

Fluxo da informação em uma redação de TV¹

Leire BEVILAQUA²
Ricardo POLETTINI³
Rosimeire PANDO⁴

Resumo

O desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) possibilitou novas maneiras de comunicar e modificou as formas de acessar, armazenar e recuperar informações. Diferentes atores sociais, em uma nova concepção de tempo e espaço, passaram a fazer uso das informações por meio de novas plataformas ou suportes tecnológicos. Nesse contexto, tornou-se pertinente o estudo da gestão das práticas informacionais. É o que faz a autora Eliany Alvarenga de Araújo no artigo “Informação, sociedade e cidadania: gestão da informação no contexto de organizações não-governamentais (ONGs) brasileiras”. Araújo (1999) traz uma divisão do processo comunicativo em três ações: recepção, geração e transferência. Este trabalho faz um paralelo entre as práticas informacionais estabelecidas no artigo de Araújo (1999) e a prática vivenciada nas redações de televisão para veiculação de conteúdos, para que contribuam com a formação crítica dos telespectadores e que os tornem capazes de transformar as informações recebidas em conhecimento.

Palavras-chave: Gestão da informação. Produção de conteúdo. Televisão.

Introdução

O desenvolvimento cultural e tecnológico é função do momento histórico. Depende também do quanto a sociedade tem acesso a bens culturais e tecnológicos. As

¹ Trabalho final apresentado à disciplina Gestão da Informação e Comunicação em Plataformas Digitais, do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP de Bauru-SP, ministrada pela Prof^a. Dr^a. Regina Celia Baptista Belluzzo.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital da Unesp de Bauru e membro do Grupo de Estudos Audiovisuais da Unesp – GEA. Editora de texto da TV Universitária Unesp. É graduada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Unesp de Bauru. E-mail: leiremara@yahoo.com.br

³ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital da Unesp de Bauru. Editor-chefe de jornalismo da TV Universitária Unesp. Especialista em Comunicação nas Organizações, pela Universidade do Sagrado Coração. Graduado em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, pela Unesp de Bauru. E-mail: ricardopolettini@yahoo.com.br

⁴ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital da Unesp de Bauru-SP. Especialista em Artes e Letras: Interlinguagens do texto e da imagem com ênfase no processo de leitura. Professora de Arte e Mídia na Faculdade de Arte da UNIFADRA, de Dracena-SP. É graduada em Educação Artística pela Fundec, de Dracena-SP. E-mail: rosipando@hotmail.com

inovações tecnológicas sempre acompanharam o desenvolvimento da humanidade, desde a pré-história, quando o homem começou a utilizar instrumentos de caça e outras ferramentas para facilitar sua vida, passando por grandes invenções, até chegar aos meios tecnológicos. Assim, é possível afirmar que sempre existiu uma era do conhecimento, mas agora ela surge com mais intensidade devido a sua maior disponibilidade (SILVA e NEVES, 2004).

O homem, ser comunicador por essência, busca a cada momento mais informações e, nesse processo, o desenvolvimento tecnológico e a globalização criaram novas maneiras de se comunicar, mudanças que acompanharam a evolução do homem, das invenções, da criação de objetos, de sistemas, de linguagens, teorias, ciências, formas de arte, códigos e tecnologias, aprimorando assim as relações humanas nas esferas social, política, econômica e cultural.

Segundo Barbosa e Castro (2008), a evolução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) convergem para uma Nova Ordem Tecnológica, onde há a possibilidade de construção de conteúdos e difusão de informação por diferentes atores sociais, que passam a manipular informações por meio de novas plataformas ou suportes tecnológicos, que permitem acessar simultaneamente vários conteúdos.

Nesse contexto, a ciência da informação trabalha a gestão das práticas informacionais sob diversos aspectos, como faz a autora Eliany Alvarenga de Araújo, no artigo “Informação, sociedade e cidadania: gestão da informação no contexto de organizações não-governamentais (ONGs) brasileiras”. O estudo divide o processo comunicativo em três ações: recepção, geração e transferência.

Este trabalho faz um paralelo entre as práticas informacionais estabelecidas no artigo de Araújo (1999) e a prática vivenciada nas redações de televisão para veiculação de conteúdos, para que contribuam com a formação crítica dos telespectadores e que os tornem capazes de transformar as informações recebidas em conhecimento.

1 Informação e competência

“A informação sintoniza o mundo” (BARRETO, 1994, p.3). Em poucas palavras, essa frase sintetiza o estágio da atual sociedade da informação: o indivíduo que detém informação e sabe utilizá-la de forma inteligente, ou seja, possui uma cultura da informação, é capaz de fazer escolhas e construir seu próprio conhecimento,

aplicando-o em ações da sua vida cotidiana e modificando a sua realidade. Segundo Barreto,

A importância que a informação assumiu na atualidade pós-industrial recoloca para o pensamento questões sobre a sua natureza, seu conceito e os benefícios que pode trazer ao indivíduo e no seu relacionamento com o mundo em que vive (1994, p.3).

Parte-se, então, para a primeira questão levantada por Barreto: a natureza da informação, entendida neste trabalho como a essência, aquilo que caracteriza a informação. Para compreender uma determinada informação, é preciso antes entender como se estabelece o processo de comunicação no qual ela está presente. São diversos os modelos de processos comunicacionais, os quais evoluíram de acordo com as transformações socioeconômicas e culturais da sociedade.

No Modelo Aristotélico, representado na Figura 1, a comunicação é linear. Parte do emissor para o receptor, sem levar em conta o canal ou os efeitos provocados pela mensagem, o que já é considerado no Modelo de Laswell, na Figura 2.



Figura 1 - Modelo Aristotélico. Fonte: Beltrão (1982).

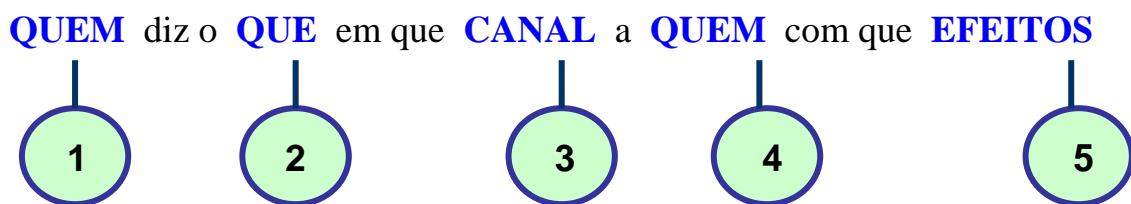


Figura 2 - Modelo ou Paradigma de Lasswell. Fonte: Beltrão (1982).

Já no Modelo ou Paradigma de Nixon, na Figura 3, além do canal e dos efeitos de uma mensagem/informação, são contempladas as intenções do emissor ao divulgar uma informação e as condições em que o receptor a recebe. O Modelo de Schramm, Figura 4, vem complementar o Modelo de Nixon, uma vez que surge, pela primeira vez,

um canal de retorno ou *feedback*, que considera a resposta do receptor ao emissor da mensagem.

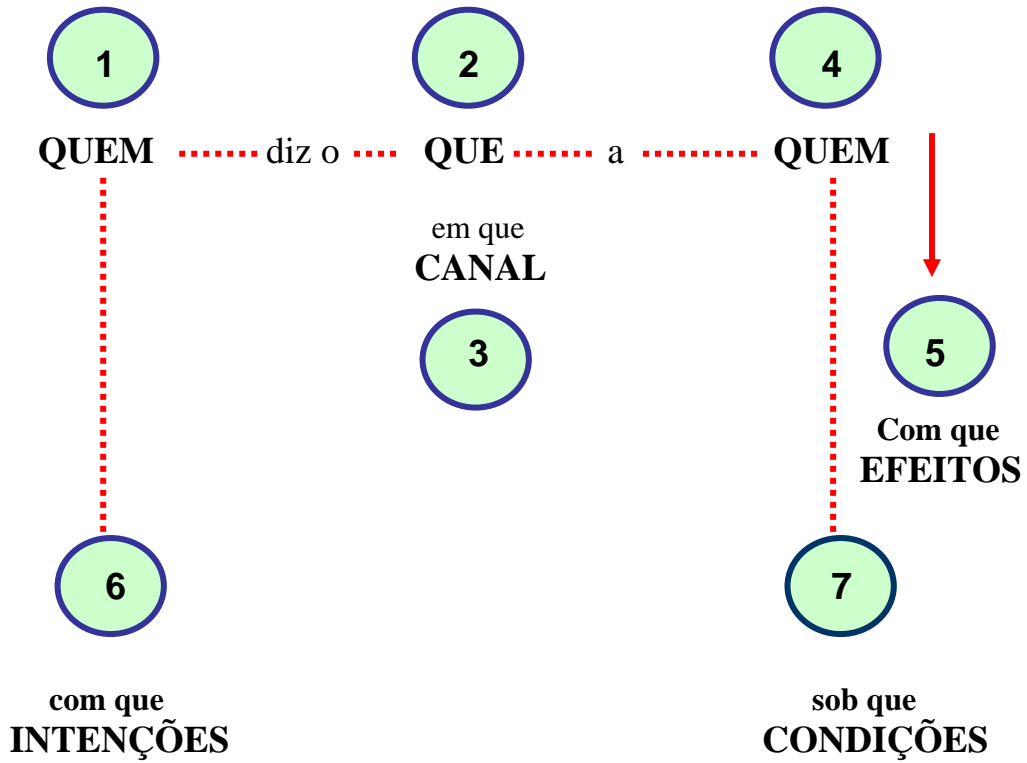


Figura 3 - Modelo ou Paradigma de Raymond Nixon. Fonte: Beltrão (1982).

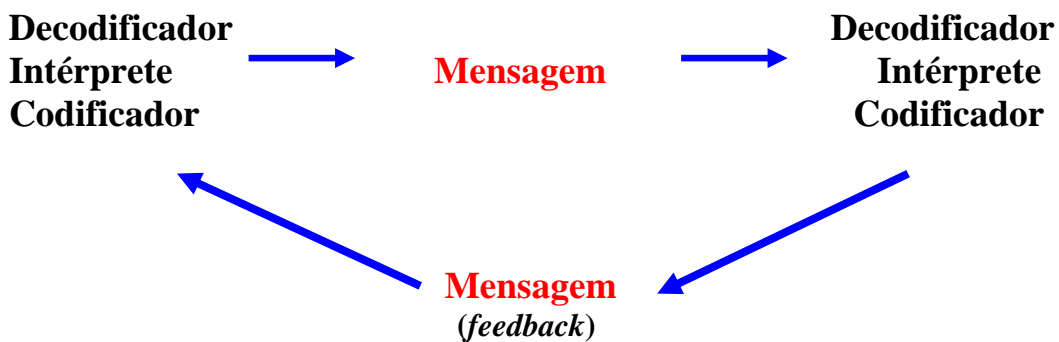


Figura 4 - Modelo de Wilbur Schramm. Fonte: Souza (2004).

De acordo com os modelos apresentados em escala evolutiva, é possível notar, por um lado, a distinção entre a fonte geradora de mensagem/informação, com características que determinam a informação gerada, e de outro, a fonte receptora, que de acordo com o seu repertório, recebe a informação divulgada de uma maneira bastante própria. Na sociedade da informação, contudo, já não existe mais o processo comunicacional linear, responsável por estabelecer, de forma distinta, quem produz e quem recebe informação. Dado o valor e a importância da informação na sociedade, esse processo passa a ser circular. Quem recebe uma informação pode filtrá-la de acordo com suas necessidades. Pode ainda fazer a apropriação e adequação de seu conteúdo e socializá-la, passando, então, de receptor a gerador de informação.



Figura 5 - Novo processo comunicacional – recepção, reapropriação e transmissão

Os dois outros pontos em que Barreto incita reflexão são o conceito de informação e os benefícios que ela traz ao indivíduo, pontos esses que podem ser considerados interdependentes. O uso de novas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) provocou a descompressão do tempo e do espaço. O volume de dados a que um indivíduo passou a ficar exposto diariamente aumentou absurdamente.

Para que as informações recebidas sejam aproveitadas em benefício dos indivíduos envolvidos no processo comunicacional, é necessário saber processá-las, de maneira a aplicá-las em seu dia a dia. Assim, informação deve ser entendida como todo dado que possua um significado, ou seja, que esteja contextualizado à realidade do indivíduo que o recebe e contribua para a construção de seu conhecimento, favorecendo sua relação em sociedade, sua tomada de consciência em relação aos seus deveres e direitos.

Diante do que foi exposto, Barreto (1994) expõe a necessidade de se trabalhar corretamente a informação recebida, a fim de torná-la uma fonte de conhecimento.

A questão que se coloca agora é a de como se trabalhar com a informação enquanto estruturas significantes, no sentido de direcioná-la ao seu propósito de produtora de conhecimento para a sociedade. Como se organiza, controla e distribui de maneira correta, política e socialmente, a informação, considerando a sua ingerência na produção do conhecimento (BARRETO, 1994, p.3).

Esse processo comunicacional traz consigo alguns complicadores. Com o avanço da tecnologia, a globalização e a gradual popularização da Internet, mudanças ocorrem a todo momento, sejam elas decorrentes das conjunturas econômicas, políticas e sociais ou mesmo do próprio desenvolvimento tecnológico. O diferencial de uma organização passa, então, pela capacidade de gerenciamento de informações para transformá-las em conhecimento e revertê-las em benefícios estratégicos. Castells (1999, p.211) afirma que “a administração dos conhecimentos e processamento das informações são essenciais para o desempenho das organizações que operam na economia informacional global”. Assim, torna-se necessário o uso inteligente da informação dentro de uma organização, ou seja, é preciso que se desenvolvam competências em informação.

Castells (2003) destaca a importância do aprendizado e do desenvolvimento de competências que possam contribuir para transformar informação em conhecimento:

As características mais importantes desse processo de aprendizado são, em primeiro lugar, aprender a aprender, já que a informação mais específica tende a ficar obsoleta em poucos anos, pois operamos numa economia que muda com a velocidade da Internet. Em segundo lugar, a capacidade de transformar a informação obtida a partir do processo de aprendizado em conhecimento específico. (CASTELLS, 2003, p.78)

Nesse contexto, conhecimento e aprendizagem se transformam em recursos e competências organizacionais. Mas é preciso que esses novos conhecimentos sejam compartilhados e utilizados em favor da própria organização e da sociedade, a fim de que todos os atores envolvidos se encontrem num processo ininterrupto de renovação pessoal e organizacional (MOREIRA, 2006).

2 Recepção, geração e transferência da informação

Em “Informação, sociedade e cidadania: gestão da informação no contexto de organizações não-governamentais (ONGs) brasileiras”, a autora, Eliany Alvarenga de Araújo, doutora em Ciências da Informação e professora titular da Universidade Federal de Goiás, faz uma análise da relação entre informação e cidadania a partir de práticas empregadas por organizações não-governamentais ligadas à questão do gênero e dos direitos da mulher. Seu estudo se dá a partir de três instâncias definidas nos processos comunicacionais em que as ONGs estão envolvidas: a recepção, geração e transferência de informação. Araújo (1999) considera que a impossibilidade de acesso, o acesso limitado ou o acesso a informações distorcidas dificultam o exercício pleno da cidadania, uma vez que informação é elemento fundamental no intercâmbio de conhecimento entre os atores sociais. Somente por meio de informação é que os indivíduos podem tomar conhecimento e exercer seus direitos e deveres, além de construir autonomia para tomar decisões. O objetivo da autora com o esse estudo foi entender a relação entre informação e cidadania no contexto dessas organizações e como elas praticavam a gestão das informações que acessavam.

O artigo identifica as práticas informacionais de recepção, geração e transferência. Tais práticas funcionam como pilares da gestão da informação nas ONGs estudadas. Em relação à recepção, a autora escreve sobre os critérios de seleção das informações recebidas pelas ONGs. Um deles é a interrelação entre informação e a realidade vivenciada pela organização não-governamental, fator descrito pelas ONGs como preponderante na seleção. No caso da geração, a autora define o termo como sendo a atribuição de sentido à informação recebida, com intuito de agregar valor a ela e otimizar a comunicação com o público. Por último, temos a fase da transferência. A

autora trata esse momento como sendo “o conjunto de operações envolvidas na transmissão de informação desde sua geração até sua transferência.” Nesse caso, ressalta a importância da criação de um contexto comunicativo de maneira que produtores e usuários da informação estejam presentes de forma igualitária. Prática que passa pelo levantamento das expectativas dos usuários e adequação da linguagem. Segundo a autora, a transferência de informação “se caracteriza como prática de socialização a partir de um contexto participativo comunicacional.”

3 Fluxo da informação em redação de televisão

Partindo da análise de Araújo (1999), é possível traçar um paralelo com práticas comunicacionais empregadas na produção de conteúdos jornalísticos para televisão. Antes, no entanto, convém relacionar como é dividido o trabalho dentro de uma redação de um telejornal. Barbeiro (2002, p.115) destaca que a redação de uma TV deve ser funcional e organizada, caso contrário, a qualidade do trabalho poderá ser afetada negativamente. A divisão de trabalho nas redações é, portanto, feita de acordo com funções pré-determinadas de seus colaboradores.

Os produtores de reportagem cuidam do agendamento das pautas das reportagens que serão feitas pelas equipes de reportagem. De acordo com Barbeiro (2006, p.92), o produtor “[...] é o responsável por boa parte das condições materiais e do conteúdo do telejornal. Funciona como um elo entre jornalistas e técnicos e acompanha a edição do programa desde o início”. O trabalho do produtor começa com o levantamento de informações e assuntos que os jornalistas julgam ser de interesse e relevância para o público. As fontes são as mais diversas: ligações telefônicas, internet, jornais, revistas programas de TV, agências de notícias, releases de assessorias de comunicação, e-mails e sugestões de telespectadores.

Neste ponto, o trabalho da redação se encontra com o processo de recepção elencado por Araújo (1999). A partir da seleção de todo esse material recebido, são elaboradas as pautas para os jornalistas. No caso das redações de TV, um dos critérios de seleção pode ser o interesse de acordo com a área de cobertura da emissora. Por exemplo, se um release chega ao jornalista para divulgar um evento de importância social, como a divulgação do calendário de uma campanha de vacinação, essa

informação será aproveitada se a campanha se referir a alguma cidade que esteja ao alcance do trabalho daquela emissora.

Após essa seleção, é elaborada uma pauta. As pautas são documentos escritos que vão servir de roteiro para os repórteres realizarem seu trabalho. Nelas estão os horários previstos para encontro com os entrevistados, horários de eventos que serão cobertos, endereços e pontos de referência para a equipe chegar ao local desejado. Também fica definida na pauta a proposta da reportagem que será produzida e um resumo com as principais informações necessárias para a elaboração do texto da reportagem.

A segunda etapa do processo de produção de notícias está na reportagem. Com base na pauta, o repórter é o responsável por trazer a informação da rua para a redação e também por elaborar um texto conciso e claro sobre o assunto abordado. Barbeiro (2002, p.69) observa ainda que o repórter “[...] deve obter do entrevistado respostas curtas que satisfaçam às indagações contidas na pauta. Respostas curtas facilitam o trabalho da edição da reportagem.”

Quando o material coletado na rua chega à redação, começa o trabalho do editor de texto. É ele quem vai transformar o material bruto captado pelo repórter para o formato necessário ao telejornal. Os editores também escrevem os textos dos apresentadores e outras informações que vão complementar o noticiário. Por outro lado, as reportagens, após exibidas, são arquivadas. Nesse arquivo, elas são catalogadas, indexadas e classificadas, de maneira que a prática vai ao encontro do que é exposto pela autora no texto em questão.

Nesse momento, tendo como base a análise de Araújo (1999), é possível afirmar que ocorre a etapa de geração de uma nova informação. O texto escrito, recebido por e-mails, ou por outros veículos, como jornais e revistas, para se transformar em notícia televisiva passa por um trabalho de readequação feito pelo jornalista para tornar a mensagem formatada e, só depois, ser transmitida em um noticiário de televisão. Além disso, essa adequação da mensagem também recebe a interpretação definida pelos profissionais da redação, discutida previamente nas reuniões de pauta. Desse modo, pode-se considerar que foi agregado valor à informação recebida.

As etapas de produção de notícias em uma redação de TV relacionadas às ações comunicativas discutidas por Araújo estão ilustradas na Figura 6.

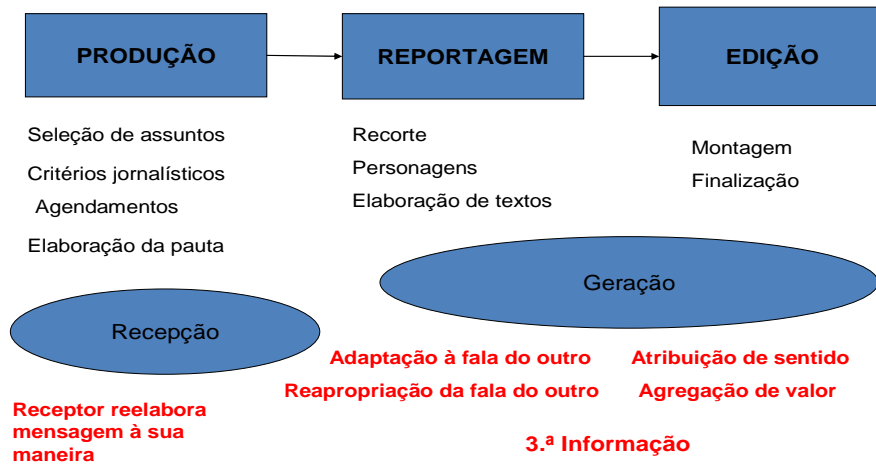


Figura 6 – Fluxo de informação em ua redação de TV

Em relação à transferência, é possível dizer, que as redações de televisão dificilmente cumprem essa etapa completamente. As informações divulgadas nos noticiários normalmente seguem os critérios subjetivos dos repórteres e editores. Estes, por sua vez, dificilmente ouvem os telespectadores para saber seus anseios e expectativas em relação às notícias divulgadas. Há, nesse caso, apenas a simples disseminação de informações, num fluxo único do emissor ao receptor (Figura 7).

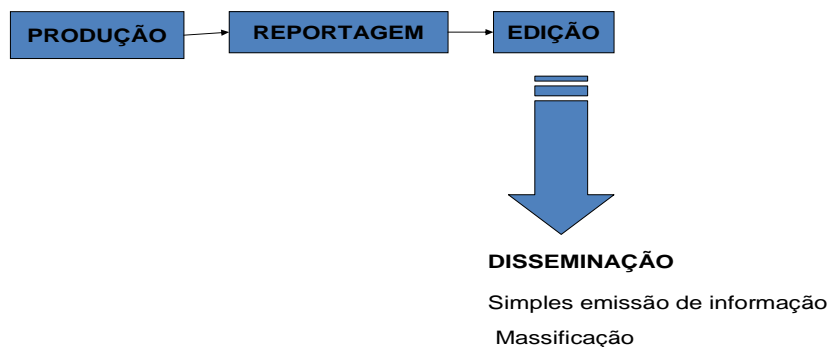


Figura 7 – Disseminação de informação, sem transferência.

A transferência, de acordo com o estudo de Araújo (1999), é o conjunto de operações envolvidas na transmissão de informação, desde sua geração até sua utilização. Mas para que esta etapa possa ser considerada completa é necessária a criação de um contexto comunicativo no qual estejam presentes de forma igualitária produtores e usuários da informação, uma relação horizontal em que existe um levantamento de expectativas. Só assim, a transferência de informação poderá ser caracterizada como prática de socialização, a partir de um contexto participativo-comunicacional (Figura 8).

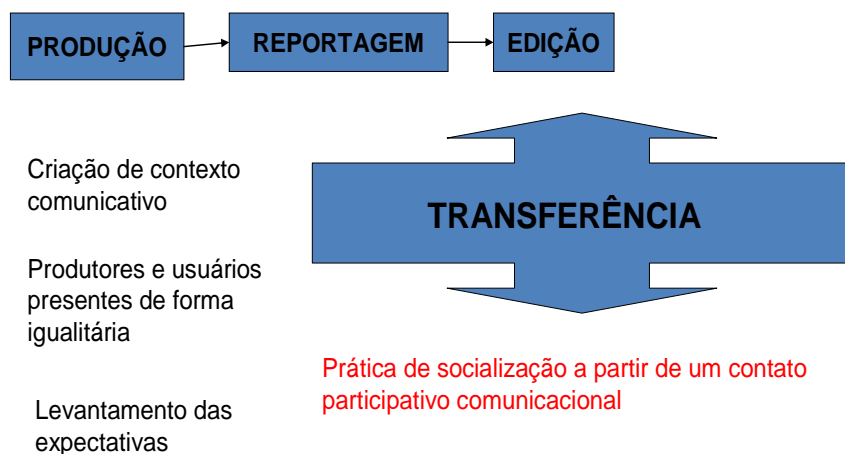


Figura 8 – Processo em que há transferência de informação

Considerações finais

O valor da informação para quem produz e para quem consome tem validades diferentes. A comunicação acontece quando a informação é compartilhada, acessada pelo receptor e é selecionada. Para gerenciar as informações deve-se primeiramente verificar as necessidades dos receptores, selecionar as informações que realmente são relevantes (filtrar). Para que a informação se transforme em conhecimento é necessário que aconteça uma reformulação da mensagem quando esta chega ao receptor. A

mensagem por si só, quando é transmitida, não se transforma em conhecimento. É preciso que o receptor construa algo a partir dela para torná-la significativa. Portanto, a informação só é validada pelo uso, deve ser compartilhada e não estocada. A importância da gestão do conhecimento é assegurar que as pessoas certas tenham o conhecimento certo no momento certo.

Entre os fatores que limitam o desenvolvimento das competências em informação está a utilização incorreta desta. Por exemplo, ao se desconsiderar a autoria da informação, a intenção da fonte ao veiculá-la, o meio ou suporte utilizado e até mesmo atualizações necessárias. Uma informação divulgada na internet sem identificação do autor pode ser transformada sucessivamente, com reapropriações e transferências que podem desvirtuar seu sentido original.

A implantação da televisão digital traz consigo possibilidade do desenvolvimento de interatividade, ou seja, de mecanismos em que o receptor possa vir a ter maior participação no processo televisivo. Tomadas as análises descritas neste trabalho, é de se inferir que essa tecnologia inovadora tem potencial para ser utilizada no aprimoramento das práticas noticiosas nas televisões. Isso porque, a partir da interatividade, supõe-se que o usuário poderá emitir opiniões sobre a programação mais diretamente e, quiçá, participar do processo produtivo das notícias. Assim, cabe aos pesquisadores dessa área encontrar dispositivos que permitam essa relação que possam transformar essa etapa da transferência de informações em uma prática realmente “social”, que seja positiva na construção do sentido e que contribua na formação de cidadãos críticos.

Outro fator complicador é a disponibilidade da informação. Nem todos os cidadãos têm acesso igual à informação, seja por não dominarem as tecnologias para acessá-la, seja por sua condição social e financeira ou até mesmo por não terem recebido uma formação que os dê a condição de pesquisar, ler, entender e agir ao receber uma informação. Daí a necessidade de uma mudança na política educacional que contemple a educação para as mídias e a competência em informação.

Referências

ARAÚJO, Eliany Alvarenga de. **Informação, sociedade e cidadania: gestão da informação no contexto de organizações não-governamentais (ONGs) brasileiras.** Revista Ciência da Informação. Vol. 28. n. 2. Maio/Agosto de 1999.

BARBEIRO, H.; LIMA, P. R. **Manual de Telejornalismo: os segredos da notícia na TV.** 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette. **Comunicação digital: educação, tecnologia e novos comportamentos.** São Paulo: Paulinas, 2008.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. **A questão da informação.** Revista São Paulo em Perspeciva – Fundação Seade. Vol. 8. n. 4. 1999. Disponível em < http://www.seade.gov.br/produtos/spp/v08n04/v08n04_01.pdf > Acesso: 08 de junho de 2010.

BELTRÃO, Luiz. **Teoria Geral da Comunicação.** 3.ed. Brasília: Thesaurus, 1982. Coleção Curso de Comunicação 2.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede - A era da informática: economia, sociedade e cultural.** Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1999.

_____. **A galáxia da Internet – Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

MOREIRA, Adriana. **O papel da Intranet na criação do conhecimento organizacional.** Artigo publicado pela Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2006. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/moreira-adriana-papel-intranet-criacao-conhecimento-organizacional.pdf>. Acesso: 12 de junho de 2010. ISSN: 1646-3137.

SILVA, R.V.; NEVES, A. **Gestão de Empresas na Era do Conhecimento.** São Paulo: Serinews, 2004.

SOUZA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e da Mídia.** Florianópolis - SC: Letras Contemporâneas Oficina Editorial Ltda., 2004.