



O PAPEL DO CONTRA AGENDAMENTO MIDIÁTICO NAS MUDANÇAS DAS ROTINAS PRODUTIVAS NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO

THE ROLE OF THE MEDIA SOCIAL SETTING IN THE CHANGES OF PRODUCTION ROUTINES IN BRAZILIAN TELEVISION JOURNALISM

Wendel Ribeiro dos Santos

Mestrando em Comunicação/Universidade de Brasília

E-mail: wendelsantos01@gmail.com

Aracaju, Sergipe, Brasil

Tiago Quiroga Fausto Neto*

Doutor em Ciências da Comunicação/Universidade de São Paulo

Professor da Universidade de Brasília

E-mail: tagorj@terra.com.br

Brasília, Distrito Federal, Brasil

Endereço: Tiago Quiroga Fausto Neto

Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação. Campus Universitário Darcy Ribeiro, Asa Norte, CEP:
70910900 - Brasília, DF - Brasil

Editora-chefe: Dra. Marlene Araújo de Carvalho/Faculdade Santo Agostinho

Artigo recebido em 17/08/2013. Última versão recebida em 05/09/2013. Aprovado em 06/09/2013.

Avaliado pelo sistema Triple Review: a) Desk Review pela Editora-Chefe; e b) Double Blind Review (avaliação cega por dois avaliadores da área).

RESUMO

O presente artigo visa realizar uma discussão a respeito das possíveis mudanças efetuadas no campo da produção noticiosa dos telejornais brasileiros, em face das chamadas novas tecnologias digitais. Busca-se analisar em quais níveis foram afetadas as rotinas produtivas dos jornalistas que trabalham nas redações dos telejornais, a partir da massificação dos dispositivos tecnológicos. Para tanto será feito um levantamento bibliográfico relacionado ao tema, visando um melhor entendimento acerca de quais as principais consequências apontadas pelos pesquisadores desta área. Este artigo é resultado parcial do projeto de mestrado em andamento, no PPGCOM- FAC, UnB - Universidade de Brasília.

Palavras-chave: telejornalismo; novas tecnologias digitais; contra agendamento midiático.

ABSTRACT

This article aims to make a discussion about possible changes made in the field of news production of Brazilian news programs in the face of calls new digital technologies. Seeks to analyze in which levels were affected the production routines of journalists working in newsrooms of TV news, from the mass of technological devices. To do so will be a literature related to the issue to a better understanding of what the main consequences noted by researchers in this area. This article is a partial result of the master's project in progress in PPGCOM-FAC, UnB - University of Brasília.

Keywords: Tv News; new digital Technologies; media social setting.

1. INTRODUÇÃO

Desde o seu surgimento o jornalismo teve como principal característica apresentar os mais relevantes acontecimentos que se passavam na esfera pública, pois, com o desenvolvimento da sociedade de massa, os indivíduos se encontravam cada vez mais dispersos do contato direto com os fatos sociais. Daí o caráter marcadamente informativo da atividade jornalística, que o diferencia dos demais gêneros literários por ser calcado na prerrogativa de manter o público a par daquilo que acontece na sociedade. A necessidade de apresentar um retrato coerente da realidade social fez com que o jornalismo adotasse determinadas práticas que norteariam a sua evolução; os denominados “valores notícia” passaram a desempenhar a função de determinantes de relevância que os fatos apresentavam para estarem aptos a ser reportados ao público.

As transformações ocorridas na esfera pública, registradas por Habermas, concorreram de forma definitiva para o surgimento das comunicações de massa, visto que foi a partir da sua formação que as estruturas sociais passaram a sofrer um rearranjo que viria a resultar na adoção de novos formatos de comunicação entre os indivíduos. Ou seja, a fragmentação ocorrida na vida social ocasionou o surgimento de ferramentas que pudessem suprir os anseios das crescentes populações nacionais.

Tal fenômeno seria intensificado com as Revoluções Industriais ocorridas no mundo durante os séculos XVIII ao XX, resultando na migração de vastos contingentes humanos para o que viriam a ser as principais cidades do planeta, os grandes centros urbanos que ditavam o ritmo de desenvolvimento da civilização ocidental, criando, com isso, as sociedades de massa que trouxeram consigo o surgimento de novas instituições sociais, voltadas a atender aos seus anseios.

O desenrolar desses movimentos sociais desencadeou a noção de sociedade democrática que temos hoje, calcada nas liberdades individuais e coletivas, entre as quais está a liberdade de expressão, que garante o direito de exercer o livre pensamento acerca dos principais assuntos presentes na esfera da vida pública. Entretanto, não se pode ignorar o papel desempenhado pelas comunicações de massa em tal processo, com o seu potencial para influenciar na formação da opinião pública, sugerindo temas a serem discutidos ou ignorados, de acordo com a sua importância para a vida em sociedade.

Atualmente, a televisão ocupa papel central na comunicação entre os indivíduos, por ser um meio massivo por excelência; ela apresenta a capacidade de atingir, ao mesmo tempo, grande quantidade do público que se encontra disperso nos mais variados grupos sociais,

através de uma única mensagem. O telejornalismo, como gênero informativo da televisão, é responsável direto pela percepção que os indivíduos apresentam a respeito dos temas sociais, introduzindo os fatos mais importantes que acontecem diariamente na esfera pública; ele surge como arena de discussão da maior relevância. A sua relevância para a construção da realidade social é percebida pelos altos índices de audiência e credibilidade associados aos seus programas, sinalizadores do grau de influência exercida pelo meio televisivo na sociedade contemporânea.

Outra importante função desempenhada pelo telejornalismo, e por todo o conjunto da televisão generalista, é o de formar laços sociais, os quais representam um importante fator de coesão social, visto que se vive em uma sociedade extremamente dispersa em grupos bastante especializados e que, muito provavelmente, tenderiam a desconhecer aquele que não faz parte de seus quadros constitutivos, se não fosse a representação desses nos meios de comunicação de massa que transpõem por todas as camadas do tecido social, unindo os mais diversos agrupamentos de indivíduos.

Hoje em dia, os avanços tecnológicos têm proporcionado uma maior abertura no campo dos discursos sociais. Se, anteriormente, apenas as estruturas socialmente reconhecidas alcançavam a visibilidade garantida pelos tradicionais meios de comunicação de massa, com a digitalização dos dados, o acesso aos meios de discussão foi se popularizando, a ponto de garantir um espaço, a internet, de livre acesso e expressão para quase a totalidade da população.

O barateamento dos custos de produção dos dispositivos eletrônicos também concorreu para a democratização de acesso às ferramentas necessárias para a realização de conteúdos midiáticos, ou seja, a maior disponibilidade de dispositivos digitais viabilizou a pluralização nas vozes presentes nos debates públicos.

Contudo, devido ao seu caráter fragmentário, pensa-se que a internet não seja o local mais adequado para o desenvolvimento de tal fenômeno democratizante; defende-se, antes, o reposicionamento do telejornalismo como espaço mais apropriado para dar cabo da tarefa de repercutir com maior relevância a capacidade produtiva do público, pelos motivos explicitados acima.

Dáí surge a importância do presente trabalho, pois este tem a difícil tarefa de resignificar o jornalismo televisivo, frequentemente acusado de não apresentar qualidade alguma, bem como todo o conjunto de gêneros televisivos, apresentando as possibilidades que emergem com os desdobramentos tecnológicos observados nas últimas décadas.

2. CONCEITOS PARA UMA ROTINA DA PRODUÇÃO NOTICIOSA

A produção noticiosa nos veículos de comunicação é marcada por uma estrutura bastante rígida de funcionamento; os mais diversos níveis que concorrem para a sua realização estão em constante influência e interpenetração. Muitos estudos já foram realizados visando melhor entender a chamada ‘sociologia dos emissores’, vertente que pesquisa aqueles fatores referentes aos produtores das mensagens; tais trabalhos permitiram compreender que os jornalistas não se apresentam como indivíduos isolados das influências do restante da sociedade. De tal conhecimento surgiu o interesse acerca dos fatores tanto internos quanto externos.

O estudo dos emissores desenvolve-se partindo de conceitos simples para articulações mais complexas entre variáveis que não se referem apenas à lógica de produção interna da mídia. Duas formas as abordagens que caracterizaram esse desenvolvimento: a primeira – ligada à sociologia das profissões – estudou os emissores do ponto de vista das suas características sociológicas, culturais, do padrão de carreira seguido por eles, dos processos de socialização sofridos, e assim por diante. (...) A segunda abordagem, ao contrário, é representada pelos estudos que analisam a *lógica dos processos* com que é produzida a comunicação de massa e o tipo de organização do trabalho dentro do qual se realiza a ‘construção’ das mensagens. (WOLF, 2005, p. 183-184)

Para efeito da análise aqui proposta, a atenção será focada nesta segunda ordem de estudos, a fim de ressaltar como os fatores internos à rotina de produção podem ter sido afetados pela introdução das novas tecnologias digitais no cotidiano dos indivíduos. Contudo, para entender a profundidade das mudanças observadas nas redações dos telejornais é preciso traçar um panorama geral de como esta se encontrava tradicionalmente estruturada.

O telejornalismo, embora muito pouco pesquisado, se mostra como uma área bastante profícua para o estudo das rotinas produtivas que movimentam o jornalismo; as lógicas que regem a sua produção permitem entender um pouco mais sobre os interesses que estão em constante disputa para que os seus conteúdos cheguem ao conhecimento do grande público.

O cotidiano do ser humano está repleto de fatos que disputam entre si a atenção do público, temas que vão desde os avanços científicos, que irão provocar quebras de paradigmas, até os problemas restritos à vizinhança, que ocorrem diariamente e ensejam a discussão por parte daquelas pessoas que serão afetadas por tais fatos.

Todavia, os indivíduos se encontram imersos em seus próprios assuntos e não dispõem de tempo suficiente para tomar conhecimento, em primeira mão, de todos os fatos que dizem

respeito à sua existência; daí a importância dos meios de comunicação de massa na formação da realidade social, em especial do jornalismo com seu caráter marcadamente informativo.

Pois o ambiente real é excessivamente grande, por demais complexo, e muito passageiro para se obter conhecimento direto. Não estamos equipados para tratar com tanta sutileza, tanta variedade, tantas modificações e combinações. E embora tenhamos que agir naquele ambiente, temos que reconstruí-lo num modelo mais simples antes de poder maneja-lo. Para atravessar o mundo as pessoas precisam ter mapas do mundo. (LIPPMANN, 2010, p. 31)

Um dos mais importantes mapas referidos por Lippmann são os meios de comunicação, já que eles apresentam esta capacidade de filtrar as informações mais relevantes para o conjunto da sociedade. Porém, a quantidade de acontecimentos ainda excede também o espaço disponível nos telejornais e, de tal realidade, resultou a necessidade de hierarquizar os acontecimentos sociais em categorias para uma seleção mais racional daqueles eventos. Esta racionalização no processo produtivo levou à criação de determinados fatores que devem estar presentes para que um fato ocorrido no meio social seja encarado como notícia. A esses aspectos caracterizantes deu-se o nome de *valores notícia*.

O denominado *newsmaking* trata exatamente dos fatores que concorrem para este processo de atribuição de valores aos mais diversos assuntos que se passam no dia a dia das pessoas. Segundo Wolf (2005, p. 202), “na seleção dos eventos a serem transformados em notícias, os critérios de relevância funcionam conjuntamente, ‘em maços’: são as diversas relações e as combinações que se determinam entre diferentes valores/notícia, para ‘recomendar’ a seleção de um fato”, ou seja, no conjunto de acontecimentos diários que se desenrolam na vida humana aqueles que preencherem a maior quantidade de fatores que determinam a sua relevância para o conjunto da sociedade terão maiores chances de entrar nas edições dos telejornais.

A velocidade com que os fatos se sucedem na vida humana é outro fator que precisa ser levado em consideração na produção dos conteúdos jornalísticos. A presença dos *deadlines* nas redações faz com que as rotinas produtivas sejam necessárias, a fim de que se possa garantir a presença das matérias programadas para irem ao ar em determinada edição do telejornal. Sendo assim, toda a produção de notícias deve seguir um esquema rígido previamente montado para que seja possível haver tempo suficiente para a perfeita finalização do material que irá ser veiculado.

A partir desse ponto de vista, é possível ilustrar apenas as fases principais da produção cotidiana de informação, as que podem ser encontradas em todos os aparatos e incidem principalmente na qualidade da informação. Essas fases são três:

a coleta, a seleção, a apresentação. Cada uma delas dá lugar a rotinas e procedimentos de trabalho articulados, dos quais são tratados apenas alguns aspectos significativos. (WOLF, 2005, p. 228-229)

Outra vertente de estudos acerca das rotinas de produção das notícias é aquela que tem por objetivo analisar os ‘portões’ pelos quais as notícias têm que passar para chegar ao conhecimento da audiência. Shoemaker e Vos (2011, p. 11), assim definem o *gatekeeping* “processo de seleção e transformação de vários pequenos pedaços de informação na quantidade limitada de mensagens que chegam às pessoas diariamente, além de ser o papel central da mídia na vida pública moderna”. Daí, podemos reforçar aquele papel de mediador desempenhado pelos meios de comunicações entre os acontecimentos e os indivíduos.

O fenômeno do *gatekeeping* ressalta ainda a importância dos profissionais que se encontram nos mais diversos níveis pelos quais as informações passam antes de serem transformadas em notícia, bem como as modificações sofridas por tais informações antes de serem transmitidas.

A informação chega às organizações de comunicação através de uma variedade de canais. Sigal (1973) os divide nas categorias de canais da rotina, canais informais e canais empreendedores: nos canais da *rotina* estão as informações e os registros públicos sobre eventos não espontâneos, tais como discursos ou eventos produzidos com o intuito específico de atrair a atenção da mídia. A indústria de relações públicas possui um setor de relações com a mídia, dedicado a esse trabalho. Nos *canais informais* estão as informações de bastidores -, aquelas que são dadas extraoficialmente -, demais jornalistas e outros veículos de comunicação em massa. Os *canais empreendedores* se referem a eventos espontâneos gerados pelo jornalista na conversa deste com as pessoas ou quando pensa criticamente sobre um problema. (SHOEMAKER-VOS, 2011, p. 37-38)

Podemos concluir que os acontecimentos chegam dos mais diversos locais nas redações jornalísticas e, de acordo com os interesses de quem os torna públicos, podem vir enquadrados nos mais variados formatos e pontos de vista para a publicização daquilo que ocorreu de fato. Assim, percebe-se a lógica da ideologia também presente na formulação das notícias que serão veiculadas nos telejornais, visto que muitas das vezes estes espaços informativos se encontram inseridos em empresas privadas que buscam a defesa de seus próprios interesses em detrimento daquilo que é considerado como sendo o melhor para o desenvolvimento da sociedade na qual o veículo de comunicação se encontra inserido.

Com relação aos efeitos da veiculação dos conteúdos jornalísticos na sociedade temos a formulação da teoria da *agenda setting* ou do agendamento midiático, a qual trata da relação existente entre os temas abordados pela mídia e aqueles tidos como mais relevantes pelo conjunto da sociedade. McCombs (2009, p. 18), assim explica tal teoria: “ao longo do tempo,

os tópicos enfatizados nas notícias tornam-se os assuntos considerados os mais importantes pelo público. A agenda da mídia torna-se, em boa medida, a agenda do público.”, o que quer dizer que a mídia tem um papel fundamental na formação da realidade socialmente percebida pelos indivíduos que constituem a sociedade.

Os resultados das pesquisas referentes ao agendamento midiático auxiliam a entender melhor a extensão da influência no público exercida pelos meios de comunicações de massa. Conseguir provar que existe uma relação direta entre o que os *mass media* apresentam diariamente e os temas apontados como mais importantes pelos indivíduos não é pouca coisa em um campo de tão poucas certezas como a Comunicação.

Porém, o desenvolvimento da teoria começou a se preocupar com os fatores ligados aos jornalistas que se encontravam nas redações dos veículos noticiosos, ou seja, começaram a surgir questionamentos para entender quais eram as influências sofridas por aqueles jornalistas, em quem eles buscam suas fontes e a partir de onde eles tomam conhecimento daqueles temas que julgam pertinentes.

Refletir sobre as origens da agenda da mídia faz lembrar muitas outras agendas, tais como as agendas de temas e de questões políticas consideradas pelas casas legislativas e por outros órgãos públicos que são rotineiramente objetos de cobertura da mídia noticiosa, assim como as agendas que competem entre si nas campanhas políticas, ou ainda a agenda de assuntos, usualmente é proposta pelos profissionais das relações públicas. Há muitas agendas organizadas nas sociedades modernas. (McCOMBS, 2009, p. 153)

A partir daí foram lançadas as bases do que viria a ser comumente chamado de contra agendamento midiático, ou seja, a capacidade que outras esferas da sociedade possuem de propor os temas que serão postos em evidência pelos jornalistas. Por estar inserido em um ambiente que vai além de suas especificidades, o jornalismo tem que buscar suas notícias nos fatos que se passam na sociedade- ou correm o sério risco de incorrer no erro da criação de pseudo acontecimentos, os quais não encontram respaldo na realidade social.

3. O CONTRA AGENDAMENTO MIDIÁTICO NAS ROTINAS PRODUTIVAS DO TELEJORNALISMO

Como vimos anteriormente, as rotinas produtivas da notícia se encontram sujeitas a uma série de procedimentos que visam garantir a perfeita realização de seus conteúdos, bem como as limitações de todas as ordens ajudam a explicar os motivos pelos quais os

acontecimentos precisam ser selecionados e ordenados de tal maneira a poder apresentar uma visão de mundo, minimamente, condizente com a realidade que procuram reportar.

O predomínio do uso das fontes oficiais para respaldar aquilo que é apresentado pelos telejornais também representa essa limitação em dar espaço a todos os envolvidos nos fatos relatados; esta prática determina, profundamente, sob quais pontos de vistas serão analisadas as notícias, além de reforçar o papel social de algumas figuras públicas da sociedade.

O advento da internet possibilitou a abertura de um espaço, no qual as vozes, antes excluídas pelos meios tradicionais, pudessem encontrar espaço para sugerir outras visões acerca daquilo que é tido como importante socialmente. Os indivíduos ganharam um local para a livre circulação das notícias que não eram capazes de superar os diversos níveis de seleção dos fatos nas redações jornalísticas, o que propiciou um avanço na divulgação de cada vez mais olhares sobre um mesmo tema.

Grupos de interesse, antes relegados a debater entre si, e com outros grupos geograficamente próximos, puderam se conectar em tempo real e diminuir as distâncias existentes entre si, o que resultou em uma maior articulação para gerar visibilidade às suas reivindicações.

A aplicação da gestão da informação em ambientes virtuais contribui para uma melhor organização das informações disponíveis na rede. Além disso, com o avanço tecnológico desenham-se novas formas de organização, devido à capacidade que têm essas tecnologias para alterar as tradicionais configurações de tempo e espaço. Assim, discute-se a importância de ambientes colaborativos não mais como possibilidades, e sim como necessidade. (CARVALHO, 2008, p. 118)

A influência da abertura proporcionada pela internet começa a atingir as rotinas produtivas dos meios de comunicações tradicionais. Na televisão, os conteúdos advindos da internet ainda são muito pouco utilizados, talvez pelo fato de que as estruturas de formação das notícias sejam bastante rígidas, o que impediria o uso efetivo daquelas mensagens difundidas na internet.

Outro fator que impede a absorção dos conteúdos produzidos na internet é a impessoalidade com a qual estes se disseminam, o que muitas vezes diminui o valor da credibilidade, tão necessária ao meio televisivo- que está acostumada a tratar com fontes autorizadas a representar o ponto de vista exposto.

Contudo, o telejornalismo vem dando sinais de que passa a entender como funcionam as lógicas de produção da internet, e passa a incorporar crescentemente aquilo que se mostra compatível com a sua própria rotina de produção. De acordo com Tourinho (2009, p. 139),

“hoje, o telejornalismo já se insere na *web*, não apenas divulgando seu conteúdo, mas estabelecendo uma nova parceria com o internauta”, resultando na formulação de alguns novos conceitos acerca do jornalismo, tais como: jornalismo cidadão, participativo, 3.0, etc.

O telejornalismo passa a sofrer o fenômeno definido anteriormente como contra agendamento da mídia, ou seja, como consequência do empoderamento da audiência os telejornais devem alterar suas rotinas produtivas a fim de abarcar os novos anseios demonstrados pela população civil- esteja ela organizada previamente em torno de uma organização ou se encontrem unidas apenas pelo desejo coletivo de alcançar melhoras para a sua existência.

Daí parece da maior relevância perguntar de que maneira esta produção e difusão de mensagens por parte do público ressoa nas rotinas produtivas dos meios de comunicação tradicionais, a fim de que estes possam se adequar a esta nova realidade, visto que os telejornais representam esta nova praça pública, através da qual os indivíduos entram em contato com os acontecimentos do mundo que o cercam.

Os meios sociais não acabarão com os meios tradicionais, mas alterarão sua conduta substancialmente. Os jornalistas são obrigados a escutar o público. A mensagem não é considerada concluída até que a comunidade a discuta, comente, complete e amplie pelo ciberespaço por meio do hipertexto e da conversação pessoal. A sociedade filtra, edita a informação como nunca havia sido anteriormente. Trata-se de um novo ecossistema informativo em que a informação está viva, a world live web. (VARELA, 2007, p. 90)

A tomada de atitude por parte da audiência também levou os jornalistas a fazer uma reavaliação da imagem que tinham do seu público. Os produtores das notícias tiveram que começar a levar em consideração que o público não se encontra mais refém apenas de seus pontos de vista para se informar a respeito do que ocorre ao seu redor, mas antes tem um vasto leque de possibilidades para buscar conhecimento sobre os temas que considera importantes na sociedade.

Neste sentido, as ferramentas de interatividade possibilitadas pela televisão digital surgem como um importante aliado na tarefa de compreender como o público se relaciona com as notícias. Para CIRNE-FERNANDES-PÔRTO (2009, p. 85) “o noticiário 24 horas GloboNews transmite, desde agosto de 2002, uma versão interativa oferecendo ao telespectador a opção de estabelecer um vínculo ativo com o canal, em tempo real, sem nenhum custo adicional.”, ou seja, os telejornais podem utilizar as tecnologias digitais para garantir que o público não precise recorrer a outras fontes noticiosas para se manter informado.

Os altos custos de implantação talvez ainda impeçam por algum tempo a implantação maciça das tecnologias digitais que permitem o aprofundamento da interatividade entre os *mass media* e a audiência, entretanto este parece ser o caminho irrevogável para o qual caminha o desenvolvimento da televisão em todo o mundo, até mesmo para tentar reconquistar parte do público perdido para a internet, e visando se manter relevantes em uma sociedade cada vez mais conectada através de dispositivos eletrônicos que ensejam uma maior interação entre os indivíduos que se encontram geograficamente dispersos.

A digitalização do sinal da radiodifusão no Brasil se encontra em processo avançado de implantação, o que também auxiliará no desenvolvimento de novas tecnologias que terminarão por baratear cada vez mais os custos de produção dos aparelhos digitais. Tais avanços sinalizam que a atividade do telejornalismo, assim como toda a radiodifusão, está passando por uma transformação que supera de uma vez por todas a noção de que a audiência é um autômato à espera dos meios de comunicação, para apontar quais os caminhos que devem ser seguidos no desenvolvimento da sociedade.

Para compreender corretamente as mudanças propiciadas por estes avanços, e ser capaz de adotar práticas que estejam em consonância com os novos anseios da audiência, é preciso que as esferas que cercam o telejornalismo realizem uma autocrítica a respeito de seu papel nesta nova realidade social. Rever conceitos e adotar novas práticas, a fim de antecipar as mudanças que estão por vir, devem ser as preocupações centrais de qualquer empresa jornalística que pretenda manter algum nível de importância no seio da sociedade.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os primeiros estudos em Comunicação apontavam para um fluxo unidirecional das mensagens midiáticas, localizando os dois lados dos envolvidos no processo de comunicação em posições bastante estanques, não levando em consideração as relações interacionais possíveis de serem realizadas.

Com o passar do tempo, o desenvolvimento das pesquisas foi demonstrando que muitos outros fatores se encontravam presentes na realização dos conteúdos dos meios de comunicações, o que levou a uma relativização dos efeitos da mídia, até que fosse superada completamente a ideia de manipulação do público por parte dos *mass media*.

Neste caminho percorrido, os estudos sobre os emissores das mensagens da mídia foram avançando no sentido de compreender como se dava a sua relação com as outras

esferas da vida humana, visto que estes produtores não se encontravam excluídos da interação com outros indivíduos da sociedade.

Uma ‘sociologia dos emissores’ foi sendo desenvolvida para explicar como os fatores que os cercam influenciam as suas decisões acerca daquilo que será tornado público nos espaços midiáticos. Surgiu, assim, a noção das rotinas produtivas que gerenciavam o manancial de informações presentes na vida pública que concorrem entre si para ganhar a notoriedade advinda de sua exposição nos veículos de comunicações de massa.

Tais rotinas produtivas obedecem a uma estrutura bastante rígida de características, as quais os acontecimentos devem preencher para ser tratados como socialmente relevantes. A racionalização decorrente de tal rigidez provocou a exclusão de boa parte dos pontos de vista presentes na sociedade a respeito de determinados temas, resultando em uma crescente insatisfação da audiência com o que era transmitido nos noticiários, já que não refletia o sentimento da maioria sobre o assunto.

O livre espaço para o debate público inaugurado com a internet veio atender os anseios daquela parte da população que não se sentia representada pelos meios de comunicação tradicionais. Boa parte da audiência que estava insatisfeita migrou para a internet atrás de relatos mais plurais sobre os acontecimentos do mundo e, a partir daí, a televisão passou a sofrer com as constantes quedas de audiência dos seus programas, bem como com a concorrência de novos canais de informação presentes na internet.

Hoje em dia, um número crescente de pesquisadores tem se preocupado com as consequências desta abertura na área da comunicação nas tradicionais rotinas produtivas dos telejornais e, embora os seus resultados não possam ser conclusivos - posto que este processo se encontra em pleno desenvolvimento - mostram que suas preocupações são válidas e encontram respaldo na contemporaneidade.

5. REFERÊNCIAS

CARVALHO, Juliano Maurício de. Cidadania online: das iniciativas de inclusão aos desafios da gestão. In: MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octavio Penna; SARAIVA, Enrique (org.). **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

CIRNE, Livia; FERNANDES, Marcelo; PÔRTO, Ed. Perspectivas da interatividade no telejornalismo da TV digital brasileira. In: FECHINE, Yvanna; SQUIRRA, Sebastião (org.). **Televisão digital: desafios para a comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

LPPMANN, Walter. **Opinião Pública**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda**: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

SHOEMAKER, Pamela J.; VOS, Tim P. **Teoria do gatekeeping**: seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

TOURINHO, Carlos. **Inovação no Telejornalismo**: o que você vai ver a seguir. Vitória: EspaçoLivros, 2009.

VARELA, Juan. Jornalismo participativo: o Jornalismo 3.0. In: ORDUÑA, Octavio I. Rojas et al. **Blogs**: Revolucionando os Meios de Comunicação. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.