª Edição.

Transmitido pela Rede Globo Nordeste, em Pernambuco, o programa vem apresentando mudanças em determinadas características tradicionais do telejornalismo, com uma presença muito forte do jornalismo de serviço em suas edições diárias, por exemplo. O corpus de análise foram vídeos capturados do site do programa, veiculados durante os meses de outubro, novembro e dezembro de 2013.

2. O Jornalismo, a TV e as mudanças socioculturais

Num mundo conectado por dispositivos móveis e redes sociais, o acesso à informação ficou ainda mais fácil e seletivo. A procura dos cidadãos por voz e representação, aliado aos avanços tecnológicos, são responsáveis por um grande impacto social que vem mudando a forma das pessoas interpretarem o mundo a sua volta, tornando-as mais questionadoras e exigentes. Essa nova perspectiva de mundo provoca também um forte impacto na maneira de fazer jornalismo. Tais mudanças põem o jornalismo à prova, e o alerta para a busca de novas formas de produção e,

principalmente, de relação com o seu público. De acordo com as autoras Musse e Pernisa (2011):

Este momento de transição parece ser bastante profícuo para uma análise dos modos de se fazer TV aberta e, em especial, telejornalismo, na era da instantaneidade e da interatividade. Existe uma tendência cada vez maior, e, sem retorno, à participação do telespectador/usuário na configuração da programação e na geração de conteúdos (MUSSE; PERNISA, 2011, p. 03).

É de extrema importância que os produtores de notícia saibam o que o seu público pensa, sobre eles e sobre o que está sendo veiculado. Além disso, a opinião do público é o termômetro do serviço exercido pelo jornalismo, como ressalta Alberto Dines (1986):

Primeiro saber quem nos lê para depois saber o que publicar será a fórmula para um jornalismo realista e compatível com os dias de hoje. De uma forma geral, o leitor contemporâneo, qualquer que seja a sua classe social, cultura ou idade, não tem condições de absorver grande massa de assuntos. Prefere ir mais fundamente em alguns temas, do que passar por cima de dezenas deles. (DINES, 1986, p. 96-97).

Deste modo, as maneiras de se produzir e consumir televisão também estão mudando. Em tempos de novas tecnologias e maior representação por parte da população, a TV tem a oportunidade de dialogar com ambas diretrizes a fim de estabelecer um contrato de fidelidade com os seus consumidores. Os meios de comunicação são sempre repensados quando a população gera novos modos de veicular informação, de massificá-las e de participar ainda mais da sua produção. Diante dessas demandas, o telejornalismo vem ganhando novos formatos e linguagens, mesmo que de forma gradual (MUSSE; PERNISA 2011).

3. O efeito das novas tecnologias e a coparticipação do público

A implementação e popularização da TV digital não muda somente a experiência de se assistir televisão, transforma também os modos de fazê-la. Como diz Vera Íris Paternostro (2006), o sistema digital mexeu com os padrões e paradigmas da produção televisiva. Dessa forma, o sistema de televisão digital provoca uma revolução nas maneiras de produzir conteúdo, assim como nos formatos da programação. Segundo a autora, a chegada de uma nova tecnologia sempre é um desafio, pois é o momento da busca por novos modelos e padrões. Com o jornalismo isso não é diferente. Os desafios a serem encarados pelo jornalista que trabalha com televisão são muitos, vão desde a

sua postura e representatividade diante das câmeras até o seu envolvimento com os telespectadores e dos telespectadores com ele.

Com a popularização da internet e a maior demanda de dispositivos móveis, há uma tendência cada vez maior desses telespectadores na interação com o telejornalismo. O público vem agindo como contribuinte ao trabalho dos jornalistas, na apuração e fornecimento de conteúdos, por exemplo. Essas inovações tecnológicas são um marco para o telejornalismo e trazem consigo a exigência de novas maneiras de interação entre os meios de comunicação e a audiência, como esclarece a autora Juliana da Silva (2012):

Mudam comportamentos e reconfiguram-se papéis tanto em relação aos profissionais do jornalismo, quanto às audiências. Modificam-se os modos de consumir, arquivar e disseminar informações, o que exige adaptação também no modo de produção noticiosa. (SILVA, 2012, p. 02).

4. Da coparticipação ao jornalismo de serviço

“O leitor de hoje não quer apenas saber o que acontece à sua volta, mas, também, assegurar-se de sua situação dentro dos acontecimentos” (DINES, 1986, p. 90). A população, ao “sugerir” pautas e participar mais efetivamente da produção de notícias, exige mais evidência aos problemas que fazem parte da sua realidade.

Para Tyciane Vaz (2009), o gênero utilitário, ou jornalismo de serviço, tem como principal objetivo orientar o seu público, fornecendo a ele informações relevantes e úteis. O jornalismo de serviço tenta oferecer ao seu leitor informações necessitadas por ele, ou que de certa forma o ajudarão na resolução de problemas. O gênero utilitário busca ainda interpretar o papel do cidadão na busca por seus direitos e deveres, como complementa a autora:

Ao analisarmos esse tipo de informação, pensamos que a mídia tem se voltado para atender os interesses diretos do leitor. [...] Correspondendo a essa demanda, os meios de comunicação de massa utilizam-se do jornalismo de serviço para prestar serviços de utilidade pública, muitas vezes, sobre assuntos e temas que fazem parte do cotidiano dos cidadãos (VAZ, 2009, p. 02).

Percebendo que o público está cada vez mais interativo, os jornais começam a dar mais espaço às discussões que interessam a uma localidade específica. Esse novo quadro social vem fazendo com que as redações de jornais repensem a sua forma de

intervir na interpretação da realidade social, priorizando os problemas que influenciam diretamente a vida do cidadão.

5. Uma estratégia de audiência

É incontestável que o atual cenário socioeconômico do Brasil vem atravessando um momento de consideráveis transformações, que chegam a interferir na conjuntura política do país. Nossa sociedade participa de um processo de consolidação das políticas públicas nos seus mais diversos segmentos: na estruturação da agenda e das próprias políticas; assim como na avaliação dos seus resultados (POGREBINSCHI, 2010). Nesse sentido, a partir dessas possibilidades, os cidadãos sentem-se com condições de garantir seus direitos e reclamar por eles.

O autor Flávio Porcello (2012) destaca:

De 2005 a 2011 a chamada Classe Média cresceu de 34% para 54% da população, atingindo a marca de 103 milhões de habitantes. E um reflexo direto deste aumento que afeta imediatamente o consumo de bens é a estratégia da TV aberta para atrair o mercado que se abre, buscando elevar a sua audiência” (PORCELLO, 2012, p. 01).

Essas mudanças no quadro socioeconômico do país fazem com que a participação da mídia na vida dos cidadãos também mude. Porcello (2012) afirma que a TV Globo vem adotando estratégias para atrair essa Nova Classe Média. E tais estratégias estão gerando uma mudança nos padrões estéticos da emissora. No jornalismo da Rede Globo, esses aspectos são claramente perceptíveis. De acordo com o autor, até mesmo o Jornal Nacional, vem adotando características mais populares em suas produções.

Como dizem Musse e Pernisa (2011), a participação direta do público na produção jornalística traz à tona também uma mudança na linguagem dos telejornais:

Ao buscar um diferencial em relação à concorrência, a Rede Globo tem apostado no jornalismo mais coloquial, informal, mais próximo ao público, produzindo quase que em parceria, e com grande ênfase na prestação de serviços às comunidades (MUSSE; PERNISA, 2011, p. 08).

Nesse sentido, Alfredo Vizeu (2005) levanta a ideia de “audiência presumida”. O autor afirma que os profissionais do jornalismo televisivo montam antecipadamente um perfil de seu telespectador e procuram dessa forma atingi-lo por meio de uma série de recursos. Assim, o que determina a postura do jornalista, ao escolher o que dizer e

como falar, está baseado nas atenções do telespectador. Desta forma, os telejornais procuram traçar um novo perfil de seu público para atender as necessidades demandadas por ele.

6. O telejornalismo local

“Hoje a TV atinge praticamente todo o território brasileiro, e se consolida como a principal fonte de diversão e de notícia dos acontecimentos sociais para a maioria da população” (MARTINS, 2008, p. 02). Percebe-se que o telejornalismo possui uma relevância essencial para a formação da opinião e, conseqüentemente, da identidade dos cidadãos. E isso é ainda mais perceptível nos telejornais locais produzidos por todo o país.

De acordo com Simone Martins (2008), os telejornais locais estão entre os maiores produtores de significados culturais na sociedade contemporânea. Sendo assim o telejornalismo um importante ingrediente para a formação de uma identidade local, a medida que o público se identifica ainda mais com as notícias que são produzidas e veiculadas. Ou seja, a população está muito mais inserida no contexto da sociedade construída na narrativa dos telejornais locais (MARTINS, 2008). Sendo o telejornalismo um fator fundamental para a construção de uma identidade nacional, o telejornal local pode ser um influenciador nato da inserção e reconhecimento da cidadania de seus telespectadores, porque tende a estreitar sua relação com o público ainda com mais afinco. “Isso porque a notícia local é diferente da notícia chamada de ‘rede’ porque gera uma ralação de identificação com o telespectador, já que se refere a acontecimentos que o atingem em seu cotidiano mais próximo” (MARTINS, 2008, p. 02-03).

7. O NETV 1ª Edição

O NETV foi criado pela Rede Globo Nordeste com o intuito de se voltar ao jornalismo local de Pernambuco. O objetivo foi o de conferir maior identidade ao noticiário regional, até então incorporado aos principais telejornais da emissora. O telejornal do início das tardes da Globo em Pernambuco possui cerca de 50 minutos de duração, nas edições de segunda à sexta-feira, e 30 minutos aos sábados. Segundo o IBOPE de fevereiro de 2013 (NO AR, 2013), 71% dos telespectadores do NETV 1ª Edição fazem parte das classes C, D e E. O telejornal acumula uma média de 13 pontos

de audiência domiciliar por dia, totalizando um número de aproximadamente 280 mil telespectadores.

Para o presente artigo, foram analisadas 15 edições do NETV 1ª Edição correspondentes, respectivamente, a cinco edições da primeira semana do mês de outubro (01 a 05/10), de novembro (04 a 08/11) e dezembro (2 a 6/12) do ano de 2013. Todas as 15 edições escolhidas já fazem parte da transmissão em HDTV. As duas edições do NETV começaram com sua transmissão em HD no dia 26 de setembro de 2011, sendo a Globo Nordeste uma das pioneiras na transmissão digital local no Brasil, antecedendo até os telejornais da grade nacional da emissora.

O telejornal possui uma média entre 10 e 15 matérias por dia. Essencialmente, o NETV 1ª Edição é composto por matérias de prestação de serviço à população, como as do quadro Calendário NETV e Blitz, de utilidade pública (normalmente feitas através links ao vivo sobre as mais variadas temáticas, como o quadro Saúde, matérias sobre direitos do consumidor, vagas de emprego, etc.), agenda cultural semanal, além do Projeto Educação (Programa da Globo Nordeste que discute, em vídeo-aulas, os assuntos mais comuns do Exame Nacional do Ensino Médio - Enem e dos vestibulares das principais universidades pernambucanas). Obviamente, por ser um noticiário, traz ainda uma quantidade significativa de matérias factuais, sobre os principais acontecimentos do dia, no entanto, o telejornal vem se destacando justamente pelo espaço que oferece às produções que abordam os problemas das comunidades e informações de serviço público à população.

O NETV estreou um novo cenário em 16 de fevereiro de 2009, dispensando a bancada fixa, onde os apresentadores ficavam sentados relatando as notícias, e passaram a adotar uma postura mais dinâmica no uso do cenário. Para Zygmunt Bauman (2008) essa mudança estética é muito significativa na representatividade de um telejornal:

De maneira apropriada, os apresentadores preferem dar as notícias sobre a situação política de pé, como se tivessem sido apanhados no meio de algo totalmente diferente ou tendo parado por um momento antes de seguir para outro lugar. Sentar-se a uma bancada sugeriria que a notícia tem uma importância mais duradoura que o pretendido, e uma consequência mais profunda do que os consumidores situados na outra extremidade do canal de comunicação de massa, cada qual ocupado com seu próprio negócio, seriam supostamente capazes de suportar (BAUMAN, p. 140, 2008).

Portanto, o que quer ser passado naquele telejornal deve ter uma solução rápida e prática, e que a apresentação de determinada notícia ali possui exatamente o objetivo da denúncia e a rápida solução. Essa pequena mudança mostra a quebra com o modelo padrão, tradicional, de enquadramento dos apresentadores em uma bancada.

Ainda com relação ao cenário, há uma interação com outro programa da rede local, o Globo Esporte Pernambuco (GE). Os apresentadores caminham até o cenário do GE e falam com o apresentador do programa, fazendo um resumo do que passará na próxima edição do noticiário de esportes, que começa logo após o NETV. De acordo com o site comercial da Globo Nordeste (NO AR, 2013), o Globo Esporte PE é o programa de maior audiência da Globo Nordeste (14 pontos de audiência domiciliar, com um total de cerca de 300 mil telespectadores). Nesse sentido, essa interação do NETV com o GE Pernambuco mostra-se como um modo de chamar o público para a programação da emissora.

Em 2011, o NETV reconfigurou o seu cenário mais uma vez. Com essa mudança de cenário, o telejornal também adotou uma linguagem mais coloquial, seja em relação aos apresentadores como também aos repórteres. Os apresentadores conversam informalmente entre si sobre as notícias, assim como quando interagem, em links ao vivo, com os repórteres. Sabe-se que é comum em um telejornal com dois apresentadores ambos noticiarem um mesmo fato complementando o texto do outro, mas o que se faz no NETV, por exemplo, é o uso de vocativos para o outro apresentador, e isso é feito com uma informalidade e facilidade da linguagem que deixa a apresentação deles em um tom de conversa. Se pode perceber isso muito bem por meio do repórter, principalmente ao entrevistar as pessoas que estão no contexto da notícia. É como se houvesse uma preocupação de deixar tudo mais compreensível e, dependendo da notícia, descontraído para quem assiste e também para quem é entrevistado.

Em uma matéria, apresentada no dia 1º de outubro de 2013, o repórter fala, com bastante descontração, sobre um evento realizado em comemoração ao Dia do Idoso:

Apresentadora- “Hoje é o Dia do Idoso. E agora a gente vai falar de um serviço de graça que o Sesc Pernambuco oferece pra quem já passou dos 60 anos. Vamos conversar, ao vivo, com Ronan. Boa tarde Ronan”!

Repórter – *“Boa tarde pra você também, Clarissa, e pra todo mundo que está assistindo o NETV 1ª Edição. Olha só que coisa mais fofo, ‘ó’: Seu Delson aqui (Sr. Delson – entrevistado - estava praticando um exercício físico)”*.

“Tá aguentado aí Seu Delson”?

“Dá pra fazer quantas aí? Deixa eu interromper seu exercício aí, porque eu fiquei sabendo que o senhor é bom de passo. Dança aí Seu Delson, vai Seu Delson! Isso aí! Palmas pro Seu Delson aí, gente”!

Outro exemplo é quando o repórter quer atribuir à sua matéria um tom extremamente leve e descontraído se utilizando do vocabulário popular. Como em uma matéria apresentada no dia 02 de dezembro de 2013 que fala sobre o acesso do time Santa Cruz à Série B do Campeonato Brasileiro de futebol. O repórter faz uso de gírias e brincadeiras ao passar a notícia:

Repórter – *“Sai da frente, o bonde ‘coral’ está chegando”!*

“Agora a gente vai para o Mercado ‘tricolor’ de São José, eu falo isso por que olha só a bandeira que os torcedores fizeram para ‘tirar onda’”.

Além disso, o NETV vem adotando diversas iniciativas para se concretizar como um canal de prestação de serviços à população. E a forte presença do jornalismo de serviço é a marca mais presente nesse formato do NETV 1ª Edição. Percebe-se que o telejornal dá prioridade aos problemas das comunidades, de cunho majoritariamente denunciante, sempre com um tom mais informal para fazer com que o público se sinta mais envolvido com o que se está sendo relatado.

O primeiro quadro de serviço à população adotado pelo NETV foi o Bairro que eu quero, com um modelo inspirado na editoria da Globo Rio de Janeiro. O segundo foi o Vida Real, que ficou dois anos no ar, deixando 700 edições do quadro, composto de reportagens que explanavam os problemas e histórias das comunidades. Em 2009, foi criado o Calendário NETV, que no seu primeiro ano passou por todos os municípios da Região Metropolitana do Recife, dando voz a cerca de mil moradores e aproximadamente 50 representantes do poder público (GLOBO, Memória). O Calendário é uma iniciativa da Globo Nordeste e, hoje, está sendo expandido para outros telejornais locais da Rede Globo e de suas filiais pelo país. De acordo com a

diretora de jornalismo da Globo Nordeste, Jô Mazzarollo (apud GLOBO, Memória) o Calendário NETV fez com que o telejornal passasse a dar respostas ao telespectador e não apenas justificativas sobre os problemas retratados. “A mídia se comporta como um canal entre os reclamados (governo ou empresas particulares) e os reclamantes (a população em geral)” (LOUREIRO, p. 08, 2013).

O Calendário NETV é diário e apresenta nas comunidades problemas que tratam desde saneamento básico até casos de denúncia contra saúde pública, por exemplo. As equipes de reportagem visitam os locais denunciando os problemas e costumam voltar para conferir se os órgãos competentes resolveram as pendências com a comunidade. Para isso fazem uso de um calendário para agendar, junto a representantes da própria localidade ou dos órgãos responsáveis, a próxima visita da equipe ao local.

Um outro quadro de serviço do telejornal à comunidade é a Blitz do NETV, que segue a linha do Calendário, fazendo denúncias sobre problemas reclamados pela população. A Blitz funciona, normalmente, como uma primeira visita da equipe do telejornal ao local denunciado, relatando as queixas daquela comunidade. Dependendo do problema, o repórter marca um retorno ao local para confirmar se a pendência foi resolvida pelos órgãos competentes, para isso, também faz uso de um calendário para agendar a nova visita. Desta forma, deixa a cargo do Calendário NETV a vigilância das denúncias retratadas nas reportagens e suas resoluções.

É muito característico nas reportagens de ambos os quadros descritos acima, como naqueles que seguem finalidades parecidas, o número considerável de entrevistados. Em uma reportagem do Calendário NETV, no dia 1º de outubro de 2013, com 3min44s, que denuncia a precariedade de uma escadaria em um bairro do Recife, são entrevistados seis moradores da comunidade para relatar o tal problema. Isso mostra a preocupação do telejornal em dar voz ao maior número de pessoas possível nas reportagens, justamente para enfatizar a representatividade que dá à população nos problemas noticiados. É notório que essas reportagens apresentem uma repetição durante o decorrer das edições na semana, no mês ou até no ano, para destacar que o telejornal está “correndo atrás” da solução para os problemas noticiados. Durante os dias 02 e 03 de outubro e 06 e 07 de novembro de 2013, o NETV 1ª Edição mostrou o caso do problema com o esgoto próximo a praia do bairro de Candeias, no município de Jaboatão dos Guararapes - Região Metropolitana do Recife. O telejornal frequentou o

local denunciado até conseguir uma resposta da prefeitura da cidade. É constante, para firmar essa “preocupação” do telejornal com o problema noticiado, frases de efeito que remetam a outras visitas feitas pelo NETV ao local.

Apresentador – *“Essa é a nossa segunda reportagem no local, cobrando melhorias”*
[...]

Repórter – *“No dia três do mês passado nós também mostramos na Blitz do NETV que o esgoto ocupava toda a rua, o calçadão e atingia a areia da praia”*. [...]

Além da cobrança, o telejornal mostra com frequência a resolução dos problemas denunciados pelas reportagens. “Na maioria das matérias, por exemplo, percebe-se uma sequência: apresentação do problema, matéria em si, esclarecimento do reclamado e estipulação de um prazo previsto para a solução da reclamação” (LOUREIRO, p. 09, 2013).

Para se mostrar cada vez mais próximo dos problemas com os quais a comunidade convive diariamente, em uma matéria, apresentada no dia 04 de outubro de 2013, que trata do sufoco que as pessoas passaram nos ônibus devido à greve dos metroviários no Recife, o repórter sobe no veículo lotado, sendo empurrado pelos outros passageiros, para mostrar a situação que aquelas pessoas estão vivenciando:

Repórter – *“Toda vez que chegava um ônibus aqui era assim, ‘ó!’ Sufoco, corre-corre, empurra-empurra. ‘Êpa!’ ‘Vamo’ ver se a gente consegue entrar. Pra embarcar nesse ônibus tá difícil, gente, ‘ó!’ Essa é a dificuldade que as pessoas enfrentam. Agora, consegui entrar. Vamos ver se o nosso cinegrafista consegue entrar também! [...]*

Dentro dessas notícias que se enquadram no gênero utilitário, estão ainda as matérias de utilidade pública. Essas matérias são comumente feitas ao vivo, num constante diálogo dos apresentadores com o repórter e entrevistados, apresentando assuntos dos mais variados, como informações sobre o código de defesa do consumidor, prevenção de acidentes, dicas de saúde e bem-estar, etc. Essas pautas fazem várias entradas durante a edição do telejornal e contam também com a interação dos apresentadores no estúdio junto ao repórter e entrevistados que estão na rua.

O número de vídeos coletados, nas 15 edições dos três meses analisados, foram 203. Para distinguir os tipos de matérias apresentadas pelo telejornal, algumas categorias foram criadas, são elas: denúncia, que são as matérias dos quadros Calendário e Blitz, além das outras produções que tratam de problemas da comunidade; utilidade pública são as dicas de saúde, direitos do trabalhador, Projeto Educação, entre outros serviços; e as matérias factuais, que são as principais notícias do dia, em que cada edição foi ao ar. A categoria de denúncias apresentou um número de 36 matérias, a de utilidade pública 64 e a categoria de matérias factuais ficou com um número de 103 matérias. Isso mostra que, apesar das matérias factuais ocuparem ainda um espaço significativo do telejornal, as matérias de serviço, juntando a categoria de denúncias e utilidade pública, representam cerca da metade dos vídeos coletados do programa (100 matérias do corpus), e isso mostra uma representação muito forte no interesse do telejornal com a vida dos seus telespectadores.

O público também está presente na produção das notícias, tanto procurando a produção do telejornal para denunciar os problemas de sua comunidade, em quadros como o Calendário e a Blitz, como também no apoio que estão dando cada vez mais na coprodução das notícias. Muitos “cinégrafistas amadores” ajudam a relatar diversas notícias, como, por exemplo, no incêndio ao pátio da Delegacia da cidade de Caruaru, mostrado no NETV no dia 04 de outubro de 2013. A coprodução pode vir também de órgãos públicos, como as câmeras da Secretaria de Defesa Social de Pernambuco, relatado na edição do dia 05 de dezembro de 2013, que flagraram a ação de pichadores nas ruas do Recife. As imagens da Secretaria serviram tanto para prender os vândalos como também para relatar o caso para a população, com a narração explicativa (“off”) dos apresentadores do telejornal.

Outros exemplos podem ser dados sobre o NETV, que são característicos de um telejornal local e que reforçam sua relação com o público. As dicas de emprego que são apresentadas quase que diariamente, mostram também a preocupação do telejornal com a população e com a sua situação socioeconômica. E os informes culturais, através do quadro Vamos Nessa, que também são muito característicos das produções locais, oferecem dicas de diversão para o lazer das pessoas. Há também um quadro, relacionado aos informes culturais, que foi recentemente criado pelo NETV 1ª Edição, o É Pipoco, que apresenta as principais bandas de brega do estado. Esse gênero musical é

tido como de gosto das classes mais populares da população pernambucana, e como o NETV pretende atingir todos os públicos, nada mais oportuno do que lançar um quadro como este.

Vale ressaltar, principalmente nas matérias do Calendário, Blitz e nas de utilidade pública, que as diretrizes do jornalismo não são esquecidas. O valor-notícia está cada vez mais presente nessas matérias, pois se jornalismo é interpretar a realidade social, nada melhor do que responder às demandas da sociedade por melhorias em suas comunidades, por exemplo. Fala-se que esse modo de fazer jornalismo tira do público o espaço onde é função da população se comprometer com a resolução de seus problemas. Mas não é dever do jornalismo se empenhar pelo bem-estar da sociedade? De acordo com Tamíz Loureiro (2013):

Logo, o jornalismo tem esse poder de garantir aos cidadãos a busca pelos ideais democráticos da nação, seja pela força do seu discurso, motivador de reações do público, ou pela presença mediadora entre a população e seus reclamados, funcionando como um elo, na luta pelo bem comum. [...] Por isso, deve-se defender a atuação do jornalismo no processo de concretização das políticas públicas, por meio da cobrança dos representantes governamentais e do despertar da população para entrar na luta pelos seus direitos (LOUREIRO, 2013, p. 5-6).

Percebendo isso, pode-se introduzir aqui, também, o conceito de “audiência presumida” de Vizeu (2005), no sentido de que esse formato de telejornalismo vespertino repete-se na maioria dos formatos de jornalismo televisivo do país, no qual, esses telejornais exibidos geralmente no “horário do almoço” (entre 12h e 13h) tem uma linha editorial que permite matérias de serviços e entretenimento, que por meio de uma linha de pensamento, são os assuntos mais relevantes para os telespectadores desse horário.

8. Considerações finais

O NETV 1ª Edição alterou consideravelmente o seu formato e linguagem nos últimos anos. Antes dessas mudanças mais “radicais”, ele era estruturado como um telejornal “padrão”, com bancada fixa, mais seriedade por parte dos apresentadores e repórteres, assim como uma preferência maior por matérias factuais, adotando um estilo

tradicional como telejornal, seguindo os padrões dos principais noticiários televisivos nacionais da emissora, a exemplo do Jornal Nacional.

A postura adotada, agora, pelos jornalistas do NETV mudou notoriamente, se atribuiu mais informalidade ao telejornal. O Calendário é um dos mais consideráveis recursos de estratégias editoriais criadas pela Rede Globo Nordeste. Utilizando este modelo de jornalismo de serviço é possível fornecer ao cidadão voz para reivindicar os seus direitos perante a sociedade, e uma maior facilidade na resolução de tais problemas.

Esses novos formatos adotados pelo telejornalismo possibilitam ao público uma maior atuação nos processos de produção da notícia, como, por exemplo, através da sugestão de pautas. Tais formatos também reformularam a linguagem dos telejornais e a postura dos jornalistas, que se comportam agora de maneira mais informal. Isso prova que o público é quem caracteriza os modos de fazer jornalismo, mostra que os telespectadores não são passivos, pelo contrário, são eles os principais causadores das mudanças de formato na maneira de se fazer telejornalismo nos dias de hoje.

Com isso, é importante frisar também que essas mudanças fazem parte de uma corrida incessante por audiência. O NETV 1ª Edição compete com “telejornais policiais” de outras emissoras locais, no horário em que é exibido. Esses programas possuem uma grande audiência no estado, e o NETV precisou buscar saídas para não ficar para trás com a exigência desse “novo” perfil de telespectador. Mas diferente de tais programas, que exibem descontroladamente matérias de assassinato e conteúdos sensacionalistas, sob o pretexto de mostrar a realidade da segurança pública em Pernambuco, o NETV 1ª Edição apostou em reivindicar os direitos da população e mostrar a realidade das comunidades. Essa foi a solução encontrada pela Globo Nordeste para dar, ainda mais, voz à população e deixá-la mostrar sua realidade e exigir os seus direitos. Como jornal local, o NETV tem de atribuir identidade aos seus telespectadores, fazer com que eles se sintam cada vez mais próximo dos fatos retratados.

O NETV 1ª Edição é a prova de que o telejornalismo está em constante reconfiguração. São muitos os debates que cercam o assunto. A tendência é a televisão evoluir ainda mais e tornar o público cada vez mais participativo, sem perder os padrões

de qualidade. A exemplo do telejornal pernambucano, dar voz a população e relatar os problemas das comunidades é uma alternativa que deve ser levada em conta.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: A transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. Cap. 3.

DINES, Alberto. *O papel do jornal: uma releitura*. 05. ed. São Paulo: Summus, 1986. 160 p.

GLOBO, Memória. *NETV*. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/netv/reportagens.htm>. Acesso em: 12 de dezembro de 2013.

GLOBO.COM. *Globo TV: NETV 1ª Edição*. Disponível em: <http://globo.com/rede-globo/netv-1a-edicao>. Acesso em: 14 de dezembro de 2013.

LOUREIRO, Tamíz Freitas. “O jornalismo de serviço na imprensa pernambucana: A Importância do “Calendário” no NETV 1ª edição”. In: *XXXVI INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, set. 2013. Manaus: Intercom, 2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1034-1.pdf> Acesso em: 11 de dezembro de 2013.

MARTINS, Simone. *Da audiência presumida ao espectador participativo: Telejornalismo e Identidade Local no Jornal da Alterosa Edição Regional*. IN: *XXX INTERCOM – CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, set. 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0919-2.pdf>. Acesso em: 10 de dezembro de 2013.

MUSSE, Christina Ferraz; PERNISA, Mila Barbosa. “Telejornalismo: novos formatos no cenário de crise da TV aberta”. In: *XXXIII INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, set. 2010. Caxias do Sul: Intercom, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2033-1.pdf>. Acesso em: 09 de dezembro de 2013.

NO AR. *Globo Esporte*. Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) - Media Workstation. Audiência Domiciliar: fevereiro a junho/2013 - Grande Recife. Disponível em: <http://www.globo.pe/noar/esportes/globo-esporte>. Acesso em: 12 de dezembro de 2013.

_____. *NETV 1ª Edição*. Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) - Media Workstation. Audiência Domiciliar: fevereiro/2013 - Grande Recife. Disponível em: <http://www.globo.pe/noar/jornalismo/ne-tv-1a-edicao>. Acesso em: 12 de dezembro de 2013.

PATERNOSTRO, Vera Íris. *O texto na TV: Manual de Telejornalismo*. 02. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

POGREBINSCHI, Thamy. *Participação como representação: O Impacto das Conferências Nacionais de Políticas Públicas no Congresso Nacional*, Rio de Janeiro, vol. 54, n. 03, p. 259-305, 2011. dez. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/dados/v54n3/v54n3a02.pdf>. Acesso em: 10 de dezembro de 2013.

PORCELLO, Flávio. *De Boni a Boninho: a mudança estética e conceitual da TV brasileira para atrair a Nova Classe Média*. IN: XXXV INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, set. 2012. Fortaleza: Intercom, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0450-1.pdf>. Acesso em: 10 de dezembro de 2012.

SILVA, Juliana Ângela da. *O telejornalismo e a coprodução de notícias: as Várias Faces da Participação do Público*. IN: XXXV INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, set. 2012. Fortaleza: Intercom, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-0791-1.pdf>. Acesso em: 09 de dezembro de 2013.

VAZ, Tyciane Cronemberger Viana. *Jornalismo de Serviço: O gênero utilitário na mídia impressa brasileira*. IN: XXXII INTERCOM - CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, set. 2009. Curitiba: Intercom, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0735-1.pdf>. Acesso em: 12 de dezembro de 2013.

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