

Edição v. 38
número 3 / 2019

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), 38 (3)
dez/2019-mar/2020

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

TELEJORNALISMO NA ERA DA CONVERGÊNCIA: A PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO PELO *WHATSAPP* NO “BOM DIA MS” DE CAMPO GRANDE, MS

TELEJOURNALISM IN THE AGE OF CONVERGENCE: THE PARTICIPATION BY THE PUBLIC BY *WHATSAPP* IN THE “BOM DIA MS” IN CAMPO GRANDE, MS

TAÍS MARINA TELLAROLI

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS). Campo Grande, MS, Brasil. E-mail: taistella@hotmail.com. ORCID: 0000-0002-6234-4904.

ANA CAROLINA LIMA

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS). Campo Grande, MS, Brasil. E-mail: anacarol_lima@hotmail.com. ORCID: 0000-0001-9560-5042.

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

TELLAROLI, Taís; LIMA, Ana Carolina. TELEJORNALISMO NA ERA DA CONVERGÊNCIA: A PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO PELO *WHATSAPP* NO “BOM DIA MS” DE CAMPO GRANDE, MS. *Contracampo*, Niterói, v. 38, n.3, p. 80-93, dez. 2019/mar. 2020.

Enviado em 17/1/2019 /Revisor A: 28/1/2019; Revisor B: 7/3/2019; Revisor A: 2/4/2019; Aceito em 23/4/2019.

DOI – <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v38i3.27633>

Resumo

Este trabalho tem como objetivo pesquisar a participação do público a partir do uso do aplicativo WhatsApp no telejornal da afiliada da Rede Globo, Bom Dia MS de Campo Grande, MS. Utilizou-se como metodologia a Análise de conteúdo para compreender como este aplicativo tem sido usado como ferramenta para o jornalismo participativo em uma dimensão regional e local. Foram analisados 43 programas de 1h20 cada, e realizadas entrevistas abertas presenciais com os apresentadores do telejornal. Discute-se no estudo o uso de tecnologias digitais móveis no jornalismo e a participação do público neste cenário.

Palavras-chave

Jornalismo participativo; WhatsApp; Telejornalismo.

Abstract

This work aims to search for participation by the public from the use of the WhatsApp in the telejournal of Rede Globo affiliate, Bom Dia MS in Campo Grande, MS. Content analysis was used as a methodology to understand how this application has been used as a tool for participative journalism in a regional and local dimension. A total of 43 programs of 1h20 each were analyzed, and open face-to-face interviews were conducted with the TV news presenters. The study discusses the use of mobile digital technologies in journalism and public participation in this scenario.

Keywords

Participative journalism; WhatsApp; Telejournalism.

Jornalismo Participativo

O fenômeno do jornalismo participativo sempre se fez presente de forma limitada nos meios tradicionais de comunicação social. A seção "cartas do leitor" no impresso, por exemplo, sempre se mostrou como um espaço para manifestações do público. Cartas, e-mail e telefonemas configuraram-se como meios de participação do público na televisão e no rádio. No entanto, o jornalismo participativo ganhou novos contornos graças às facilidades do acesso às ferramentas digitais móveis disponibilizadas na sociedade em rede.

A partir do advento da internet e da propagação em massa dos dispositivos digitais móveis como *tablets* e *smartphones*, os *media* passaram a dar mais valor a esses canais, pois a audiência encontrou nesse espaço uma oportunidade de participar mais ativamente de um veículo de comunicação social.

Médola e Grzesiuk (2010) afirmam que o surgimento de diversas tecnologias favoreceu a ampliação da interatividade e facilitou o processo de geração de conteúdo, como câmeras fotográficas digitais e telefones celulares. De acordo com as autoras, graças às ferramentas de produção e distribuição de informações presentes na web, as pessoas tornaram-se capazes de atuar como emissoras de informações. Essa prática passou a ser utilizada na atividade jornalística, principalmente nas rotinas produtivas.

O conceito de jornalismo participativo refere-se à atividade "pelo qual o cidadão ou grupo de cidadãos desempenha um papel no processo de reunião, análise e disseminação de notícias e informação" (CORREIA, 2010, p.88). Aroso (2013) explica que apesar das diferenças que existem entre os termos usados para este formato, como *jornalismo cidadão*, *jornalismo colaborativo*, *jornalismo open-source*¹, *wiki-jornalismo*², *jornalismo-cívico* e *jornalismo público*, todos têm um traço em comum que é o papel de participação, compartilhamento e colaboração no processo de construção da notícia. Para a autora, apesar das múltiplas formas de participação, só podemos falar em jornalismo participativo quando existir efetivamente jornalistas e cidadãos que participem da produção, da construção e transmissão de informações.

Aroso (2013) elenca algumas potencialidades que são distribuídas no jornalismo participativo:

Fuga aos ditames das agendas políticas e dos *media*; antídoto para os *media* controlados, concentrado e dominados por elites; visão diferente e mais completa dos acontecimentos; aproximação entre os *media* e os seus públicos; aumento da confiança da comunidade nos *media* (AROSO, 2013, p.4).

Já Correia (2010) observa outras potencialidades do jornalismo participativo. Para o autor, esse tipo de jornalismo permite o acesso de muitas pessoas na produção e divulgação pública de mensagens, além de ser menos dependente de dilemas éticos que são colocados nos veículos de comunicação tradicionais. O jornalismo participativo permite ainda a cobertura de notícias que os *media* tradicionais não acham rentáveis e as discussões mais substanciais dos acontecimentos de uma forma que os *media* clássicos jamais poderiam permitir.

Na cultura de convergência, onde velhas e novas mídias se colidem, Jenkins (2009) observa que mídias corporativas reconheceram o valor da participação da audiência e garantiram a ela mais espaço e poder para opinarem, colaborarem e até alterarem as rotinas de produção de conteúdo. Para o autor, a lógica da convergência de mídias altera por completo o fluxo midiático, "desde a produção da indústria midiática até a maneira de como os consumidores processam a notícia e o entretenimento" (JENKINS,

¹ "O jornalismo código-aberto surgiu como forma de definir um estilo próprio para o jornalismo praticado em wiki, que permite a alteração do conteúdo de uma página por qualquer internauta" (AMORIM, 2009, p.4).

² "Sites wiki são aqueles que permitem alterar, apagar, reescrever ou adicionar conteúdo sem a necessidade de muitos conhecimentos técnicos. O modelo mais conhecido é a Wikipedia, a enciclopédia virtual que nasceu em 2001, e caracteriza-se por ser escrita e atualizada pelos usuários" (Idem).

2009, p. 43). Na visão de Bueno (2011), essa é uma forma mais positiva da organização coletiva e menos negativa do poder das mídias. Para a autora, na cultura de convergência de mídias, as pessoas tendem a ter mais poder coletivo de barganha se formarem comunidades de consumo de informações.

Na televisão, o jornalismo participativo pode ser percebido pela ampla manifestação do público por meio das redes sociais. De acordo com Aroso (2013), as redes sociais são hoje ferramentas de jornalismo participativo, pois postulam a interligação entre os meios de comunicação tradicionais e os meios sociais. Jenkins (2009) atentou para o fato de as grandes mídias utilizarem o poder das redes sociais para a participação da audiência.

Cajazeira (2015) observa que por ser um novo canal de distribuição, circulação e compartilhamento de conteúdo informacional, a internet ambientada pelas redes sociais, altera toda lógica de produção dos grandes meios de comunicação, fomentando o jornalismo participativo. O jornalismo de televisão, por exemplo, absorveu essas novas ferramentas digitais para aprimorar e adotar dinâmicas de convergência de conteúdo e garantir o papel ativo do público.

O que podemos compreender é que as novas possibilidades de interação trazem uma legitimação do discurso televisivo. As emissoras de TV necessitam, por questões mercadológicas, ampliar os canais de comunicação com o público e o fazem pelo incentivo à participação e colaboração em novas interfaces em plataformas digitais. Nesses espaços, há o estímulo ao envio de críticas, sugestões e comentários sobre os seus programas noticiosos ou de entretenimento. O público, ao participar desse espaço e dividir com outros os conteúdos que visualiza na interface, reforça os laços sociais com outros públicos e com o próprio telejornal (CAJAZEIRAS, 2015, p. 9).

O jornalismo participativo proporcionou também o aparecimento da figura dos colaboradores de notícias – pessoas comuns que utilizam desses meios sociais para contribuírem com sugestões de pauta e até mesmo opinar na produção de um telejornal. As rotinas de produção estabelecem critérios quanto à seleção e escolha do que pode ser considerado um fato jornalístico. Diariamente, redações de várias empresas de comunicação recebem um grande volume de informações e sugestões de pauta. Cabe aos jornalistas selecionarem esses fatos e transformá-los em notícia. Um fato só se torna notícia dependendo do valor e dos critérios de noticiabilidade atribuídos a ele. Shoemaker (2011) explica que noticiabilidade nada mais é que um julgamento feito pelos seres humanos, e que essa ideia está relacionada com dimensões do desvio e da significância social de um acontecimento.

No entanto, essa participação ativa do público trouxe algumas preocupações ao jornalismo, suscitando discussões sobre credibilidade e qualidade das informações enviadas. Figueiredo e Saudino (2015) questionam a garantia da veracidade dos fatos de informações enviadas por colaboradores de notícia: “Quem garante a veracidade dos fatos? O jornalista confere ou apenas seleciona o conteúdo? Com a rapidez e dinâmica em que os fatos acontecem, é possível selecionar, verificar e editar todo material colaborativo?” (FIGUEIREDO e SAUDINO, 2015, p. 7).

Porém, na visão da Aroso (2013), essas questões em vez de problemas seriam, na verdade, desafios impostos às práticas jornalísticas, visto que o número de usuários nas redes sociais tem aumentado significativamente nos últimos anos e o relacionamento deles com os grandes veículos de mídia tem se estreitado a um ponto de torná-los fieis a estes meios.

Canavilhas (2011) esclarece que as redes sociais facilitam a troca de informações na forma como os usuários se relacionam com os meios de comunicação, fortalecendo vínculos:

Esta abordagem melhora a transformação do público nas comunidades, uma situação que tende a gerar fidelidade do consumidor para o desenvolvimento de sentimentos de pertencimento a uma comunidade (CANAVILHAS, 2011, p. 119, tradução nossa)³.

³ Versão original: “Este enfoque mejora la transformación de las audiencias em las comunidades, situación que tiende a generarlealtad de los consumidores por eldesarrollo de sentimientos de pertenencia a una comunidad” (CANAVILHAS, 2011, p. 119).

Targino (2009, p. 59) defende que o jornalismo participativo é um recurso de assegurar e consolidar a democracia: “isso confirma a proposição popular: de que quando os meios não chegam, chegam os cidadãos às trincheiras da divulgação dos fatos e dos acontecimentos, em sua versão mais genuína, como vem acontecendo em democracias e até em regimes totalitários”. A autora ainda salienta que o jornalismo participativo ou cidadão não irá substituir a mídia convencional nem o *webjornalismo*. Da mesma forma que o cidadão não substituirá o jornalista.

A pesquisadora Sílvia Moretzsohn (2014) propõe uma discussão acerca do “mito” do jornalismo cidadão, pois para a autora pode haver um equívoco no que se chama de jornalismo cidadão ou jornalismo participativo:

Se todos nós pudéssemos assumir o papel de jornalistas, o próprio jornalismo seria “naturalizado” ou dissolvido entre nossos afazeres diários. Entretanto, se imaginarmos que esse novo cenário permite transformar a todos nós, potencialmente, em fontes, poderemos verificar que o jornalismo se tornou, de fato, mais complexo. Conseqüentemente, passa a haver uma demanda por critérios mais rigorosos para a seleção de notícias. O que, em contrapartida, contradiz a lógica do jornalismo em “tempo real” (MORETZSOHN, 2014, p. 1).

Dessa maneira, entende-se que as novas tecnologias digitais móveis proporcionaram aos cidadãos um entendimento de que eles, além de atores participativos, podem ser repórteres que colaboram, mesmo sem nenhuma instrução técnica jornalística, para elaboração de notícias. De certa forma as novas tecnologias deram para esse cidadão um “falso” poder de alterar a lógica estrutural da construção da notícia. Esse é o debate que Sílvia Moretzsohn propõe: o jornalismo participativo é um mito da tecnologia redentora?

O jornalismo participativo pressupõe uma série de questões deontológicas e éticas. Apesar de alguns teóricos, como Moretzsohn (2014), afirmarem que a participação das pessoas no jornalismo fragiliza a credibilidade das informações, por outro lado, essa prática tem se tornado cada vez mais recorrente nas empresas de comunicação, pois em redações cada vez menores, os jornalistas acabam por utilizar informações de colaboradores de notícias que, munidos de *smartphones* ou de outras tecnologias digitais, transformam-se em aliados dos jornalistas e repórteres em busca de pautas.

Metodologia

A presente pesquisa teve como objetivo analisar como o telejornal Bom Dia MS utiliza o *WhatsApp* para interagir com o público. Para isso, utilizou-se a metodologia de Análise de Conteúdo, que consiste, segundo Herscovitz (2007, p. 123), em um método que pode ser utilizado para detectar tendências e análise de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e agendamentos.

A análise de conteúdo consiste em um método de pesquisa que recolhe e analisa textos, sons, símbolos e imagens impressas, gravadas ou veiculadas em forma eletrônica ou digital encontrados na mídia a partir de uma amostra aleatória ou não dos objetos estudados com objetivo de fazer inferências sobre os seus conteúdos e formatos, enquadrando-os em categorias previamente testadas, mutuamente exclusivas e passíveis de replicação (HERSCOVITZ, 2007, p. 126).

Para esta pesquisa foram gravados e catalogados os programas exibidos nos períodos de junho a julho e outubro a novembro de 2016; fevereiro a março e junho de 2017. Diariamente os apresentadores do telejornal convidam os telespectadores a participarem do programa pelo envio de fotos, vídeos e sugestões de pauta pelo número (67) 99804-4400. O telejornal é o primeiro programa jornalístico da emissora, apresentado às 5h30 da manhã com duração média de 1h20 e encerra-se às 6h30, observando o tempo reservado aos intervalos do mesmo.

Ao todo foram gravados 88 programas, o que configurou um grande volume de informações, pois cada programa tem uma duração média de 1h20, o que totalizou um arquivo com mais de 117 horas. Por opção metodológica, ficou definido que seriam analisados somente dois períodos: o primeiro, que corresponde ao mês em que o telejornal passou a fazer uso pela primeira vez do aplicativo, como forma de interação com o público – de 28/06/2016 a 29/07/2016 e o segundo período que equivale a um ano depois de utilização do aplicativo móvel – 01/06/2017 a 30/06/2017.

Ao todo foram analisados 43 programas, sendo 22 do primeiro período que vai de 28/06/2016 (data em que se inicia o uso do aplicativo no telejornal) a 29/07/2016. O segundo período analisado, corresponde um ano após a primeira utilização do *WhatsApp* no telejornal Bom Dia MS, o que totalizam 21 programas do período 01/06/2017 a 30/06/2017. Não achei a divergência, pois no parágrafo de cima estamos mostrando todo o material que foi coletado, junho a julho e outubro a novembro de 2016, exclui a parte “ou seja... destinado a eles” para não confundir o leitor.

Ainda como parte da metodologia, foram utilizadas entrevistas abertas presenciais que foram gravadas com auxílio de um gravador de áudio portátil com os apresentadores do telejornal Ginez Cesar, Maureen Matiello e Evelyn Souza.

As entrevistas foram feitas nas residências das fontes e foram imprescindíveis para a compreensão dos dados, de forma que foi possível partir para a fase de análise proposta por Bardin (2009): o tratamento dos resultados e as interpretações.

Análise contextual do *whatsapp* no Bom Dia MS

Ao se propor a Análise de Conteúdo sobre o uso do aplicativo *WhatsApp* pelo telejornal Bom Dia MS, esta pesquisa pôde compreender como esse aplicativo tem sido usado como ferramenta para o jornalismo participativo em uma dimensão regional e local.

A rede mundial de computadores deu ao receptor o poder de interagir mais ativamente no processo de comunicação, que antes o limitava em uma audiência mais passiva. “Na verdade, a Internet praticamente impede o papel passivo do leitor ou receptor, já que o obriga a debater, refutar ou contradizer determinada informação, notícia ou declaração” (CORREIA e AROSO, 2007, p.5). Dessa forma, a internet possibilitou ao receptor de notícias ter respostas imediatas, e não mais morosas e passivas como nas seções de “Direito de Resposta” e “Cartas do Leitor” do jornalismo impresso.

No Bom Dia MS, por exemplo, a resposta às mensagens enviadas pelos telespectadores, na maioria das vezes, era imediata, ainda que nem todas as mensagens fossem lidas durante a exibição do telejornal. Todas as mensagens, de acordo com a jornalista Evelyn Souza (2018), são respondidas. Em entrevista a esta pesquisa, a jornalista corroborou com uma informação do apresentador Ginez César (2018) de que por dia chegam no *WhatsApp* do telejornal uma média de 500 mensagens. No dia 28/06/2016, data em que se iniciou o uso do aplicativo, o jornalista Ginez César afirmou que foram mais de mil mensagens enviadas por telespectadores.

César (2018) conta que a decisão de usar o aplicativo foi estudada por toda equipe que compõe o telejornal: editores, jornalistas, chefe de redação e direção. No começo tiveram algumas ressalvas, pois a tentativa de utilizar um aplicativo com interatividade com o telespectador já tinha sido feita com o Bem na Hora⁴, mas, segundo o apresentador, essa ferramenta limitava a participação das pessoas, já que os telespectadores tinham que fazer um pré-cadastro, informando que as mensagens e fotos eram verídicas e que eram de inteira responsabilidade de quem enviava.

Dessa forma surgiu a primeira preocupação entre os diretores do telejornal: o critério de

⁴ Em abril de 2014, a TV Morena lançou seu primeiro aplicativo móvel: o Bem na Hora, com a intenção de fazer os telespectadores participarem através do envio de fotos, vídeos e sugestões de pauta. A aplicativo podia ser instalado sem custo nos *smartphones*.

credibilidade. Isso justifica o fato de terem demorado para fazer uso do WhatsApp. Em 2016, telejornais de outras emissoras do Estado de Mato Grosso do Sul, como, por exemplo, a TV MS Record e a TV Campo Grande, já utilizavam o *WhatsApp* como ferramenta de participação do público.

A gente viu que não dava para deixar de interagir com as pessoas; a participação, a interatividade, não tinha como ignorar isso. O jornalismo vem se transformando de acordo com a evolução tecnológica. Tínhamos inicialmente o Bem na Hora, que funcionou muito bem [...] mas tinha umas limitações, tinha que se fazer o pré-cadastro, autorizando o uso da imagem. Qual era o receio da televisão? A origem da informação. Por exemplo, eu envio uma foto: essa foto ou é uma montagem ou uma coisa inverídica? Essa era uma preocupação e não uma resistência (CÉSAR, 2018, s.p).

A credibilidade, um dos pilares do jornalismo, há muito tempo vem sendo debatida por pesquisadores da área de comunicação quando o assunto é a participação do receptor na construção da notícia. O compromisso com a verdade das informações sempre foi um ponto sensível ao cotidiano dos jornalistas e do jornalismo. Brambilla (2008) afirma que o uso das redes sociais no jornalismo coloca algumas vezes em xeque a credibilidade das informações disponibilizadas pelos receptores, fazendo com que implicações éticas sejam reconsideradas na construção da notícia por meio do uso de ferramentas colaborativas.

Após decidirem pelo uso do WhatsApp no Bom Dia MS, a direção da TV Morena propôs que fosse utilizado de início no Bom Dia MS, pois segundo César (2018, s.p) sempre foi considerado piloto⁵ para os outros telejornais da rede: "O que é um grande piloto? É um jornal que você tem tempo para entrevista, tempo para quadros, tempo para fazer um mapa de tempo diferente. Por que? Porque o Bom dia tem uma hora e meia de duração, então sempre foi um grande laboratório pra gente".

Assim que começaram a utilizar o WhatsApp no telejornal, os apresentadores afirmaram que não sabiam ao certo como seria a reação dos telespectadores. A primeira dúvida que surgiu foi se eles receberiam mensagens, já que se trata de um programa que se inicia às 5 horas da manhã.

A forma de convite para interagir também foi conduzida pela espontaneidade. César (2018) esclarece que pedir para que as pessoas enviassem fotos ou vídeos de suas cidades foi uma maneira de fazer com que o telejornalismo da TV Morena chegasse em locais que não têm equipes da emissora. Ele cita o caso de um telespectador de Paranaíba que todos os dias enviava fotos ou mensagens de texto mostrando como estava o tempo na cidade.

As fotos de amanheceres, de paisagens e animais denotam critérios regionais retratados pelos telespectadores. Mato Grosso do Sul é um Estado onde a fauna e flora estão presentes no cotidiano das pessoas. Moradores dos municípios mais próximos do Pantanal constantemente enviam fotos para o telejornal mostrando as belezas deste bioma. Moradores de Campo Grande fazem o mesmo com fotos dos animais silvestres que convivem nos ambientes urbanos. Fotos de capivaras, araras-vermelhas e quatis fazem parte do acervo de fotos enviadas pelos telespectadores. Esse tipo de mensagem contribuiu para a criação do "momento fofura", quadro apresentado na editoria da previsão do tempo pela jornalista Evelyn Souza.

Souza (2018, s.p) percebeu que as pessoas gostavam de ter esse tipo de participação e cobravam quando as fotos, as mensagens e até os nomes delas não eram citados no telejornal e conta que, com o uso do WhatsApp, o Quadro da previsão do tempo ficou mais interativo também. De fato, a pesquisa apontou que o número de participações na previsão do tempo aumentou significativamente.

A Maureen tinha uma participação muito importante, pois na hora de chamar o quadro da Previsão do Tempo, ela tinha uma abordagem diferente e mais descontraída, ela pegava uma imagem dos telespectadores, mostrava o tempo da cidade e já me fazia uma pergunta: "dona Maria lá de Sidrolândia tá falando que o tempo tá fechado por lá e aí Evelyn?". Então a partir da interatividade do *WhatsApp* o quadro ficou mais interativo também (SOUZA, 2018, s.p.).

⁵ O mesmo que teste, ensaio geral do que vai ser colocado no ar (Araújo e Souza, 2007).

Outro ponto discutido na pesquisa foi a seleção das mensagens de texto, fotos, vídeos e sugestões de pauta. Os jornalistas entrevistados nesta pesquisa afirmaram que todas as seleções partiam de quem apresentava o jornal. O aplicativo *WhatsApp* funcionava em dois aparelhos: um *tablet* e um *smartphone* que eram revezados pelos apresentadores. Sobre a questão do editor-chefe não ter acesso às mensagens recebidas, Souza (2018) esclarece que os aparelhos não podiam sair do estúdio para não perder o sinal do *wifi* que impossibilitava o uso dos aparelhos pelo editor-chefe, já que este monitora o programa de outro ponto da emissora.

A seleção das fotos e vídeos obedecem critérios de visibilidade como posição das imagens na horizontal, imagens com foco e claras. Dessa forma, os apresentadores conseguem selecionar as melhores imagens para serem exibidas no televisor.

Quanto às mensagens de texto em forma de opinião ou perguntas, os apresentadores afirmaram que como o jornal era ao vivo e as mensagens instantâneas, ler todas era impossível durante o tempo em que o telejornal estava no ar, já que o imediatismo e o tempo andam lado a lado no telejornal. Os quadros específicos em que se convidavam os telespectadores para participar eram bastante trabalhoso, de acordo com Souza (2018), pois o apresentador tinha que interagir com o especialista, fazer as perguntas que estavam na pauta, cuidar do tempo e ainda selecionar as mensagens que chegavam – e há de se lembrar que os apresentadores fazem isso em um programa ao vivo. Isso explica o fato de que, dentro de uma perspectiva média de 500 mensagens por dia, apenas 6 a 10 mensagens de texto são lidas nos quadros do telejornal.

No Bom Dia MS a participação das pessoas se deu de modo colaborativo, pois segundo Souza (2018, s.p.) o recurso do aplicativo *WhatsApp* possibilitou à produção saber informações e ter imagens de cidades e regiões que não contam com equipes da TV Morena.

Ainda que no Bom Dia MS a participação seja, na sua grande maioria, pelo envio de fotos, vídeos e mensagens de texto sobre como vai ficar o tempo em determinadas cidades, há que se afirmar que o *WhatsApp* proporciona, de fato, o jornalismo participativo entre os telespectadores do telejornal. Pois, assim como citaram os apresentadores, todo material enviado por meio do aplicativo, pode não gerar pauta para o Bom Dia MS, mas entra num cadastro que é utilizado em outros telejornais da rede.

Mas o que explica o fato de assuntos relacionando à saúde, comportamento e previsão do tempo terem mais espaço e participações no telejornal Bom Dia MS? Para a jornalista e apresentadora Maureen Mattiello (2018), esses quadros são os que mais comportam a participação do público por causa do interesse das pessoas em mostrarem o tempo na região em que moram, em despertarem para assuntos que vão modificar a vida delas naquele dia, como saúde, trânsito, o tempo. A apresentadora afirma que eles recebiam, sim, mensagens em editorias como política e economia, mas ela reconhece que a participação das pessoas é maior nos quadros de previsão do tempo, saúde e comportamento, porque as pessoas encontram nessas editorias informações mais leves: “A gente tá começando o dia e o que a gente quer saber? Como é que está começando o tempo, como é que está o trânsito, você está preparando o seu dia. Então as pessoas interagem bastante com isso” (MATTIELLO, 2018, s.p.).

A análise mostrou que durante a exibição dos quadros específicos, a participação das pessoas era maior do que diante de outros segmentos do programa. Porém, esse volume de participação não era o mesmo que nos quadros de política, economia, agronegócio e esportes. César (2018) afirma que havia uma modesta participação do público nessas editorias, em contrapartida o interesse ficava maior quando se discutia assuntos considerados “leves” para o cotidiano das pessoas.

No quadro de política, por exemplo, César (2018, s.p.) declara que as participações eram na maioria das vezes opiniões com teor agressivo, principalmente quando alguma personalidade política era entrevistada no estúdio: governador, deputados, prefeito e vereadores. De acordo com César (2018), as pessoas tinham uma tendência para declarações partidárias, algumas vezes, segundo o jornalista, as mensagens tinham conteúdo ofensivo. Diante desses casos, os apresentadores optavam por não colocar a participação do público no quadro de política.

Por mais que os jornalistas entrevistados tenham afirmado que havia, sim, muitas participações em editorias como política, economia, esportes e agronegócio, esta pesquisa sinalizou para o seguinte questionamento: porque o telejornal não exibe essas participações, já que elas são constantemente enviadas?

Vamos retirar para não ficar repetido. O que se percebeu é que o telejornal não perdeu a sua característica de programa jornalístico. Aliás, sobre o tipo de participação, todos os apresentadores foram contundentes em afirmar que essa forma de participação torna o jornal mais leve, e as pessoas reagem a isso de maneira carismática: "É isso: a gente tá começando o dia juntos. Vamos fazer o jornal juntos? É muito gostoso ver como as pessoas participam mandando foto de café da manhã, mandando foto de animais no trânsito" (MATTIELLO, 2018, s.p.).

A apresentadora ainda afirma que a direção do telejornal já foi criticada pelo fato de resumir a participação dos telespectadores através de mensagens "banais". Mas ela afirma que a participação não se resume a isso. Na visão da apresentadora, há muitas sugestões de pauta que, por mais que não sejam utilizadas no Bom Dia MS, são repassadas para os outros telejornais da emissora.

A análise mostra também que as pessoas têm um jeito peculiar de participar de um telejornal que se inicia às 5 horas da manhã. Ter o próprio nome e a cidade falados pelo apresentador ou, ainda, receber mensagens de abraços e beijos, é uma forma, segundo Souza (2018), de os telespectadores serem diariamente lembrados:

Nós percebemos que esse telespectador gosta de participar do telejornal desse jeito. Eu acho que por ser o primeiro meio de informação do dia que a pessoa vai ver, ele não vai querer se encher de informações pesadas como desemprego, conflitos, tragédias. Ainda que mostremos esse tipo de pauta, o telespectador do Bom Dia gosta de ver pautas leves no programa. E mais, ele gosta de se ver no programa nem que seja apenas seu nome sendo citado por um de nós (SOUZA, 2018, s.p).

Souza (2018) afirma ainda que o *WhatsApp* proporcionou um relacionamento mais próximo com alguns telespectadores, que constantemente enviam mensagens pedindo para serem lembrados, seja com uma mensagem de bom dia, seja mostrando a foto enviada ou até mesmo respondendo as perguntas sobre a previsão do tempo.

O telespectador do Bom Dia MS é um usuário ativo que reage às manifestações do telejornal. Ainda que sua participação seja limitada em envio de imagens e mensagens de cumprimento de bom dia, pôde-se perceber que este telespectador contribui para o telejornal de forma espontânea, principalmente quando se trata de assuntos que geram afinidades e simpatia neste receptor.

Um exemplo disso, foi no dia 29/06/2017, em que a jornalista Évelyn Souza elaborou um concurso da melhor foto que ilustrasse um ipê no estado. Na ocasião, a apresentadora do quadro da previsão do tempo solicitou que fossem enviados vídeos e fotos de ipês espalhados pela cidade, já que a estação do período analisado favorecia o florescimento da árvore. No dia seguinte, 30/06/2017, foram exibidas 11 fotos de ipês tiradas pelos telespectadores.

Dessa maneira, observou-se que, por mais que a forma de sugestão de pauta tenha apresentado um resultado incipiente, pois imaginava-se no começo da pesquisa que essa forma de interação teria um significativo número, a participação das pessoas por meio do uso do *WhatsApp* ganhou outros contornos.

A partir das características da televisão aberta traçadas por Paternostro (1999), a presente pesquisa contextualizou cada característica com os dados analisados do Bom Dia MS, e chegou-se a seguinte interpretação: no que tange à característica da informação visual, observou-se que o uso de imagens enviadas pelos telespectadores, sejam fotos ou vídeos, aumentou significativamente do período de junho-julho de 2016 para junho de 2017. A exibição dessas imagens enviadas pelos telespectadores também ganhou mais espaço como consequência do volume de imagens que o telejornal recebe diariamente. Na visão de Paternostro (1999) a imagem é o signo mais acessível à compreensão humana:

“A TV mostra e o telespectador vê: ele entende, se informa e amplia o conhecimento” (PATERNOSTRO, 1999, p. 75).

A característica do imediatismo foi ampliada com o uso do *WhatsApp* na produção do Bom Dia MS, pois as mensagens dos telespectadores chegam no momento em que o jornal está ao vivo, o que contribui para uma mudança na rotina de produção e apresentação do telejornal, já que os apresentadores precisam, além de apresentar o que está no espelho da edição, mostrar informações adicionais que chegam com as mensagens enviadas pelos telespectadores. Percebe-se que o trabalho aumenta, pois são os próprios apresentadores que recebem, selecionam e exibem essas mensagens durante o telejornal.

A característica da instantaneidade em um telejornal passou a ser repensada com o uso de novas tecnologias, pois o conceito de que a mensagem não pode ser revista na televisão, ganhou novas possibilidades com o advento da internet. As notícias do Bom Dia MS, por exemplo, podem ser revistas no site da emissora.

No que tange ao alcance, sendo Bom Dia MS o primeiro telejornal local, ele tem o objetivo de levar as principais notícias do estado, antecipando fatos importantes do dia. Seu alcance abrange todos os municípios de Mato Grosso do Sul. De acordo com o Atlas de Cobertura da Rede Globo⁶, a TV Morena alcança todos os níveis sociais, alcançando em sua maioria a classe C. Não foi possível mensurar se houve alguma mudança na característica alcance com o uso do *WhatsApp* no Bom Dia MS.

Quando Paternostro (1999) aborda a característica do envolvimento na televisão, a autora afirma que “a TV exerce um fascínio porque transporta o telespectador para dentro de suas histórias”. Com o uso do *WhatsApp* no Bom Dia MS, as formas de participações enviadas, contendo fotos pessoais, vídeos e mensagens de texto, mostram uma nova maneira de envolvimento do público com o telejornal. O aumento crescente dessas formas de participação, denota que as pessoas estão participando e se envolvendo com a elaboração do telejornal. Quando um telespectador envia foto do seu café da manhã ou do calor que está fazendo na cidade em que mora, fica claro que o envolvimento vai além de contar histórias: o simples fato de ter uma pequena participação no telejornal ao vivo pressupõe que o telespectador se interessa por esse tipo de envolvimento.

César (2018) afirma que existem telespectadores que já são conhecidos pelos jornalistas da redação do telejornal, e que permitem um relacionamento mais próximo, pois em alguns momentos os profissionais ligam para esses telespectadores pedindo informações das cidades em que moram. Portanto, percebe-se que o uso do *WhatsApp* no Bom Dia MS modificou o envolvimento entre os telespectadores, o telejornal e os apresentadores.

As duas últimas características traçadas por Paternostro (1999) para televisão são a superficialidade e a audiência. O fato de o telejornal ter um ritmo e um timing, faz com que determinados assuntos sejam abordados de forma superficial. O Bom Dia MS durante todo período analisado abordou alguns temas importantes, principalmente no quadro política, como, por exemplo, a Operação Lama Asfáltica⁷. Como já mencionado anteriormente, os apresentadores não faziam uso da participação pelo *WhatsApp* dos telespectadores nesses assuntos para evitar manifestações partidárias ou mensagens agressivas. Em algumas edições, assuntos como estes ocupavam pouco tempo na grade de programação.

Por fim, a característica da audiência, não pôde ser mensurada, apesar de os apresentadores afirmarem que o pico de maior participação dos telespectadores por meio do *WhatsApp* é no horário das

⁶ Disponível em <http://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Exibidoras.aspx?e=87>> Acesso em: 18 fev. 2018.

⁷ Operação deflagrada pela Polícia Federal, Controladoria-Geral da União e Receita Federal em Mato Grosso do Sul que objetivou desbaratar um esquema que desviou recursos públicos por meio do direcionamento de licitações públicas, superfaturamento de obras públicas, aquisição fictícia ou ilícita de produtos, financiamento de atividades privadas sem relação com a atividade-fim de empresas estatais, concessão de créditos tributários com vistas ao recebimento de propina e corrupção de agentes públicos. Disponível em <https://istoe.com.br/pf-deflagra-nova-fase-da-lama-asfaltica-no-ms/>> Acesso em: 12 mar. 2018.

seis horas da manhã. É nesse momento que os apresentadores recebem muitas fotos, mensagens e vídeos dos telespectadores de todo estado. De acordo com o Atlas de Cobertura da Rede Globo, o telejornal Bom Dia MS não aparece entre as 20 maiores audiências da TV Morena em Mato Grosso do Sul. Somente o telejornal MSTV 2ª edição aparece na lista e ocupa a 6ª posição⁸.

Utilizar o *WhatsApp* como ferramenta de participação, possibilitou mudanças sutis na rotina produtiva do Bom Dia MS, que adotou esse modelo de convergência de mídias (televisão e tecnologias digitais móveis) intermediada pela internet, sem saber ao certo como seriam as formas de participação do público. Ao longo do tempo analisado, a pesquisa mostrou que as formas e o tempo de participação foram ganhando novos contornos, como a utilização de vídeos e as formas de fotos selfies, enviadas pelos telespectadores. Houve também um aumento nos quadros de comportamento, saúde e previsão do tempo, por meio de mensagens de texto.

O uso do WhatsApp, no Bom Dia MS, de fato proporcionou aos telespectadores uma nova forma de interagir com os apresentadores e de mostrar quem são essas pessoas que acordam às cinco horas da manhã, compartilhando com várias outras pessoas, que também assistem ao telejornal, fotos, vídeos e mensagens, ainda que banais, mas que despertam um significado de importância ou de interesse tanto para as pessoas enviam, como para os apresentadores que selecionam essas participações para serem exibidas durante a programação.

Targino (2009) mostra que o jornalismo exerce várias funções, entre elas, a informativa, a educativa, a cultural, a de entretenimento, a social e a econômica. Ainda que o Bom Dia MS trate de todas essas funções, algumas mais superficiais que as outras, é claro o modo como o uso do *WhatsApp* no telejornal proporcionou à função do entretenimento um espaço fixo na grade do telejornal, pois não se vê somente informações que atendam critérios de noticiabilidade – raridade, ineditismo, impacto, conflito, escândalo, catástrofe, entre outros.

Aliás, os critérios de noticiabilidade podem ser repensados a partir do uso de redes sociais e dos aplicativos no telejornalismo do Bom Dia MS, pois uma mudança do tempo pode despertar mais atenção do telespectador do que um assunto de conflito político, por exemplo.

Considerações Finais

A televisão, de acordo com Paternostro (1999), combina dois sentidos humanos de forma simultânea: a audição e a visão. No mesmo tempo em que ela se impõe pela informação visual, ela também prende a atenção do telespectador pela informação sonora. Essas são características próprias da natureza desse veículo de comunicação que passaram a contar nos últimos anos com o uso de tecnologias digitais móveis, fazendo com que a rotina produtiva de um telejornal fosse alterada.

O recorte principal desta pesquisa, telejornal Bom Dia MS, foi escolhido por ser o primeiro telejornal da emissora a utilizar o *WhatsApp* como ferramenta de participação do público. As edições analisadas mostraram como o telejornalismo da TV Morena vem utilizando o aplicativo *WhatsApp* como ferramenta de participação do público.

Em linhas gerais, a TV Morena, ao perceber que a cultura de convergência começou a fazer parte do cotidiano de seu público, se arriscou nos caminhos que permitem receber informações instantâneas, que podem colocar em xeque a credibilidade da notícia, mas que, por outro lado, dá ao telespectador a chance para se tornar um colaborador do telejornal.

Ainda que não soubessem ao certo como seria a utilização deste aplicativo na rotina do Bom Dia MS, os apresentadores partiram para uma interação mais coloquial com os telespectadores. Até porque o *WhatsApp* é um aplicativo doméstico, de uso pessoal e instantâneo, que vem inclusive criando uma nova

⁸ Disponível em <http://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Exibidoras.aspx?e=87>> Acesso em: 12 mar. 2018.

linguagem para essa mídia.

A audiência do telejornal Bom Dia MS da TV Morena mostrou-se participativa com certos assuntos do cotidiano como pautas de saúde, previsão do tempo, educação e comportamento, porém ficou limitada a outros como política, agronegócio e economia. As análises desta pesquisa mostraram que entre todas as editorias analisadas, apenas as de comportamento, saúde e previsão do tempo tinham mais participações do público em comparação com as editorias de política, economia, esportes e agronegócio.

Os apresentadores do telejornal Bom Dia MS vêm utilizando o *WhatsApp* mais como ferramenta de participação e interação do que como uma ferramenta para produção de pautas, ainda que todos os jornalistas do Bom Dia MS afirmem que não recebem somente fotos e vídeos de paisagens, café da manhã ou trânsito. Porém, o que ficou evidenciado na pesquisa é que as formas de participação do público se resumem em mostrar o começo do seu dia no telejornal.

Então, o telespectador do Bom Dia MS que utiliza o *WhatsApp* para enviar mensagens para o telejornal não é um colaborador de notícia? Essa audiência de fato é uma colaboradora de conteúdo, no entanto, cabe aos jornalistas do Bom Dia MS selecionar, dentre todos os conteúdos enviados, o que é notícia e o que não é. As sugestões de pauta, por exemplo, só chegam a virar reportagem depois que os apresentadores que administram o aplicativo analisam e verificam se essas informações têm alguma relevância para virar notícia.

Neste sentido, o telejornal Bom Dia MS é quem dita o que pode ou não ser exibido durante a programação, ou seja, o telespectador ainda não tem o poder de alterar o telejornal a partir de suas mensagens enviadas. Há critérios que ainda existem e que limitam o papel da audiência em ser apenas telespectador, ainda que ferramentas digitais os façam reagir às informações.

A reconfiguração da audiência no atual panorama de convergência de mídias mostra que, de fato, ela passou de passiva para ativa. Mas essa noção de “ativa” esbarra em questões políticas e mercadológicas das empresas de comunicação. Essa audiência é ativa, quando reage às demandas proporcionadas pelo telejornal. As inúmeras participações analisadas no Bom Dia MS surgiram a partir de pedidos dos apresentadores que diariamente lembram que existe um canal no telejornal que serve de aproximação, um canal de interatividade que o telespectador tem com o programa. Assim, os jornalistas repetem diariamente: “Participe com a gente, mande uma foto, um vídeo ou uma mensagem, diga-nos como está o tempo na sua cidade hoje”.

E, curiosamente, as pessoas reagem a esse pedido feito pelos apresentadores do Bom Dia MS e enviam suas “obras” para serem exibidas no telejornal. A noção de colaborador de notícia não cabe em sua totalidade para o telespectador do Bom Dia MS, até porque ele é um cidadão comum que acorda às cinco horas da manhã e compartilha momentos de lazer e de rotina com o telejornal. Este telespectador é um colaborador de conteúdo e ele reconfigura o Bom Dia MS para um jornalismo participativo.

Observou-se que o aplicativo mudou a forma de se relacionar com o público, pois os laços se tornaram mais próximos e interativos. O jornalismo realizado no Bom Dia MS ganhou uma característica de revista eletrônica, já que são abordados assuntos leves e de interesse para o público, aliado a notícias que são de relevância para a sociedade.

Dessa forma, o telejornal incluiu em sua programação espaços para a participação do público, que reagiu e atendeu às demandas dos apresentadores. Ainda que enviem mensagens não noticiosas, os telespectadores garantiram um espaço de manifestação no telejornal.

Mas será que os telespectadores realmente gostam dessa forma de participação no telejornal? Ou será que foram condicionados para participarem assim? Esses questionamentos cabem uma nova pesquisa dentro do âmbito da recepção, que compreenda os anseios e os questionamentos da audiência do telejornal Bom Dia MS, já que o atual cenário de convergência de mídias alterou o consumo televisivo, possibilitando a reconfiguração dos usuários dessa mídia. O poder dos telespectadores diante de um quadro de múltiplas plataformas de mídia mostra que, enquanto sujeitos ativos no processo de comunicação,

reagem e produzem sentidos no momento em que assistem à televisão.

Referências

AMORIM, Lidiane Ramires. (Tele)jornalismo participativo: novos olhares sobre as notícias de TV. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, GP de Telejornalismo do IX Encontro dos Grupos/ Núcleos de Pesquisa em Comunicação, Porto Alegre, 2009. **Anais [...]**. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do RS, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2048-1.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2017.

AROSO, Inês Mendes Moreira. As redes sociais como ferramenta de jornalismo participativo nos meios de comunicação regional: um estudo de caso. **Biblioteca Online das Ciências da Comunicação**, 2013. Disponível em: [\[http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-2013-redes-sociais-ferramenta-jornalismo.pdf\]](http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-2013-redes-sociais-ferramenta-jornalismo.pdf) Acesso em: 24 fev. 2018.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo, 70 ed., 2009.

BRAMBILLA, Ana Maria. Olhares sobre o jornalismo colaborativo. In: CAVALCANTI, Mario Lima (org). **Eu, Mídia: a era cidadã e o impacto da publicação**. Brasil: Iventura, 2008, p. 29-44.

BUENO, Thaísa. Cultura de Convergência [Resenha]. **Revista de Estudos da Comunicação**, v.12, n. 28, Curitiba: PUC-PR, 2011. Disponível em: <http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/comunicacao?dd1=5804&dd99=view&dd98=pb> Acesso em: 20 out. 2016.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **A audiência convergida do Telejornal nas Redes Sociais**. Livros LabComCovilhã, UBI, LabCom, 2015. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/view/22458> Acesso em: 15 out. 2016.

CANAVILHAS, João. Del gatekeeping al gatewatching: el papel de las redes sociales en el nuevo ecosistema mediático. In: IRIGARAY, Fernando; CEBALLOS, Dardo; MANNA, Matías (eds.) **Periodismo Digital: convergencia, redes y móviles**. Rosario: Laborde Libros Editor, 2011.

CÉSAR, Ginez. [Ginez César em entrevista]. Entrevistadores: Ana Carolina da Costa Lima Vasques. [arquivo sonoro] Campo Grande/MS: 17 fev. 2018

CORREIA, João Carlos. Ubiquidade: a próxima revolução televisiva. In: SERRA, Paulo (org.). **A Televisão Ubíqua**. Livros Labcom: 2015.

CORREIA, Frederico e AROSO, Inês. A Internet e os novos papéis do jornalista e do cidadão. **Revista Eletrônica Temática**. 06 de agosto, 2007. Disponível em: https://www.academia.edu/2466652/A_Internet_e_os_novos_papéis_do_jornalista_e_do_cidadão Acesso em: 11 out. 2016.

FIGUEIREDO, Pedro de; SAUDINO, Fernanda. Uso do WhatsApp na Construção das Notícias: Reflexões sobre as teorias do Jornalismo na Era Digital. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciência e Comunicação, 2015, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007

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

MATTIELLO, Maureen. [Maureen Mattiello em entrevista]. Entrevistadores: Ana Carolina da Costa Lima Vasques. [arquivo sonoro] Campo Grande/MS 10 Mar. 2018.

MÉDOLA, Ana Sílvia; GRZESIUK, Mariana. A Influência do contexto multimidiático na configuração atual do telejornalismo. **Revista Em Questão**. Porto Alegre, v. 16, n. 1, p. 15-27, jan./jun. 2010.

MORETZSOHN, Silvia. O "jornalismo cidadão" e o mito da tecnologia redentora. **Brazilian Journalism Research**. Volume 11 - Número 2, 2014. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/>

view/751/571>. Acesso em: 24 fev. 2018.

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

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SHOMAKER, Pamela J. **Teoria do Gatekeeping**: construção e seleção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

SOUZA, Évelyn. [Évelyn Souza em entrevista]. Entrevistadores: Ana Carolina da Costa Lima Vasques. [arquivo sonoro] Campo Grande/MS 05 mar. 2018.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo Cidadão informa ou deforma?** Brasília: Ibict - UNESCO, 2009.

Taís Marina Tellaroli é professora do Curso de Pós-graduação em comunicação da UFMS. Campo Grande, MS, Brasil. Contribuições: parte teórica, correções e análise.

Ana Carolina Lima é mestre pela UFMS em Comunicação Social. Campo Grande, MS. Brasil. Contribuições: parte teórica, metodologia, entrevistas e análise.