

GloboNews Em Pauta em duas telas: análise do uso e da interação de um telejornal mediatizado nas redes sociais

Pedro Augusto Silva Miranda¹
Cláudia de Albuquerque Thomé²

Resumo:

A partir das mudanças e dos novos modelos de produção propostos pela internet ao jornalismo buscamos analisar como funciona a interação entre o telejornal GloboNews Em Pauta e os telespectadores-usuários conectados através das páginas nas redes sociais digitais. Com as análises do telejornal e dos vídeos transmitidos pelo Facebook buscamos entender também como funciona essa prática de assistir à TV e interagir sobre o conteúdo ao qual se assiste na segunda tela. Os conceitos propostos por Piccinin e Soster, sobre telejornal mediatizado, e por Fechine, sobre a televisão como um lugar de intimidade, compuseram o referencial teórico que embasou a análise e contribuiu para o entendimento da dinâmica do programa jornalístico e da construção de um ambiente que remete a uma conversa.

Palavras-chave: Telejornalismo; Redes sociais; Segunda tela.

GloboNews Em Pauta in two screens: use analysis and the interaction of a news media mediated on social networks

Abstract:

From the changes and new production models proposed by the internet to journalism, we seek to analyze how the interaction between the GloboNews Em Pauta and the viewers-users connected through the pages in digital social networks works. With the analysis of the newscast and videos transmitted by Facebook, we also sought to understand how this practice of watching TV works and interactions on the content that is seen on the second screen. The concepts proposed by Piccinin and Soster, on mediatized television news, and by Fechine, on television as a place of intimacy, shaped the theoretical framework that underpinned the analysis and contributed to the understanding of the dynamics of the journalistic program and the construction of an environment that refers to a conversation.

Key words: Telejournalism; Social networks; Second screen.

Artigo recebido em: 13/10/2017

Aceito em: 16/11/2018

1 Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM/UFJF). Área de concentração Comunicação e Sociedade. Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação da UFJF (Facom/UFJF). Integrante do grupo de pesquisa Mídia e Literatura. E-mail: miranda.pedrosilva@gmail.com.

2 Jornalista, mestre em Comunicação e Cultura e doutora em Ciência da Literatura. Professora adjunta da Faculdade de Comunicação da UFJF, colaboradora do PPGCOM/UFJF, líder do grupo Mídia e Literatura. E-mail: cthomereis@gmail.com.

Introdução

Redefinição é o termo que melhor traduz os desafios que a internet e as redes sociais digitais têm propostos ao mundo. Essas ferramentas têm reconfigurado valores sociais e culturais, o modo como as pessoas se relacionam, a economia, a comunicação, pensando em alguns poucos exemplos. No jornalismo essas transformações atuam, principalmente, na forma como o consumimos, seja a partir de celulares ou links compartilhados no Facebook, por exemplo, ou no modo como é produzido, hoje, com possibilidades de imediata interferência e reação do público ao conteúdo. Um exemplo - é o modo de funcionamento do canal por assinatura americano HLN, que veicula notícias e entretenimento e integra a rede CNN. Grande parte do conteúdo é produzido a partir dos assuntos com maior repercussão no Facebook, Twitter e Google. Um indexador foi desenvolvido especialmente para o HLN, para selecionar e cruzar as informações das três ferramentas (HORNHARDT, 2016). O modelo adotado pelo HLN é um exemplo de como a internet pode oferecer recursos para o jornalismo e de como o jornalismo pode se apropriar disso, redefinindo paradigmas consolidados como o do telejornalismo, nesse caso.

A partir dessas transformações, o objetivo desse artigo é analisar como funciona a interação entre o telejornal GloboNews Em Pauta e os telespectadores que estão conectados às redes sociais digitais e interagem a partir do conteúdo do programa. Outro objetivo é entender também como se dá, no caso do Em Pauta, essa prática de assistir à TV e interagir na segunda tela³, através dos computadores ou dos dispositivos móveis, sobre o conteúdo que é exibido. A hipótese testada é de que as redes influenciam no conteúdo do telejornal. Portanto, vamos analisar algumas edições e as redes sociais digitais do Em Pauta, tendo como referencial metodológico as categorias propostas por Soster (2013) referentes à midiatização do jornalismo.

A midiatização no telejornalismo do Em Pauta

O telejornal GloboNews Em Pauta, objeto desse trabalho, foi ao ar pela primeira vez no dia 16 de agosto de 2010. Desde a estreia é exibido de segunda a sexta-feira, ao vivo, às 20h, com uma hora de duração, e é reapresentado a 1h30. O programa produzido pela GloboNews busca analisar os fatos mais importantes do dia ancorado nos comentários de três jornalistas, que ficam em três metrópoles distintas (Brasília, Nova York e São Paulo), e são projetados no telão. Durante a semana, a participação dos jornalistas em cada edição segue um esquema de revezamento. O âncora do Em Pauta, o jornalista Sérgio Aguiar, é responsável por mediar a conversa direto do estúdio da GloboNews no Rio de Janeiro.

3 De acordo com Finger e Souza (2012, p. 384), “a segunda tela pode ser qualquer dispositivo que permita o acesso à internet como *smartphones*, *tablets*, *notebooks*, entre outros, usados de forma simultânea à programação da TV. Essa navegação paralela permite o consumo de conteúdos complementares (saber mais sobre a história, os atores, a trama, trilha sonora, ou, simplesmente, onde comprar as roupas utilizadas pelos protagonistas) e a interação com outras pessoas. Uma experiência que potencializa a repercussão do conteúdo e o laço social, e tem se tornado cada vez mais comum”

As pautas sugeridas por cada comentarista viram tema de debate entre os participantes. O ponto forte do programa é a informalidade. Essa combinação de interação e bate-papo entre os comentaristas é elemento-chave para um formato mais atrativo. O Em Pauta se apresenta como uma alternativa aos telejornais tradicionais exibidos no horário nobre pela TV aberta, como: Jornal Nacional, na TV Globo, e Jornal da Band, na TV Bandeirantes. A proposta do telejornal da GloboNews é analisar as notícias a partir da experiência e vivência pessoal de cada jornalista na tentativa de construir um ambiente parecido com uma reunião de pauta, encontro no qual são discutidos e selecionados os assuntos que estarão no telejornal.

Nas redes sociais digitais, o Em Pauta está presente dentro da página da GloboNews no Facebook⁴ (@GloboNews), com 2.056.415 usuários, no Twitter⁵ (@GloboNews), com 2.709.218 seguidores e no Instagram⁶ (globonews), com 203.130 seguidores, todos em 15 de julho de 2016. A interatividade do público com o programa é um elemento essencial para que o formato do Em Pauta dê certo. Essa interação acontece através da Central de Atendimento ao Telespectador e das redes sociais digitais.

Na análise, pode-se perceber que o noticiário adotou a linguagem própria das redes para interagir com os usuários. Os vídeos no Facebook, até então gravados e postados posteriormente, atualmente são transmitidos ao vivo pelos jornalistas do Em Pauta, a partir da função de transmissão liberada pela rede social. Os editores mostram de maneira bem informal os bastidores da produção do telejornal e apresentam os destaques de cada edição em meio a cenas do cotidiano, como o trânsito em São Paulo, ou uma chuva como pano de fundo, ou nas redações e estúdios da GloboNews.

No Twitter, o telejornal possuía uma conta própria, administrada pelo canal, desde setembro de 2011, com mais de 48 mil seguidores, porém, em janeiro de 2016, os seguidores foram informados de que o perfil seria encerrado e que o conteúdo do Em Pauta no Twitter seria compartilhado através das contas da GloboNews, do apresentador e dos comentaristas. Os editores e o apresentador do Em Pauta possuem contas pessoais na rede social, onde compartilham ou antecipam alguma notícia, emitem opiniões sobre algum assunto e fazem as chamadas para que os seguidores assistam o telejornal.

Para Piccinin e Soster (2012), a contemporaneidade concedeu um novo lugar às mídias. Sendo assim, o telejornal, por exemplo, se apresenta em um novo contexto de noticiário televisivo, integrado, agora, às mídias a que ele se refere, como o site, as redes sociais digitais e os aplicativos. Portanto, novos protocolos de identidade e de reconhecimento são necessários. Nesse sentido é possível pensar em um jornalismo midiático, ou, em um telejornal midiático, que deixa de ser apenas meio e passa a ter uma relação dialética e dialógica com outras mídias, caso do GloboNews Em Pauta.

4 Disponível em: <<https://www.facebook.com/GloboNews/likes>>. Acesso em: 15 jul. 2016.

5 Disponível em: <<https://twitter.com/GloboNews/followers>>. Acesso em: 15 jul. 2016.

6 Disponível em: <<https://www.instagram.com/globonews/followers/>>. Acesso em: 15 jul. 2016.

De acordo com Soster (2013), o jornalismo midiaticizado apresenta cinco características, tais como autorreferencialidade, correferencialidade, descentralização, dialogia e atorização. Portanto, é possível pensar em um telejornal midiaticizado quando esses cinco movimentos podem ser observados. No Em Pauta a autorreferencialidade, quando um dispositivo faz referência a si mesmo, e a correferencialidade, quando outros dispositivos são usados para legitimar e fazer circular o discurso de um dispositivo principal, estão presentes nos vídeos transmitidos pelos editores nas redes sociais digitais, nos bastidores, chamando o público para assistir ao telejornal. “Mais uma vez são os bastidores que ganham destaque porque autenticam/garantem a veracidade dos fatos e a informalidade da linguagem na medida em que os telejornais passam a tornar a redação [...] cenário integrativo do programa.” (PICCININ E SOSTER, 2012, p. 123).

Os vídeos sobre o Em Pauta apresentam narrativas autorreferenciais, seja explorando os bastidores de uma notícia ou fazendo referências a processos característicos do telejornal. Esta estratégia que caracteriza o telejornalismo midiaticizado perpassa o modo de produção e pode ser detectada na análise das edições e das postagens nas redes sociais do Em Pauta. Um exemplo foi a transmissão ao vivo, feita através do Facebook do canal, no dia 28 de junho de 2016, minutos antes de o programa ser exibido. No streaming, o apresentador Sérgio Aguiar destaca os assuntos da edição do dia e conversa por Skype, através do celular, com o editor de Internacional, Guga Chacra, que está em Nova York, sobre o atentado terrorista em um aeroporto na Turquia. Essa é uma dinâmica própria do telejornal exibido na GloboNews e reproduzida nos bastidores.

Ainda sobre os conceitos de autorreferencialidade e correferencialidade, vale destacar que o nome dos centros urbanos onde cada comentarista se encontra foi substituído, nos créditos, pelo endereço do perfil de cada um no Twitter. Essa substituição, detectada na análise das edições durante esta pesquisa, nos remete a uma ideia de que o espaço da rede se sobrepõe ao espaço físico, ganhando primazia. É bastante sintomático que o telejornal priorize o endereço dos jornalistas na Internet, colocando em segundo plano a localização geográfica.

Para Ferrara (2008), os avanços da ciência e tecnologia na contemporaneidade provocaram uma alteração nas noções de tempo, que, agora, passa a ser o tempo real, ou seja, sem uma medida cronométrica que o enquadra a precisão de relógios e calendários, e o espaço, agora, é global. “Estamos ante um novo desenho do espaço e da cultura. É o ciberespaço que desestabiliza a geografia do espaço físico e territorial [...]” (FERRARA, 2008, p.116) Ou seja, é como se no ambiente da internet não existisse fronteira e todos estivessem próximos, os enunciadores e o público. Essa prática incentiva ainda mais a participação do telespectador-usuário conectado através do Twitter. É uma apropriação da linguagem do Twitter para atualizar a narrativa televisiva.

Em relação à descentralização, em que se perde a “hegemonia da mídia que ‘origina’ o conteúdo em relação às demais” (PICCININ E SOSTER, 2012, p. 126), no Em Pauta ela se apresenta no site⁷ da GloboNews evidenciada no catálogo de vídeos, reforçando a estrutura de rizoma, que “rompe com a hierarquia de uma instituição midiática sobre outra, fragilizando as diferenças hegemônicas e de graus de importância entre si” (PICCININ E SOSTER, 2012, p.125). Esse conteúdo hospedado permite ao usuário ter acesso ao que foi exibido, primeiramente na TV, a qualquer momento, subvertendo a lógica e a hierarquia imposta pela grade de programação e pelo *script* do jornal.

Durante a análise das edições, foi possível detectar ainda que o telejornal da GloboNews apresenta também a dialogia, característica da midiaticização que refere-se à tendência ao diálogo estabelecido pelos dispositivos midiáticos com outros sistemas sociais. Foi possível destacar essa característica, sobretudo, nos quadros “#PostalEmPauta” e “#PoemaEmPauta”. Ambos conversam com linguagens diferentes, o primeiro, com uma linguagem imagética estática, característica de cartas e cartões postais, o segundo, usa uma linguagem literária ao transpor poemas e textos impressos para a televisão.

A quinta característica do jornalismo midiaticizado apontada por Soster (2013) chama a atenção no Em Pauta, tanto no noticiário na TV quanto nas postagens ou nos *streamings* relacionados ao telejornal. Soster (2013) refere-se à atorização, a partir de conceito dado por Fausto Neto (2011), para caracterizar a ação do jornalista, quando este “deixa o lugar de referência e se coloca como protagonista do acontecimento” (Soster, 2013). A atorização é uma marca do Em Pauta, em que a equipe se comporta não raras vezes como personagens de narrativas de um cotidiano cujo endereço não é a cidade, mas as múltiplas telas.

Novelização e intimidade – a família Em Pauta

Um dos principais elementos do Em Pauta é a interação entre os comentaristas. Esse entrosamento é essencial para que a dinâmica do telejornal funcione e para que o público se sinta envolvido com o que está sendo falado. Esse ambiente de “conversa entre amigos” é construído pelos integrantes e pelo próprio canal. Um exemplo que evidencia isso é a chamada do jornal veiculada durante a programação da GloboNews em 2015. O vídeo de 30 segundos reproduz um ambiente doméstico para associar a conversa dos jornalistas no Em Pauta a um bate papo que poderia acontecer em qualquer casa entre amigos. O que reforça essa ideia de aproximação e pertencimento é a frase: “não parece jornal, mas é”, que é exibida no começo do vídeo. Ou seja, numa tentativa de tornar coletivo o individual, familiar ao público, a vinheta lança mão dessa explicação que, apesar de ser uma conversa informal e descontraída que poderia ser ambientada em qualquer casa, trata-se de um programa jornalístico em um canal de televisão.

⁷ Disponível em: <<http://g1.globo.com/globo-news/globo-news-em-pauta/videos>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

Segundo Fechine (2006), a televisão funciona como um lugar de interação, que é alcançado através do contágio, fenômeno presente, sobretudo, em transmissões ao vivo, e através de uma intimidade mediada. O contágio a que Fechine se refere é a sinergia, o compartilhamento de uma mesma sensação ou de um mesmo local simbólico criado pela transmissão televisiva. Sobrepondo o que nos diz Fechine a uma análise da chamada institucional de 2015 do Em Pauta é possível perceber que isso acontece com esse clima de “conversa entre amigos” característico do programa. Juntar os jornalistas na sala de estar de uma casa numa conversa descontraída é uma tentativa de criar esse lugar simbólico próximo das pessoas e que agrega a todos, mesmo que não estejam presentes fisicamente.

Trata-se de um espaço que só possui existência no momento mesmo em que se dá a transmissão. Por meio dela, ocorre a conexão que, ao colocar todos os participantes em um mesmo agora, transforma todas as suas distintas posições espaciais físicas em um mesmo aqui. (FECHINE, 2006, p.41)

Fechine aborda esse lugar de encontro também como um espaço de intimidade. Na chamada do telejornal, antes do “bate-papo entre amigos” o telespectador tem em sua tela imagens de várias casas, como que criando para ele essa ideia de espaço doméstico, para onde todos seriam transportados. Esta estratégia é recorrente e aparece também no momento da conversa durante a chamada de programação: os comentaristas estão dentro de uma casa, que poderia ser a de qualquer um deles, ou até mesmo a nossa, visto que diariamente eles de fato “entram” na residência do espectador. Ora, na maioria das vezes, alguém vai até a casa de outra pessoa quando é convidado ou existe uma relação mínima de intimidade entre o visitante e o anfitrião. Apesar de não aparecer personificado no vídeo, o telespectador está inserido nesse papo, uma vez que também “abre as portas” de casa para os comentaristas quando assiste ao programa, ou a própria chamada nos intervalos do canal.

A conversa entre a equipe também é um elemento de interação e, de certa forma, tenta naturalizar uma situação em que a notícia surgirá desta teia de comentários e histórias trazidas por eles. Como exemplo, temos a chamada que começa com um comentário do apresentador Sérgio Aguiar, em que afirma que as pessoas viram a comentarista de Cultura Bete Pacheco na fila de um espetáculo. Em seguida, Bete rebate e diz que só foi vista na fila porque não conseguiu entrar. O jornalista Guga Chacra ri da colega com ar de deboche por ela ter ficado de fora. A conversa segue com Jorge Pontual falando que, em Nova York, a arte não se restringe mais a espaços físicos e, conseqüentemente, sujeitos à lotação e que, em alguns casos, as exposições e espetáculos já ganharam as ruas. A jornalista Eliane Cantanhêde se distrai nesta simulação de conversa, se atrapalha e reclama de tantas vozes ao mesmo tempo. Na seqüência Gerson Camarotti fala que, em termos de arte e beleza de arquitetura, Brasília é uma exposição a céu aberto. A brasiliense Thais Herédia, que é comentarista de Economia, concorda. Ou seja, esse ritual constrói uma conversa informal, é

um bate-papo que qualquer pessoa poderia participar e dar sua opinião a partir de experiências pessoais. Elementos como o ambiente doméstico e a conversa inclusiva são denominados por Fechine como uma intimidade mediada. É uma tentativa, “em formar um lugar de intimidade pela TV” (FECHINE, 2006, p.56). Há, portanto, no Em Pauta, a partir da análise feita na pesquisa, a criação de um lugar de intimidade pela TV, nos termos do que afirma Fechine, e também uma novelização do noticiário (THOMÉ, 2005), em um processo de apropriação de elementos dramáticos pelo jornalismo.

O cotidiano dos jornalistas e seu modo de ser são elementos que rendem comentários no telejornal, o que nos remete à categoria da atorização, já citada anteriormente. Algumas histórias são recorrentes e o telejornal oferece junto com o noticiário pequenas tramas paralelas, que deslizam entre a TV e as redes sociais. Um exemplo é a história das bolsas da comentarista de finanças pessoais, Mara Luquet. Frequentemente, Sérgio Aguiar faz referência, brincando com a jornalista, ao fato dela possuir muitas bolsas e ter paixão pelo acessório. A jornalista explicou, na edição do dia 15 de abril de 2015, que a história das bolsas foi inventada pelo apresentador dentro do Em Pauta e que a partir de então começou a ganhar muitas bolsas de várias pessoas. Essa irreverência e a descontração entre os comentaristas e o apresentador são fundamentais para o formato a que o GloboNews Em Pauta se propõe. Conforme relatou o apresentador Sérgio Aguiar em entrevista, a relação de proximidade com os comentaristas fora do ar é muito importante para a sintonia do grupo, o que acaba passando essa sensação de bate-papo entre amigos, como se eles trouxessem histórias de fora do ar para dentro do noticiário e, vice-versa. (AGUIAR, 2015)

Na análise das estratégias que atravessam o modo de produção do programa e sua relação com os telespectadores e internautas, vale frisar que os comentaristas, a produção e o apresentador têm um grupo no aplicativo *WhatsApp*, o “Família Em Pauta”, onde conversam diariamente sobre os assuntos do programa e temas pessoais também. Segundo Aguiar (2016), eles tentam transpor as brincadeiras, o clima descontraído, e até mesmo a linguagem informal do grupo no aplicativo para a tela da televisão.

A segunda tela na TV: diálogo com o telespectador, afeto e crítica

As redes sociais digitais são uma fonte de informação e pesquisa no Em Pauta. A comentarista Elisabete Pacheco afirma que elas são importantes também como fontes de retorno do trabalho que está sendo feito e um lugar onde surgem muitas pautas. “Aprimoramos nosso trabalho, conseguimos entender os interesses do público e encontramos muitas pautas também”. (PACHECO, 2015) As redes sociais digitais também são levadas em consideração na hora de avaliar se uma pauta deu certo

ou não, de acordo com o retorno que vem da internet. Além disso, os comentaristas levam para o telejornal comentários dos internautas e os respondem durante a veiculação do programa, em um diálogo aberto entre as duas telas, como foi possível detectar durante a análise.

No dia 28 de junho de 2012, Jorge Pontual trouxe uma pauta sobre uma lei que entraria em vigor no estado americano da Califórnia e que proibia a comercialização do *foie gras*, ou fígado gordo, prato tradicional da culinária francesa que consiste no fígado gorduroso do pato ou do ganso, que é superalimentado até adquirir o tamanho necessário para ser abatido. Durante o comentário, Jorge Pontual se posiciona contra a proibição alegando fatores culturais seculares para existência do prato. Ele afirma que lamenta muito, mas não dá pra abrir mão da iguaria, enquanto ele come um prato de *foie gras*, ao vivo, no programa, diz: “tadinho do ganso, tadinho do ganso”. Durante uma semana o GloboNews Em Pauta recebeu muitas críticas sobre a conduta do jornalista, sobretudo, nas redes sociais digitais. Um dos fatores que levou Jorge Pontual a se desculpar, ao vivo, no dia 4 de julho de 2012, seis dias depois do ocorrido, pelos comentários e pela atitude, avaliada como desrespeitosa por alguns usuários, da semana anterior.

Um elemento utilizado pelo Em Pauta para marcar essa interação com as redes sociais é a *hashtag*, que funciona como um categorizador, um marcador. São índices que facilitam as buscas e compartilhamentos de um determinado assunto. No início de 2014, um *reality show* surgiu dentro do programa, e acompanhou a rotina da comentarista de Cultura, Elisabete Pacheco, preparando-se durante o ano para correr a São Silvestre de 2014. O desafio foi lançado pelo apresentador no fim de 2013 e, a cada mês, um VT era exibido com registros feitos por ela mesma com o celular, como por exemplo, visitas ao ortopedista, nutricionista e corridas. O nome do quadro era #vaibete, com *hashtag*, para que as pessoas pudessem interagir. Essa interatividade aconteceu. Muitos assinantes relataram no Twitter e no Facebook que começaram a praticar a corrida seguindo o exemplo da jornalista, e compartilhavam sua experiência. A *hashtag* também é utilizada nos quadros do comentarista Jorge Pontual, #PoemaEmPauta, do Guga Chacra, #PostalEmPauta, e da sexóloga Regina Navarro Lins, #SexoEmPauta, para que os telespectadores repercutam nas redes.

Um fato curioso na história do Em Pauta é que logo após o anúncio do cancelamento da conta própria do programa no Twitter, em janeiro de 2016, um grupo de telespectadores-usuários conectados ao Twitter criou um perfil para reunir - “familiares” do programa, como eles se autodenominam. Em julho de 2016, o perfil Família Em Pauta (@FamiliaemPauta), ativo na rede desde fevereiro de 2016, reunia 1.828 seguidores. A conta é administrada pelo telespectador Araken França. O perfil tem regras de utilização estabelecidas pelo moderador e compartilhada pelos outros usuários: apenas os jornalistas, diretores e produtores do programa são seguidos pelo perfil, outros usuários podem apenas seguir a página e ter seus tweets retweeta-

dos e apenas assuntos relacionados ao programa são permitidos. O @FamiliaemPauta promove enquetes para saber a opinião dos seguidores sobre o programa. No dia 12 de maio de 2016, o perfil FamíliaemPauta perguntou se os telespectadores-usuários conectados gostariam que o correspondente da GloboNews na Argentina, Ariel Palacios, participasse como comentarista fixo uma vez por semana do telejornal, atualmente ele faz eventuais participações com assuntos relacionados à América Latina. No dia 17 de maio de 2016, eles divulgaram o resultado em que 89% queriam a participação fixa do comentarista contra 11% que não gostariam, em um total de 106 votos.

Os usuários se tratam como familiares na rede social: pela manhã e ao longo do dia são frequentes mensagens como “Bom dia, familiares!”. No dia 23 de junho de 2016, a usuária Laura Penze marcou o perfil Família Em Pauta e os novos seguidores do perfil e escreveu: “Eita que essa família só aumenta.” A seguidora Marisa Dex escreveu: “@FamiliaemPauta sempre é bom recebê-los em casa! Amanhã faço 63 anos! @betepachecoGN @thaisheredia @ECantanhede. Me deem um olá! Beijos!”. Em seguida, vários seguidores da página a cumprimentaram pelo aniversário. As comentaristas Thais Herédia e Eliane Cantanhêde curtiram a publicação como forma de cumprimento.

A equipe do telejornal é frequentemente tratada de forma carinhosa na rede pelos internautas, sendo comum ver postagens afetuosas para os jornalistas. No dia 20 de abril de 2016, a usuária Laura Galvão fez um elogio no Twitter a um comentário de Jorge Pontual. A postagem foi curtida por ele e pelo apresentador Sérgio Aguiar. Laura retweetou demonstrando que estava muito feliz com a reação dos dois ao seu comentário. Os próprios usuários também fazem anúncios com artes gráficas para promover o programa na rede social e também usam imagens tipo GIF, imagens com movimento de curta duração, para anunciar o início do programa.

Apesar de todo o afeto demonstrado nas redes sociais digitais com a equipe do Em Pauta, o programa não escapa das críticas. No dia 21 de abril de 2016, dia da queda da ciclovía no Rio de Janeiro, o usuário Thiago Alves questionou, no Twitter, os jornalistas se não seria melhor esperar o laudo pericial antes de acusar os engenheiros. No entendimento do telespectador, os comentaristas estavam acusando os técnicos pela má execução da obra e, conseqüentemente, possível causa do acidente. No dia 14 de junho de 2016, o usuário Aluisio Souza, em postagem no Twitter, considerou incoerente uma fala de Jorge Pontual no GloboNews Em Pauta. O comentarista repudiou as afirmações do candidato norte-americano Donald Trump contra os mulçumanos, após o atentado contra uma boate gay em Orlando, EUA, afirmando ser uma quebra das regras de civilidade a hostilidade contra eles. Aluisio tornou pública sua opinião de que os mulçumanos é que estariam quebrando a regras, dando razão às declarações de Trump.

No dia 8 de outubro de 2015, a comentarista de Economia, Thais Herédia, rela-

tou, ao vivo, durante a edição do Em Pauta, ter sofrido uma ameaça de morte através de uma rede social por parte de um telespectador que não concordou com os comentários da jornalista, na edição do dia 6 de outubro, sobre o reajuste do salário dos servidores do judiciário federal. Ela afirmou que pode ter sido mal interpretada em seus comentários, por isso esclareceu novamente a questão, e disse ter ficado bastante assustada com a reação desproporcional do telespectador. Na mesma edição a comentarista em Nova York, Sandra Coutinho, também relatou que ela e o jornalista Guga Chacra também já foram vítimas de ameaças e “linchamento público nas redes sociais”, nas palavras dela, em outras ocasiões por comentários feitos no programa. A jornalista atribuiu essa reação ao fato do GloboNews Em Pauta ser um espaço opinativo, onde os profissionais se “posicionam muito”. E acrescentou que em sociedades democráticas ninguém é obrigado a concordar com o outro, a oposição é sempre importante. Porém, quando a discordância vira agressão é um fato muito negativo à sociedade e ao exercício da profissão.

A TV na segunda tela: análise dos vídeos do Facebook

O objetivo do presente trabalho é analisar como o GloboNews Em Pauta, por meio dos comentaristas e do apresentador, se comporta nas redes sociais digitais, especialmente, no Facebook. Ou seja, como a TV se apresenta nesse ambiente da segunda tela. Para isso, vamos analisar seis vídeos gravados ou transmitidos ao vivo através do Facebook oficial do canal GloboNews entre 2015 e 2016.

O primeiro⁸ vídeo analisado é da comentarista de Economia, Thais Herédia. Na chamada de 18 segundos gravada e publicada posteriormente na página do Facebook do canal, a jornalista está dentro do carro, parada em um engarrafamento no trânsito de São Paulo. Ela informa que está indo para redação da TV Globo onde substituirá a comentarista de Cultura, Elisabete Pacheco, que está doente. Thais Herédia antecipa que uma de suas pautas no programa daquele dia será sobre os limites da propaganda. Ela questiona os usuários: “Até onde você acha que uma marca pode ir para conquistar o consumidor?”, e encerra dizendo que logo mais eles se veem no telejornal. Uma das características dos vídeos do Facebook do programa é inserir as chamadas em ações do cotidiano dos jornalistas, seja no trânsito, tomando um café, ou vendo a chuva, por exemplo.

No segundo⁹ vídeo gravado e postado no Facebook em 2015, o apresentador, Sérgio Aguiar, e a comentarista de Finanças Pessoais, Mara Luquet, estão juntos na redação do Em Pauta no Rio de Janeiro. Na chamada de 38 segundos o clima é de descontração. Na redação do programa, Sérgio Aguiar começa dizendo que a comentarista participará do programa direto do estúdio na capital fluminense, e que o destaque do dia são as manifestações em todo o país. O âncora é interrompido por

8 Disponível em: <<https://youtu.be/YdDKyMDUir0>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

9 Disponível em: <<https://youtu.be/aQTA1euH7qw>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

Mara Luquet aos risos dizendo que deixa Sérgio Aguiar falar. Em seguida ela fala que dentre suas pautas estão as dicas para o fim de semana e adianta quais são os outros comentaristas que participarão do programa, tudo em meio a muitas risadas e em clima de descontração.

Bom humor e leveza também são marcas do Em Pauta tanto na TV quanto no Facebook. Existe ainda uma tentativa de naturalizar o ambiente da redação, onde o Em Pauta é preparado, o ambiente funciona quase como uma extensão do programa. Essa sensação fica ainda mais perceptível no terceiro¹⁰ vídeo analisado. É uma transmissão ao vivo feita a partir da ferramenta disponível no Facebook da GloboNews e tem duração de 3 minutos e 5 segundos. Sérgio Aguiar começa o vídeo dizendo que ele e a equipe estão nos últimos preparativos para mais uma edição do GloboNews Em Pauta, e que são 19h38, pelo horário de Brasília, e que apesar do frio que faz no Rio de Janeiro as notícias do telejornal estão quentes. O apresentador adianta alguns destaques do noticiário Internacional e de Economia que serão abordados no programa. Em seguida começa um passeio pela redação do telejornal para conversar com os editores. Primeiro pede que o editor-executivo e editor de Política, Sérgio de Castro, adiante os destaques de Brasília. Em seguida ele conversa com a editora de Internacional, Maria Tereza, que adianta algumas pautas de Nova York. Depois ele se dirige até a editora de Nacional e Economia, Elisabete Sucupira, que fala das notícias que serão comentadas de São Paulo. Sérgio Aguiar finaliza dizendo que os usuários do Facebook receberam em primeira mão alguns dos destaques do programa e que os aguarda “na edição de logo mais” na GloboNews. Portanto, existe essa intenção de introduzir o usuário do Facebook no ambiente da redação a partir de *tour* e conversa com os editores antes do jornal ser exibido. Essa ambientação do usuário acontece dentro da redação e no caminho do apresentador até o estúdio, minutos antes de entrar ao vivo no canal.

No quarto¹¹ vídeo analisado, uma transmissão ao vivo no dia 31 de maio de 2016, Sérgio Aguiar faz o caminho do corredor da GloboNews até o estúdio apresentando os bastidores ao usuário. Ele começa pegando água no bebedor na porta do cenário do Em Pauta, depois entra na sala e apresenta os técnicos que trabalham nos bastidores. Ele comenta: “Vocês já conhecem todo mundo, né?”. As 19h57 o âncora apresenta quem são os comentaristas da edição, e chama Thais Herédia, porém, o áudio falha e ela não o escuta. Ele comenta: “Problemas que vocês não sabem antes do programa”. O problema logo é solucionado e Sérgio Aguiar consegue se comunicar com todos os comentaristas e dá uma prévia dos assuntos que serão colocados em pauta. A imagem da tela dos comentaristas é mostrada e uma última chamada para o programa é feita. No Facebook os bastidores do telejornal é o assunto, pois apresenta um ambiente desconhecido do público na TV, com conteúdo em primeira mão para quem está conectado.

10 Disponível em: <<https://youtu.be/mdl1Pd7B5e4>>. Acesso em: 13 jul. 2016.

11 Disponível em: <https://youtu.be/2tGZLqM_tm4>. Acesso em: 13 jul.2016.

Os dois últimos vídeos analisados são bem semelhantes no formato: em ambos é utilizada a encenação como parte da estrutura do conteúdo na chamada.

O quinto¹² vídeo, de 24 segundos, gravado e postado no dia 28 de outubro de 2015 começa em frente a duas portas de banheiro, cada uma com uma placa de identificação do gênero masculino e feminino. Na sequência um homem entra no banheiro com placa de identificação feminino e uma mulher entra na porta ao lado, com identificação de gênero masculino na porta. O apresentador do GloboNews Em Pauta, Sérgio Aguiar, aparece e fala que a divisão de banheiros por gênero pode estar com os dias contados nos EUA, e que, em mais de 200 cidades, leis já proíbem a distinção. Ele encerra convidando a todos para assistirem ao telejornal. O sexto¹³ vídeo analisado, de 1 minuto e 38 segundos, tem uma proposta semelhante. Ele começa com uma cena da novela “Verdades Secretas”, da TV Globo, em que um pai briga com o filho afirmando que o garoto não deve ser fraco em relação às mulheres e se apaixonar. Em seguida, o apresentador começa a entrevistar as jornalistas da redação da GloboNews questionando o que é machismo para elas. As quatro jornalistas falam sobre o machismo na sociedade e como tanto o brasileiro como a brasileira são machistas. Em seguida uma encenação é mostrada em que uma mulher sai de um elevador e um homem diz: “Ô lá em casa!”. O apresentador aparece e completa o vídeo dizendo que a consequência desse tipo de comportamento para a mulher e também para o homem é o tema da coluna “Sexo Em Pauta” do programa daquele dia. Mesmo na rede social o Em Pauta faz uso de recursos da ficção, do entretenimento, para construir um valor jornalístico.

Para Coutinho (2012), as edições dos telejornais, de maneira geral, se valem de papéis assumidos pelos personagens e enunciadores, seguindo o que a autora conceitua como uma dramaturgia do telejornalismo. Mocinho, vilão, herói, vítima, especialista, mediador, parceiro, competidores, musa, vilão regenerado e personagem misterioso são alguns dos papéis assumidos ao longo de uma edição de telejornal. Ou seja, todo o processo de produção, edição e apresentação envolve uma dramaturgia, uma estrutura narrativa característica do drama nas notícias televisivas. No Em Pauta essa dramaturgia pode ser observada não só na exibição do noticiário na TV, mas a partir das chamadas no Facebook também, em que ocorre o que Soster (2013) define como atorização, característica do telejornalismo midiaticizado.

Segundo Finger (2012, p.124), uma narrativa *crossmedia* tem “um processo de difusão de conteúdo em diversos meios”. E o material não precisa ser necessariamente igual ao exibido na mídia original, os meios acabam funcionando como complementação uns dos outros. “O objetivo é criar uma interação do público com o conteúdo”. (FINGER, 2012, p.124) Nesse sentido, o Em Pauta cria uma narrativa *crossmedia* e apresenta características do jornalismo midiaticizado, consolidando um modelo de noticiário audiovisual que trabalha a opinião, o entretenimento e a participação do público no cenário de convergência.

12 Disponível em: <<https://youtu.be/65fzPgNjN3k>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

13 Disponível em: <<https://youtu.be/tLYNmgtNGRE>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

Considerações finais

A Internet reconfigurou os meios de produção jornalística. No caso do Globo-News Em Pauta, o produto pode ser considerado um telejornal midiaticizado, já que ambienta sua produção não apenas em uma plataforma ou meio de comunicação, mas o insere no cenário multimidiático. Na análise proposta para este artigo foi possível detectar que o Em Pauta apresenta os cinco elementos que caracterizam o jornalismo midiaticizado: a autorreferencialidade, a correferencialidade, a descentralização, a dialogia e a atorização.

A novelização do telejornal é outra característica do noticiário. Os elementos característicos de obras ficcionais são usados tanto na TV quanto nos vídeos produzidos para o Facebook do canal, em uma estratégia para fidelizar o público e prender sua atenção propondo uma identificação do telespectador com os jornalistas e o produto, estratégia esta que remete à dialogia cada vez que recorre à encenação ou a elementos da narrativa ficcional literária ou da narrativa teatral.

O Twitter “FamiliaemPauta”, administrado por telespectadores, é um exemplo dessa interação e dessa relação que o público conectado à rede social digital mantém entre si e com a equipe do programa. O afeto e as críticas ficam expostos através dos inúmeros comentários postados diariamente, e são ingredientes que passam a fazer parte desta receita, de um ambiente de conversa, em uma sala de estar, sobre os fatos do dia, o que resume a proposta do programa jornalístico.

A narrativa crossmidiática presente nos vídeos e transmissões ao vivo pela rede social fortalece a relação com o público que tem acesso a outras histórias fora do programa e a uma prévia das pautas em primeira mão. O que chama a atenção é que não se trata apenas de um deslizamento do conteúdo para a segunda tela, mas da produção de material próprio para as redes sociais, respeitando as especificidades deste ambiente. Além disso, o que a equipe lança na rede retorna em um movimento circular para esta mesma equipe, retroalimentando o noticiário, medindo a reação do público aos comentários dos jornalistas e criando essa sensação de que é possível haver um diálogo, nem que seja entre personagens dos dois lados da tela.

Referências

AGUIAR, Sérgio. In: BRESSAN, Willian. O viciante “Em Puata”. Paraná. Bem Paraná. 2016. Disponível em: <<http://goo.gl/xbpvB8>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

COUTINHO, Iluska. **Dramaturgia do telejornalismo**: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012. 247 p.

FECHINE, Yvana. **Espaço Urbano, Televisão, Interação**. In: PRYTHON, Angela

(Org). *Imagens da Cidade: espaços urbanos na comunicação e cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2006, p.37-57.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Comunicação Espaço Cultural**. São Paulo: Annablume, 2008.

FINGER, Cristiane. **Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital**. Revista Em Questão, Porto Alegre, v.18, n.2, p.121-132. 2012.

FINGER, Cristiane; SOUZA, Fábio Cannata de. Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre, PUC/RS, v.19, n.2, p. 337-389, maio/agosto 2012. Disponível em: <<http://goo.gl/vwxcFW>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

HORNHARDT, Rodrigo. **O que a CNN pode ensinar para quem tem uma TV e quer melhorar na internet**. Ou como melhorar sua TV, com o que a internet ensina. 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/G6Dywa>>. Acesso em: 27 jun. 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2ª Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

PATERNOSTRO, Vera Íris (Org.). **Globo News: 10 anos, 24 horas no ar**. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2006. 446 p.

PICCININ, Fabiana; SOSTER, Demétrio de Azeredo. **Da anatomia do telejornal midiaticado: metamorfoses e narrativas múltiplas**. Brazilian Journalism Research, São Paulo, v. 8, n. 2, p.118-134, 05 jul. 2016.

SOSTER, Demétrio de Azeredo. **Dialogia e atorização: características do jornalismo midiaticado**. In: Anais 11º Encontro Nacional dos Pesquisadores de Jornalismo. SBP-Jor. Brasília, 2013.

THOMÉ, Cláudia de Albuquerque. **Jornalismo e Ficção: A telenovela pautando a imprensa**. 2005. 176 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Comunicação e Cultura, Programa de Pós-Graduação em Comunicação/ECO, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.