

Quando ser ou não ser um “ao vivo”: reflexões acerca do fazer telejornalístico na cenografia dos telejornais da TV Clube¹

Rosane Martins de Jesus²
Universidade Estadual do Piauí - Uespi

RESUMO

Neste artigo, apresentamos os resultados iniciais de uma pesquisa acerca dos “ao vivos” nos telejornais da TV Clube, afiliada Globo, no Estado do Piauí. Para este estudo, nosso *corpus* de pesquisa compreendeu as edições dos três telejornais locais produzidos pela TV Clube e exibidos na data de 06/01/2025. Ao final da análise, evidenciamos que nessa data, os “ao vivos” constituíram a base principal de dois dos telejornais analisados. Entretanto, chamou à atenção a superficialidade com a qual os temas presentes nesses “ao vivos” foram abordados, bem como a replicabilidade dos seus conteúdos nos respectivos telejornais.

PALAVRAS-CHAVE: telejornalismo; “ao vivo”; rotinas produtivas;

Introdução

Nos últimos anos, observando os programas telejornalísticos produzidos pela TV Clube, afiliada Globo, no Estado do Piauí, seja enquanto pesquisadora, seja enquanto telespectadora contínua, a quantidade excessiva de entradas de repórteres (ao vivo), na cenografia de seus telejornais, sempre chamou à atenção. Não somente pela quantidade excessiva com que essas entradas ocorrem, mas principalmente pelo modo como a informação é apresentada nessas ambiências.

Dentro desse contexto, estimulada pelo fato de que pesquisar é também tentar entender com profundidade uma inquietação, iniciamos uma pesquisa com o objetivo de quantificar essas entradas mas, principalmente, com a intenção de compreender como elas se constituem e se, essas, enquanto conteúdo jornalístico, contribuem para a formação de um pensamento reflexivo acerca dos temas abordados nesses “ao vivos”.

Importante ressaltar que no contexto contemporâneo, os modos de apresentação nas cenografias dos telejornais apresentados ao vivo, nas ambiências das emissoras de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Jornalismo Audiovisual, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 24 a 26 de junho de 2025. Ressaltamos que neste trabalho, apresentamos os resultados iniciais de uma pesquisa em andamento sobre os “ao vivos” nas cenografias dos telejornais da TV Clube.

² Professora Adjunta do Curso de Bacharelado em Jornalismo, da Universidade Estadual do Piauí. Doutora em Ciências da Comunicação, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Mestre em Comunicação, pela Universidade Federal do Ceará. Especialista e graduada, pela Universidade Federal do Piauí. Coordenadora do Laboratório de estudos em telejornalismo - Labeteleor. Coordenadora do Programa de Extensão “Sobre Telejornalismo e outras coisas”. Email: rosanemartins@pcs.uespi.br.

tv's e nas inúmeras outras telas, passaram por modificações. Uma dessas modificações, diz respeito exatamente ao aumento de entradas ao vivo, principalmente nas cenografias dos telejornais matutinos, cuja duração (normalmente quase duas horas) permite um maior uso dessa tipologia jornalística. Tal aumento é justificado, muitas vezes, pela necessidade de uma imediatividade comunicacional, para que os telejornais continuem sendo uma fonte competitiva, dentro de um contexto marcado pela potencialidade e pela agilidade do consumo informacional nas diversas telas.

Entretanto, se reportar é contar histórias e se a reportagem objetiva e completa deveria ser o principal produto telejornalístico, como já pontuavam Vizeu (2008) e Paternostro (1999). Então, como definir quando uma pauta deve ser ou não, trabalhada na cenografia de “ao vivo”?; há limites para evitar o uso excessivo?; seria agora o “ao vivo” um produto principal?; quanto de informação complexa e sistematizada se perde em meio aos desafios de uma entrada “ao vivo”? São essas as principais perguntas que mobilizam a realização desta pesquisa.

Neste trabalho, apresentamos os resultados iniciais de uma pesquisa em andamento, que analisará ao final 15 edições de telejornais da TV Clube, exibidos ao longo de uma semana construída, entre os dias 06 de janeiro e 15 de fevereiro de 2025. Neste artigo, apresentaremos apenas as primeiras evidências decorrentes da análise dos telejornais apresentados na data de 06 de janeiro de 2025.

1 Passos iniciais da pesquisa: um caminho em construção

Inspirados no movimento aproximativo (Braga, 2016), onde antes de iniciarmos uma pesquisa e definirmos as perguntas que conduzirão a análise, é necessário “observar o observável”, desnudo de qualquer pergunta primária, de modo a evitar que sua observação venha ser restritiva e reduzida, iniciamos nosso percurso de pesquisa, com a observação desses telejornais de modo processual. Desse modo, reforçando a potencialidade e a importância da realização de um movimento aproximativo exploratório.

Dentro desse movimento observacional, identificamos que a presença dos ‘ao vivos’ na cenografia dos telejornais da TV Clube não se dá de modo esporádica, mas como uma característica de uma totalidade, no âmbito desses telejornais. Contudo, ressaltamos que inúmeros outros telejornais têm optado pelo aumento de entradas ao vivo em suas cenografias, o que muda de uma cenografia para outra, é o modo como

esses “ao vivo” são apresentados. Sendo que essa apresentação está diretamente relacionada com o potencial de produção e com a qualidade da apuração que antecede as entradas, efetivamente.

Após o passo inicial (a observação primária), definimos de modo aleatória, a data de partida da coleta (06/01/2025) e iniciamos a partir desse ponto, a tabulação quantitativa desses ‘ao vivo’ e a análise qualitativa da amostra de pesquisa. Quanto a análise qualitativa, utilizamos os parâmetros da teoria fundamentada nos dados (Glaser e Strauss, 2009; e Charmaz (2009)) como metodologia inspiratória. A partir da qual, a análise qualitativa se dá até o momento em que ocorre a saturação das inferências. Utilizamos também os princípios da análise do discurso (Fiorin, 2009; Ducrot, 1987; Maingueneau, 1997), como métodos de análise qualitativa.

Ainda com relação a constituição da amostra, consideramos “ao vivo”, no âmbito desta pesquisa, tanto as entradas dos repórteres, ao vivo das ruas, quanto as entradas de repórteres e entrevistados no estúdio. Quanto às entradas no estúdio, excluimos dessa categorização apenas os quadros permanentes: Previsão do tempo, destaques do G1 e Esporte.

Na sequência, apresentamos os resultados iniciais das análises das edições dos telejornais (Bom Dia Piauí; Piauí TV 1ª edição e Piauí TV 2ª edição) exibidas nas datas de 06 de janeiro de 2025. Todas as edições estão disponíveis na plataforma de streaming Globoplay, onde também se deu o acesso quando da coleta do material de análise.

2 Quantificando os “ao vivos”: principais inferências

Na edição do Bom dia Piauí do dia 06/01/2025³, identificamos 13 (treze) “ao vivos”, sendo que destes, 11 (onze) foram de entradas, com cenografias externas. Ao todo, essas entradas compreenderam um tempo aproximado de 1h 35 minutos e 34 segundos, o que corresponde aproximadamente a 80,50% do tempo total do telejornal, considerando o tempo da edição analisada (1h 58min e 22 segundos). Nesta mesma edição, tiveram apenas 3 (três) reportagens (uma delas fora exibida no Fantástico, na data de 05/01/2025); 2 (duas) notas cobertas - mas, essas duas notas foram apoiadas

³ Na plataforma Globo play, o arquivo desta edição na íntegra tem a duração de 1h 58min e 22 segundos e está disponível no link: <https://globoplay.globo.com/v/13235792/> Acesso em: 02 fev 2025.

apenas em imagens enviadas pelos telespectadores e três quadros⁴: Previsão do tempo, Destaques do G1 piauí e Esporte.

Na análise do Piauí TV 1ª edição, exibido em 06/01/2025⁵, identificamos 4 (quatro reportagens), sendo que uma delas foi exibida dentro da composição de uma entrada ‘ao vivo’. Das 4 (quatro) reportagens exibidas, 2 (duas) foram reexibições de reportagens já apresentadas pelo Bom dia Piauí. Nesta edição, foram exibidos 5 (cinco) ‘ao vivos’. Juntos, eles somaram 28 minutos e 45 segundos, correspondendo a aproximadamente 56 % do tempo total do telejornal (considerando o tempo da edição analisada (50 min e 56 segundos). Já na edição do Piauí TV 2ª edição, exibida em 06/01/2025⁶, identificamos apenas 1 (um) ‘ao vivo’, com um tempo total de 05 minutos e 36 segundos, sendo que este tempo foi intercalado por sonoras e uma reportagem. Considerando o tempo total do telejornal analisado (25 minutos e 53 segundos), esse ‘ao vivo’ corresponde a aproximadamente 21% do tempo total.

3 Entre “ao vivos” e “ao vivos”: caminhos e possibilidades de análise

As entradas ao vivo na cenografia do Bom Dia Piauí se constituem, na sua grande maioria, como “bate papos”, com perguntas gerais, sem profundidade nas abordagens e normalmente com inserções de perguntas feitas também pelo apresentador. A referência ao “bate papo” foi citada, por exemplo, pela própria repórter, em um dos ao vivos, na data de 06/01/2025, quando a mesma diz: “vou convidar o [cita o apresentador] que está no estúdio agora, para entrar aqui no nosso bate-papo, que ele tem uma pergunta”.

Analisando os discursos dos “ao vivos”, é perceptível também uma fragilidade da apuração, o que por consequência pode vir a colocar em questionamento a própria veracidade das informações ali apresentadas. Quanto a esse aspecto, citamos dois exemplos da edição do Bom Dia Piauí, na data de 06/01/2025: no primeiro, a repórter inicia a fala destacando a liberação de uma rotatória, quando abre o espaço para o entrevistado falar, o mesmo inicia dizendo: “na verdade, ela está funcionando de modo precário”; no segundo exemplo, o repórter no início de outro “ao vivo”, dá algumas informações sobre as matrículas escolares da rede municipal e logo na sequência,

⁴ Nenhum destes quadros, apresentam notas cobertas e ou reportagens em suas cenografias.

⁵ Na plataforma Globo play, o arquivo desta edição na íntegra tem a duração de 50min e 56 segundos e está disponível no link: <https://globoplay.globo.com/v/13237330/> Acesso em: 05 fev 2025.

⁶ Na plataforma Globo play, o arquivo desta edição na íntegra tem a duração de 50min e 56 segundos e está disponível no link: <https://globoplay.globo.com/v/13238007/?s=0s> Acesso em: 06 fev 2025.

reforça que vai confirmar aquelas informações com a entrevistada. Numa análise mais detalhada, essa fala acaba por desacreditar as próprias informações repassadas anteriormente. Ainda no mesmo ao vivo, o repórter ressalta: “eu falei 155 unidades de ensino, lá na outra participação. Mas, são bem mais escolas, né?”. E a entrevistada complementa: “sim, há 321 escolas”. Esse tipo de diálogo desacredita tanto a etapa da apuração, quanto a própria etapa de preparação da entrevista, pois deixa marcas discursivas que levam a concluir que o repórter não se preparou o suficiente para conduzir uma entrevista abrangente.

Ainda quanto a fragilidade da apuração, há marcas discursivas que permitem essa inferência, principalmente relacionadas a construções discursivas e aos verbos escolhidos, a exemplos de: “disse que recebeu”; “pelo o que ele posta nas redes sociais dele”; “parece que a confusão ainda não terminou”.

As entradas “ao vivos” na cenografia do telejornal Piauí TV 1ª edição são intercaladas por trechos de sonoras e/ou por imagens, onde a fala do repórter captada ‘ao vivo’ funciona como uma espécie de off. A grande maioria das informações apresentadas nesses ‘ao vivo’ foram apresentadas também na edição do Bom Dia Piauí, da mesma data.

Percebemos também que a composição dos ‘ao vivos’ na cenografia do Piauí TV 1, apresenta um modo de produção diferente da composição utilizada no âmbito do Bom Dia Piauí. No Piauí TV 1, esses ‘ao vivo’ são compostos por sonoras, notas cobertas e trechos de reportagens, como se fosse um quebra-cabeça, sendo que a presença do repórter ‘ao vivo’ funciona como um elo que une essas partes, como alguém que traria informações complementares. Já na cenografia do Piauí TV 2ª edição, ao menos na data analisada para essa pesquisa, o ao vivo foi usado apenas uma vez e sem particularidades específicas.

Outro ponto a ser destacado é o fato de que os assuntos de todos os ‘ao vivos’ apresentam potencialidade para serem trabalhados em pautas a serem desenvolvidas em reportagens. Nas edições de 06/01/2025, apenas o ‘ao vivo’ referente a Festa de Reis, exibido no Bom Dia Piauí, foi replicada nos outros telejornais em formato de reportagem. Lamentavelmente, a maioria dos outros assuntos, “nasceram” e “morreram” nas cenografias dos próprios ‘ao vivos’, ao menos no âmbito dos telejornais analisados nesta pesquisa.

Considerações possíveis a partir dos caminhos percorridos

Após a análise, é perceptível a necessidade de repensar as práticas produtivas e a própria funcionalidade dos ‘ao vivos’ dentro da cenografia dos telejornais da Tv Clube. Isso se considerarmos que uma das funções do telejornalismo é apresentar os fatos e notícias de modo mais abrangente possível e utilizando recursos explicativos que ajudem o público/audiência na compreensão dos assuntos que são apresentados, de modo, a contribuir para a construção de um posicionamento crítico por parte do telespectador.

A reportagem é (ou deveria ser) o produto principal do telejornalismo. Enquanto os “ao vivo”, seria (ou deveria ser) a excepcionalidade, ou seja, deveria ser usado para informar com brevidade, uma informação urgente e que ainda não pôde ser sistematizada em um formato mais abrangente de reportar (seja ele uma nota, seja ele uma notícia, seja uma reportagem). Infelizmente, não é esse modo mais abrangente que é identificado nos telejornais da TV Clube, analisados nesta pesquisa.

O problema nem é na prática a quantidade excessiva de ‘ao vivo’. Mas, a superficialidade com que os temas são abordados, dentro da cenografia dos ‘ao vivo’, que no caso do Bom dia Piauí se constituem de entrevistas, previamente agendadas. Mas, que embora sejam agendadas, no momento da realização, deixam marcações discursivas que levam a inferir que o repórter ou soube da entrevista momentos antes, ou não se preparou devidamente para ela.

No entanto, percebemos também que não há um critério específico sobre o que define a potencialidade para uma determinada temática entrar na cenografia do telejornal no formato de um ‘ao vivo’. Muitas das fontes entrevistadas nos ‘ao vivo’, seja na cenografia do Bom Dia Piauí, seja na cenografia do Piauí 1, são fontes oficiais e representantes de órgãos públicos, o que reforça a evidência de que essas entrevistas foram previamente agendadas. Nesse contexto, percebemos, ao menos a partir da análise dessas edições, que ainda há um longo caminho até os telejornais da TV Clube começarem a traçar os parâmetros que ajudarão na especificação de quando ser, ou não ser, um “ao vivo”.

REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. **Aprender Metodologia Ensinando Pesquisa: Incidências Mútuas entre Metodologia Pedagógica e Metodologia Científica**. In: PEIXOTO, Claudia; IMMACOLATA, Maria (org). **Pesquisa em Comunicação: metodologias e**

práticas acadêmicas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

CHARMAZ, Kathy. **A construção da teoria fundamentada: guia prático para análise qualitativa.** Porto Alegre: Artmed, 2009.

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito.** Campinas-SP: Pontes, 1987.

FIORIN, José Luiz. **Elementos da Análise do Discurso.** São Paulo: Contexto, 2009.

GLASER, Barney; STRAUSS, Anselm. **The discovery of Grounded Theory: strategies for qualitative research.** News Jersey: AldineTransaction, 2009.

PATERNOSTRO, Vera. **O texto na TV: manual de telejornalismo.** Rio de Janeiro: Campus, 1999.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em Análise do Discurso.** Campinas-SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

VIZEU, Alfredo (org) **A sociedade do telejornalismo.** Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2008.