

Telejornal MS Record 1ª edição e *Whatsapp*: uma análise da participação do público no conteúdo da TV por meio do aplicativo ¹

Cláudia Regina Ferreira Anelo²
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

Resumo

Com os avanços tecnológicos, a televisão teve de se reinventar. Muitos programas, inclusive o telejornalismo, têm feito uso de aplicativos e redes sociais para promover maior interação com seu público como forma de aumentar a audiência. Por meio de observação direta dos telejornais da TV MS Record, afiliada da Record em Mato Grosso do Sul, o presente trabalho analisa como a emissora tem utilizado o aplicativo *WhatsApp Messenger* para permitir mais participação dos telespectadores no conteúdo dos telejornais. Percebe-se que a emissora está em busca de formatos e/ou temas que ajudem no incremento desse fluxo comunicacional de mão dupla entre emissor e receptor.

Palavras-chave: comunicação; dispositivos móveis; participação; televisão; *WhatsApp*.

Introdução

Se a televisão analógica representou na década de 60 um marco revolucionário enquanto veículo de comunicação de massa, a Internet disseminada principalmente após os anos 90 trouxe significativas mudanças para a televisão. Segundo Bianco (2004, p.02), “a revolução tecnológica de hoje muda a experiência de mundo, assim como aconteceu na Revolução Industrial, quando surgiram novas relações técnicas de produção, relações sociais e de poder [...]”. A autora afirma que essa revolução, aos poucos, implementa novos modelos sociais, a exemplo das comunidades virtuais que vêm crescendo com os avanços tecnológicos no campo da informação e comunicação.

O uso massivo de *smartphones* e *tabletes* é um dos resultados desses avanços. Assim, formou-se um novo espaço não mais dominado apenas pelos meios de comunicação de massa. O domínio passou a ser exercido pelos fluxos comunicacionais que surgiram com as mudanças tecnológicas (RECUERO, 2011).

Desse ponto de vista, ao longo das últimas décadas, a comunicação na televisão vem sendo cada vez menos unilateral. Nesse novo espaço, ou como define Delarbre (2010), uma “coleção de espaços abertos”, a Internet se tornou parte da experiência cotidiana de vida e

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação pela UFMS, jornalista, bolsista Capes, e-mail: claudia.anelo@hotmail.com.

forma de expandir ou diversificar os vínculos sociais. Inclusive o autor afirma que a publicação de conteúdos por internautas tem sido superior ao que se imaginava.

Isso mostra o efeito dos sites de redes sociais na Internet, para Recuero (2011). Por meio das possibilidades da Internet, essas redes formaram uma espécie de teia com milhares de pessoas conectadas. Essas conexões passaram a propiciar que a informação não só circule, mas também seja produzida e até mesmo filtrada. Por isso, cada indivíduo pode ser um emissor de conteúdo, atuando de maneira mais ativa no processo comunicacional.

Essas mudanças têm gerado vários questionamentos para o jornalismo em seu processo de apuração, construção de notícias, ética e até a própria produção e técnica. Ao mesmo tempo, Delarbre (2010), enfatiza que a Internet tem sido cada vez mais usada para propagar e armazenar os conteúdos difundidos pela televisão, rádio e outros veículos de comunicação em busca de novos espaços para ampliar o alcance do público e aumentar a audiência.

Várias emissoras têm utilizado perfis em redes sociais e/ou aplicativos para *smartphones* e *tabletes*. Dessa forma, a pessoa pode estabelecer conexões e vínculos mais próximos com a emissora em qualquer hora e qualquer lugar. Pode enviar conteúdo como fotos e vídeos, além de texto. Alguns aplicativos são desenvolvidos para uso exclusivo de uma emissora. Em outros casos, muitas empresas de comunicação têm utilizado o *WhatsApp Messenger*, aplicativo multiplataforma gratuito que permite envio de mensagens instantâneas e chamadas de voz para *smartphones*, com milhões de usuários no mundo.

É o caso do telejornal MS Record 1ª edição da TV MS Record, afiliada da Rede Record em Campo Grande, Mato Grosso do Sul. O telejornal incentiva o público a enviar fotos e vídeos pelo aplicativo *WhatsApp*, principalmente de denúncias ou de temas específicos propostos para serem discutidos em determinadas ocasiões. No presente trabalho, foi feito um estudo com observação direta dos telejornais MS Record 1ª edição durante uma semana. Também foi realizada uma entrevista com a gerente de jornalismo da emissora, Ellen Genaro Lemos (2014), a fim de buscar informações adicionais em relação às características do processo de interação com o público pelo aplicativo, que começou a ser usado pela equipe de telejornalismo da emissora no final de 2014.

Televisão e tecnologias digitais

A proposta da Record MS é um exemplo de como as empresas de comunicação, diante de um universo de possibilidades de interação com o telespectador, estão em busca

de uma resposta: como estreitar o relacionamento com a comunidade virtual e aumentar a audiência? O que há de consenso entre autores que estudam interação por meio de novas tecnologias, a exemplo de Montez & Becker (2005), Aguado, Feijóo e Martínez (2013) e Jenkins (2008), é que trata-se de um caminho sem volta: as empresas que não se atentarem a essas mudanças correm o risco de ficar fora do mercado.

Nos últimos anos, percebe-se claramente as mudanças por quais a televisão vem passando, se propondo a interagir com o telespectador. Uma maneira de acompanhar a revolução digital que veio com a democratização da Internet, do computador e mais recentemente dos dispositivos móveis. Com isso, a televisão acabou por modificar também a própria linguagem e a forma de se comunicar com o telespectador.

De acordo com Affini e Ushinohama (2013), a TV Cultura foi a primeira emissora no Brasil a desenvolver um aplicativo para dispositivos móveis para ser usado em tempo real durante o Jornal da Cultura. A TV por assinatura também se apropriou dessa estratégia para fidelizar o público. Os autores estudaram as possibilidades de interação por meio do aplicativo criado para a série *Hannibal*. Baseada num drama policial no canal AXN (TV paga), *Hannibal* foi a primeira narrativa no Brasil a ter uma ligação entre a televisão em fluxo e os dispositivos móveis a partir de tecnologias digitais.

Vivo (2013) ressalta que a *web* está se tornando móvel devido principalmente ao uso de *smartphones* e *tabletes* que possibilitam a navegação onde o usuário estiver. As redes sociais entram nesse cenário como um fenômeno de interatividade onde as pessoas podem criar e compartilhar conteúdos. O autor cita um estudo que constatou aumento de 1% na audiência de alguns programas de televisão com o uso concomitante de redes sociais.

Inclusive os dispositivos móveis, que até pouco tempo atrás eram chamados de segunda tela quando usados para interagir com a televisão, já estão sendo considerados a primeira tela. A segunda passou a ser a televisão. Isso devido ao tempo de exposição diante dos aparelhos. Duas pesquisas apontam esse resultado. Uma é da empresa Flurry que monitora o uso de aplicativos instalados em *smartphones* em mais de um bilhão de aparelhos no mundo³. Os dados mostram um aumento de 9,3% no tempo que os norte-americanos passaram em frente aos dispositivos móveis no ano passado. Em média, foram duas horas e 57 minutos. Já diante da TV passaram duas horas e 48 minutos. Em boa parte

³ PAIVA, Fernando. Celular vira a primeira tela dos norte-americanos. **Rev. Exame**, São Paulo, 21 nov. 2014. Tecnologia. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/celular-vira-a-primeira-tela-dos-norte-americanos>. Acesso em: 29 jun. 2015.

desse tempo as pessoas utilizaram os dois aparelhos simultaneamente, tendo sido o *smartphone* estimulado pelos próprios programas de TV.

A outra pesquisa da empresa AdReaction, da Millward Brown, revela que os brasileiros passam, em média, 149 minutos por dia nos smartphones e 113 minutos diante da TV⁴. No levantamento feito com 12 mil usuários em 30 países, foi constatado que 35% das pessoas utilizam duas telas ao mesmo tempo.

No caso de um telejornal, ao usar duas telas simultaneamente, a pessoa pode compartilhar os vídeos exibidos na televisão nas suas próprias redes sociais. Ela “acaba por colaborar com a redistribuição do conteúdo informacional nos espaços multiplataformas”, segundo Cajazeira (2014, p.10). Esses modelos são denominados híbridos, pois existe a participação dos usuários, porém quem dita as formas e possibilidades de interação com o público são as empresas de comunicação. A cada participação, se forma um tipo de audiência na rede social que repercute na televisão.

O usuário vai, então, aderindo à participação nos formatos televisivos em redes sociais pois quer participar desses novos espaços de discussão, que se tornaram “espaços de legitimação, para os quais os telejornais e outros programas migraram” (Cajazeira, 2014, p. 12). Nesses espaços, o público partilha conteúdos informativos e de entretenimento, comentários, críticas, sugestões, e sem ficar restritos a uma só rede. É possível compartilhar tudo isso em outras redes sociais, blogs, sites, ampliando o universo de expansão.

Tudo isso agrega um valor informativo às redes sociais, desde a produção até a circulação de informações. Segundo Recuero (2011, p. 06),

os laços sociais que interconectam os indivíduos na sociedade são também canais de informação que possibilitam que essas circulem dentro dos diversos grupos. O grande diferencial da mediação pelo computador e especificamente, dos sites de rede social, foi proporcionar uma complexificação dessas redes. Isso significa que na Internet as redes sociais tornam-se mais amplas, mais interconectadas e com uma variedade maior de tipos de conexões, além de conexões mais permanentes.

Dessa forma, ainda que os usuários não estejam *online*, os sites de rede social podem receber e enviar informações. As conexões são construídas pelo processo de associação dos usuários e não necessariamente de interação. Assim, a tecnologia ajuda no recebimento e também na produção e circulação de conteúdo.

⁴ LAFLOUFA, Jacqueline. *Smartphone* ultrapassa a TV e se torna a ‘primeira tela’. **Brainstorm9**, 19 mar. 2014. Tech. Disponível em: <http://www.b9.com.br/46633/tech/smartphone-ultrapassa-tv-e-se-torna-primeira-tela/>. Acesso em: 29 jun. 2015.

***WhatsApp* e o jornalismo**

Com a disseminação das tecnologias de informação e comunicação, surgiu a possibilidade de se comunicar dentro do universo da Internet e junto a isso, veio o fenômeno das redes sociais e aplicativos.

O *WhatsApp* é um aplicativo que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS, serviço de mensagens que têm um custo para envio de acordo com a operadora de telefonia⁵. O *WhatsApp* consome apenas o plano de dados móveis (Internet) da operadora. Os usuários ainda podem criar grupos para conversação e enviar imagens, vídeos e áudios, além de texto. Tudo gratuito para quem se comunica por meio dele.

O aplicativo foi criado em agosto de 2009 pelo ucraniano Jan Koum e pelo norte-americano Brian Acton⁶. Os dois trabalharam por 20 anos no site Yahoo até decidirem criar o *WhatsApp*. Em fevereiro de 2012, no mundo inteiro, um bilhão de mensagens circulava pelo aplicativo por dia e já havia 50 milhões de *downloads* nas lojas virtuais dos dispositivos móveis.

Foi por meio da observação do comportamento das pessoas na rua se comunicando pelo *WhatsApp* que o editor digital do Jornal Extra, Fábio Gusmão, passou a pesquisar e estudar o aplicativo e novos hábitos das pessoas de forma mais aprofundada⁷. Gusmão criou um projeto e o aplicativo começou a ser usado pelo jornal em junho de 2013, em paralelo às manifestações populares em todo o Brasil. Hoje, o Jornal Extra possui acesso a 35 mil pessoas do país inteiro pelo *WhatsApp* e já recebeu mais de dois milhões de mensagens desde que iniciou o projeto. Segundo entrevista de Gusmão ao site *Comunique-se*, essa iniciativa inspirou outras redações de jornalismo e hoje ele dá palestras sobre o assunto. Ressalta que o jornalismo não mudou; é importante e continua sendo feito o trabalho de apuração. A diferença é a agilidade na produção de notícia.

A mobilidade sempre fez parte da essência do ser humano. O nomadismo é uma característica do homem desde os tempos da pré-história, como ressalta Santos (2014, p.01-02)

⁵ Disponível em: <https://www.whatsapp.com/>. Acesso em: 08 jul. 2015.

⁶ REVENTÓS, Laia. Dentro de *WhatsApp*. *El País*, San Francisco, 03 jul. 2012. Tecnología. Disponível em: http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/07/03/actualidad/1341340111_145629.html. Acesso em: 08 jul. 2015.

⁷ CARVALHO, Natália. *WhatsApp* no jornalismo: redações falam sobre a experiência com o aplicativo. *Comunique-se*, 12 dez. 2014. Disponível em: <http://portal.comunique-se.com.br/index.php/especiais/75931-whatsapp-no-jornalismo-redacoes-falam-sobre-a-experiencia-com-o-aplicativo>. Acesso em: 08 jul. 2015.

Ter mobilidade significa ter poder: poder físico para se mover; poder diante do outro para liderar um grupo, poder para lutar pela sobrevivência. O poder se mover também serviu como ampliação do próprio poder, assim, as Cruzadas nos tempos medievais, as conquistas dos grandes colonizadores em terras da África, da América.

Ainda de acordo com a autora, as tecnologias de comunicação digitais atendem tanto a dimensão de mover-se no sentido físico como informacionalmente. E essa “dupla mobilidade (virtual e informativa)” como se refere Santos (2014, p.07), possível devido às características dos dispositivos móveis com acesso à Internet, aumentou a intensidade do consumo de conteúdos e uso de plataformas simultâneos e ainda na interação. Vale ressaltar que a interação não só entre usuários, mas entre empresas de comunicação e seu público, mostrando-se uma estratégia de mídia para disseminar conteúdo.

É nessa estratégia que muitas empresas têm apostado quando passam a disponibilizar o *WhatsApp* como ferramenta para que o usuário se sinta parte do processo, enquanto co-autor de conteúdo. Bianco (2004) volta sua reflexão ao fato de as tecnologias provocarem alteração na sensibilidade e modo de percepção das pessoas que navegam nesse ambiente muitas vezes moldado por elas mesmas. Daí a sensação de poder já mencionada.

Por outro lado, questiona-se sobre a função da Internet no processo de produção e apuração de notícia. No dia-a-dia das redações jornalísticas, a Internet permite contato com redes sociais, grupos virtuais no caso do *WhatsApp*, fontes diversas, agências de notícias, e ainda acesso a documentos oficiais e outros assuntos. No entanto,

Ao constituir-se num ambiente onde os jornalistas se movem em busca de informação, onde exercem a tarefa de escolher entre centenas de acontecimentos aqueles que merecem o *status* de notícia, a Internet pode debilitar o processo da checagem, enfraquecendo o jornalismo de verificação, a medida que permite fácil acesso às matérias e as declarações sem que faça o trabalho de investigação (BIANCO, 2004, p.04)

A autora defende que o jornalismo enquanto atividade e conteúdo não mudou, por mais forte que a inovação tecnológica seja. A mudança reside na ampliação da capacidade intelectual do homem que permite centralizar conhecimentos e informação numa rede informatizada. Sendo assim, a essência de apuração e checagem não podem se perder no ciberespaço.

TV MS Record e a interação com o público

A TV MS, atualmente afiliada da Rede Record, foi inaugurada em fevereiro de 1987 na época como afiliada da Rede Manchete e transmitia a programação da rede nacional. O primeiro telejornal surgiu na Manchete no dia 28 de abril de 1987 e era produzido com muita improvisação e pouco profissionalismo. Em 1995, a TV MS recebeu uma proposta da Rede Record e em outubro do mesmo ano, passou a transmitir o sinal da concorrente, encerrando o contrato com a Manchete. A decisão foi tomada em vista do declínio que se encontrava a Rede Manchete (CANCIO, 2005).

Desde que iniciou a transmissão do sinal da Rede Record em 1995, havia uma preocupação com a participação do público no telejornalismo com o uso de telefonemas. Com o início do telejornal MS Record 1º edição, em 2007, além do telefone, o telespectador passou a participar também por e-mails e um ano depois, com mensagens pelo portal de notícias MS Record, criado em 2008⁸, também pertencente à emissora.

A partir de 2009 houve uma reformulação do telejornal MS Record 1ª edição. Segundo a gerente de jornalismo Ellen Genaro Lemos (2014)⁹, foram contratados jornalistas da afiliada da Rede Globo em Campo Grande, a TV Morena, com a proposta de que houvesse migração da audiência para o canal 11 (da Record). Por determinação da rede nacional, o telejornal passou a incorporar uma linguagem mais coloquial e foi dado mais incentivo à participação do telespectador com mensagens enviadas pelo portal de notícias.

O portal na Internet passou a trabalhar em parceria com a TV na apuração e produção de notícias. Também foi disponibilizado no portal um fórum interativo com uma pergunta ao internauta sobre o assunto que seria discutido no telejornal. Havia em média 70 participações de telespectadores por dia no fórum interativo.

Em 2011, o portal de notícias MS Record criou um perfil no *Facebook*, também usado pelo jornalismo, mas com pouca frequência e interação com o público. Segundo a gerente de jornalismo, Lemos (2014), em geral, os jornalistas utilizavam a *fanpage* (página do *Facebook*) da empresa para manter contato com uma fonte durante a apuração de uma denúncia sem ter de expor o próprio perfil da rede social com informações pessoais.

No entanto, alguns meses depois, o portal de notícias MS Record criou outro perfil no *Facebook* somente com informações relacionadas ao site, com a proposta de ter uma

⁸ O portal MS Record é mantido pela Rede MS Integração de Rádio e Televisão. Foi criado em julho de 2008. Possui conteúdo e vídeos da TV MS Record. O endereço era www.msrecord.com.br. No início de 2014, houve uma fusão com o site Diário Digital, também pertencente à Rede MS, e o endereço passou a ser www.diariodigital.com.br.

⁹ Entrevista realizada na sede da afiliada da Record em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, no dia 05 de setembro de 2014.

fanpage independente da TV. O fórum interativo, com o tempo e o uso do *Facebook*, deixou de ser usado pelos telespectadores devido à queda acentuada nas participações.

No início de 2014, a apresentadora do telejornal MS Record 1º edição, Glaura Villalba, passou a fazer chamadas ao vivo para o telespectador entrar na página, curtir e deixar sua mensagem, o que não acontecia antes. No entanto, os resultados obtidos com o estímulo das participações no decorrer de alguns meses não foram considerados satisfatórios. Havia pouca participação do público no *Facebook*.

No final de 2014, a emissora passou a estimular o recebimento de fotos e vídeos dos telespectadores pelo *WhatsApp*. Em poucos meses, teve uma resposta maior do que a esperada. Os telespectadores enviavam fotos, vídeos e sugestões de pautas durante e fora do horário de exibição do telejornal.

Esse conteúdo começou a ser inserido nas edições diárias. A partir de fevereiro de 2015, no retorno das férias da apresentadora Glaura Villalba, o telejornal inovou. A apresentadora começou a utilizar um *smartphone* nas apresentações do telejornal para ler as mensagens que chegavam em tempo real e estimular sempre mais participações. Por isso, a pesquisa levou em consideração esse novo fenômeno na emissora. Com isso, não houve mais estímulo à participação pelo *Facebook*.

O telejornal MS Record 1º edição é exibido às 12h30, de segunda à sexta-feira e aos sábados às 11h. O tempo de duração é em torno de 40 minutos. A afiliada tem ainda outros dois programas com conteúdo informativo: Picarelli com Você, exibido às 11h de segunda a sexta-feira, com tempo de duração de uma hora e meia, e o Balanço Geral, que vai ao ar às 19h30 de segunda a sexta, com 40 minutos de duração.

Coleta de dados

Durante o período de 23 a 28 de fevereiro de 2015 foi feita observação direta dos telejornais exibidos no programa MS Record 1º edição para verificar como ocorre a participação dos telespectadores por meio do aplicativo *WhatsApp*.

Segundo a gerente Lemos (2014)¹⁰, em outubro de 2014, quando o começou a ser aplicativo começou a ser utilizado pelo departamento de jornalismo da emissora, o MS Record 1ª edição e o site Diário Digital¹¹ compartilhavam um mesmo *smartphone* e número de telefone para receber mensagens.

¹⁰ Entrevista realizada no dia 14 de novembro de 2014, na sede da emissora em Campo Grande, MS.

¹¹ www.diariodigital.com.br

A partir de janeiro de 2015, cada veículo passou a ter aparelho e número próprio para promover a interação com o público. Também verificou-se que a partir de fevereiro de 2015, o MS Record 1ª edição passou a utilizar o aplicativo *WhatsApp* com mais frequência. No início do mês, após o retorno das férias, a apresentadora Glaura Villalba passou a fazer mais convites durante o telejornal para as pessoas participarem enviando fotos e vídeos com sugestões de pauta, de preferência denúncias. Observou-se que Glaura, com o *smartphone* nas mãos, lia as mensagens no instante em que elas chegavam. O número do *WhatsApp* foi divulgado várias vezes em cada edição do telejornal e cada vez que era citado, aparecia o número do telefone na tela. A participação do público recebida neste canal foi utilizada de diferentes maneiras no telejornal na semana observada neste estudo, como descrito a seguir.

No dia 23 de fevereiro, o conteúdo que chegou por meio do *WhatsApp* foi usado em dois momentos: primeiro, na passagem de bloco com um flagrante de uma criança sem capacete na garupa de uma moto; depois com uma nota coberta com três flagrantes (um deles era o da criança sem capacete e os outros dois, de um alagamento num bairro e do muro de uma escola estadual que poderia cair). Ao final, a apresentadora fez comentários opinativos, mas não havia a explicação das autoridades citadas nem como nota retorno.

No dia 24 de fevereiro, a apresentadora convidou o telespectador a participar do telejornal por meio do *WhatsApp* e em seguida chamou a reportagem sobre a denúncia do muro da escola estadual que poderia cair, assunto que havia chegado pelo aplicativo no dia anterior. Como nota retorno, Glaura leu a resposta da assessoria de imprensa do Governo do Estado de que uma equipe da rede estadual sempre percorre as escolas para verificar a necessidade de reparos. A apresentadora complementou opinando “então essa equipe está precisando passar lá com urgência”.

No segundo bloco, foram mostradas três participações no formato de uma lapada¹²: fotos de um buraco em frente a uma academia em Campo Grande, de um flagrante de um carro estacionado na calçada e de uma associação de moradores da periferia abandonada, além da falta de iluminação pública.

Em seguida, Glaura falou de uma matéria do dia anterior e exibiu uma nota coberta para lembrar o caso de dona Fátima, que mora numa rua de terra com uma enorme erosão e tem dificuldade de sair de casa com os dois filhos na cadeira de rodas. A apresentadora disse que procurou a prefeitura e teve a resposta de que será verificada a situação da rua e havendo necessidade, a rua será cascalhada.

¹² No jargão dos profissionais de telejornalismo, diz-se que uma lapada é uma reportagem que reúne assuntos diferentes, geralmente uma nota coberta feita na redação.

Uma observação: no dia anterior, apesar de ter exibido no telejornal essa reportagem, a apresentadora não citou em momento algum que havia sido uma sugestão enviada pelo *WhatsApp*. A participação pelo aplicativo e a nota retorno só foram mencionadas um dia depois da reportagem exibida. O assunto serviu como gancho¹³ para outra reportagem sobre um protesto de moradores, outra sugestão do aplicativo. Um morador enviou fotos reclamando da sujeira de terra nas casas numa rua sem asfalto. A emissora enviou equipe para apurar a história e na nota retorno, a apresentadora disse que a prefeitura precisa passar lá e atender a população, sem ouvir a prefeitura. Só no segundo bloco, foram no total seis minutos e 30 segundos com participações pelo aplicativo.

No dia 25 de fevereiro, o tema principal do telejornal foi assédio sexual em ônibus. Logo no primeiro bloco, a apresentadora Glaura Villalba convidou os telespectadores a participar sobre esse assunto pelo *WhatsApp*. Avisou que não seria necessário se identificar. Foi exibida uma reportagem e depois num link ao vivo, Glaura interrompeu a repórter Ângela Schaffer para ler duas mensagens enviadas pelo aplicativo sobre casos de assédio. Com *smartphone* nas mãos, reforçou o número para envio das mensagens 9974-7265.

Em outro bloco, a apresentadora, sempre com *smartphone* nas mãos, leu mais duas mensagens que haviam acabado de chegar, um relato e uma sugestão. No final do último bloco, a apresentadora leu mais três relatos de assédio sexual em ônibus enviados por telespectadoras. Como resposta ao público, a apresentadora deu sugestões como gritar e fazer com que abusador se intimide.

No dia 26 de fevereiro, a apresentadora convidou o telespectador a participar pelo aplicativo dando opinião sobre o protesto de caminhoneiros, uma situação que havia se instalado nessa época em vários estados do país. No entanto, a apresentadora não leu nenhuma participação de telespectador no decorrer de todo o telejornal.

No dia seguinte, 27 de fevereiro, o telespectador foi convidado a participar pelo aplicativo enviando perguntas, comentários, fotos ou vídeos sobre dengue. A apresentadora lia cada mensagem que chegava ao vivo.

E eu já estou recebendo algumas mensagens. Uma pessoa escreveu: 'Glaura, gostaria que você mandasse uma equipe aqui na rua Mogi Mirim, no bairro Oliveira III, perto da escola José de Souza, entre duas casas. O mato está muito grande, o dono não cuida, várias pessoas pegaram dengue lá no Oliveira. Tem ratos, por favor, mande sua equipe pra resolver essa situação'. Tem aqui mais denúncias, gente querendo mandar foto de

¹³ Também faz parte do jargão jornalístico. Dizer que um assunto é gancho para outro significa que os dois têm algo em comum entre eles. Nesse caso, o que há em comum nas notícias é o fato delas terem sido enviadas pelo *WhatsApp*.

terreno sujo, não pensa não, pode mandar que a gente faz uma reportagem e exhibe amanhã. ‘Vocês poderiam fazer uma reportagem sobre asfalto, tem asfalto ruim em Campo Grande’. A gente sabe disso, mas hoje é dengue! Deixa eu procurar mais aqui da dengue...”

Em outro momento, interrompeu a entrevista ao vivo do repórter Rodrigo Nascimento com o chefe do Serviço de Controle de Vetores do Centro de Controle de Zoonoses (CCZ) da capital, Alcides Ferreira, para ler uma mensagem do aplicativo. Uma moradora denunciava terreno baldio perto do Hospital do Câncer. Glaura pediu para o entrevistado do link, Alcides Ferreira, enviar equipe para essa região. Numa outra participação ao vivo, a apresentadora interrompeu novamente o repórter para ler mensagem do aplicativo sobre áreas abandonadas. No entanto, o telespectador citava preocupação com leishmaniose, diferente do tema proposto da dengue.

Glaura também mostrou imagens, feitas pela equipe da emissora, de uma piscina com água suja, abandonada, enfatizando o risco da doença. Ao final do telejornal, o corretor de imóveis dessa casa enviou uma mensagem pelo *WhatsApp* dizendo que iria tomar providências. Glaura leu e pediu ainda que colocasse um prazo para limpar a piscina, de preferência naquele mesmo dia. Também citou outras cinco mensagens que chegaram de diferentes bairros com reclamação de terrenos abandonados e mato alto.

Além da dengue, Glaura estimulou o envio de *WhatsApp* sobre denúncia de assaltos em pontos de ônibus na nota pé de uma reportagem sobre o assunto. Citou inclusive que recebeu uma mensagem pelo aplicativo no dia anterior de uma mãe em apelo à filha com medo de ficar no ponto de ônibus. A apresentadora aconselhou a pegar carona.

No sábado, 28 de fevereiro, não teve mensagem lida no telejornal ou mesmo convite para o público mandar fotos e vídeos pelo aplicativo.

Análise dos dados

Nas duas lapadas dessa semana, uma do dia 23 e outra no dia 24, alguns assuntos mencionavam órgãos públicos, como prefeitura (caso da rua alagada e do buraco), Secretaria de Educação (caso do muro da escola) e ainda reclamações sobre abandono de associação de moradores e falta de iluminação pública. Foram usadas fotos de telespectadores mostrando a reclamação deles, mas as autoridades competentes não foram ouvidas, o que põe em xeque o papel do jornalista de ouvir os dois lados. Exceção para o caso do muro da escola estadual em que a emissora mandou uma equipe de reportagem, apesar de ter sido no dia seguinte, para apurar a história.

Sobre o muro da escola, o tom de indignação da apresentadora foi uma chamada de atenção ao dizer que a equipe da Secretaria de Educação precisa passar lá com urgência. Mostra como a apresentadora procura se posicionar próxima do público, ser uma porta-voz dos cidadãos.

Na reportagem sobre a dificuldade de uma mãe sair com as crianças em cadeiras de roda na rua cheia de buracos e erosão, faltou explorar que havia sido uma sugestão enviada pelo aplicativo, já que o telejornal estimula as participações o tempo todo. Além dessa informação ser mencionada apenas no dia seguinte, a resposta da prefeitura também foi dada com um dia de atraso.

Na reportagem do bairro Residencial Oiti, a emissora mandou uma equipe até o local para apurar, cumprindo a função do jornalista. O problema foi novamente a nota retorno. A apresentadora dizia que a prefeitura deveria passar por lá, sem ouvir a prefeitura.

Em alguns dias o telejornal propôs temas específicos para discussão pelo *WhatsApp*, como assédio sexual em ônibus (25/02), greve de caminhoneiros (26/02) e dengue (27/02). No dia em que foi discutida a greve de caminhoneiros, não houve manifestação de participações pelo *WhatsApp*.

Já nos outros dias em que foi discutida a situação do assédio e da dengue, tiveram várias participações exploradas no decorrer de todo o telejornal. Foram cinco participações sobre assédio e no dia da dengue, foram citadas dez mensagens, embora a apresentadora dizia que estava recebendo muitas o tempo todo. Nesses dois dias, percebe-se que a apresentadora procurava distribuir as mensagens do *WhatsApp* ao longo de toda a edição do dia para prender a atenção do telespectador. Além disso, ela buscava articular as participações do público com os entrevistados e com as imagens que o repórter mostrava no link. Tanto que no caso da dengue, após mostrar uma piscina abandonada e pedir que as pessoas se manifestassem pelo aplicativo, o corretor de imóveis da casa enviou mensagem se comprometendo a resolver e limpar a piscina.

Essa prática de ler imediatamente aquilo que chegava no *smartphone* em suas mãos, ao vivo, evidenciou uma situação que pode se tornar um problema. Ainda citando o dia em que foi abordado o assunto da dengue, apesar de ter sido esclarecido no telejornal que as pessoas deveriam se manifestar sobre esse assunto, alguns telespectadores mandaram reclamações e pedidos relativos a outros temas, como asfalto, violência, entre outros. Ao ler no imediatismo, sem passar por um filtro, a apresentadora se surpreendia ao vivo e no

mesmo instante lembrava o telespectador que aquele dia era para tratar de outro assunto, sempre procurando mais mensagens.

Percebeu-se que em todas as participações do público, Glaura demonstrava uma necessidade de dar alguma resposta, seja ficando indignada ou dando opinião e sugestões. Como no caso da reclamação de medo de assalto em ponto de ônibus, ela sugeriu “pegar carona”. No caso do assédio, ela aconselhou as mulheres a gritar dentro do ônibus. O importante era não deixar o telespectador conectado sem resposta imediata, ainda que a resposta não apresentasse uma solução de fato.

Considerações finais

Os autores que estudam as tecnologias digitais citados no presente artigo concordam que a essência das práticas jornalísticas não deve se perder em meio à velocidade conferida pela Internet e os próprios dispositivos móveis. As tecnologias da informação e da comunicação servem sim para dar agilidade ao processo, mas acima de tudo é importante manter o papel do jornalista de checar, conferir, apurar, filtrar as informações. Sejam elas oriundas de redes sociais, aplicativos ou telefonemas como era mais comum no passado.

Pelo fato da Internet ter se tornado um “espaço de legitimação”, como denomina Cajazera (2014, p.12), há de se ter cuidado com o conteúdo que circula e inclusive pode ser manipulado por meio das próprias tecnologias digitais.

Como o tempo é de inovação da TV, as emissoras em geral estão em busca de uma receita de sucesso na interação com seu público. No entanto, não há uma fórmula definida que dê certo para todas elas. Diante disso, as empresas vão tentando inúmeras formas de fazer televisão de um modo diferente, sem deixar de ser televisão. A própria TV MS, afiliada da Record, sempre deu espaço às participações, sejam elas por telefonemas, e-mail, fórum interativo, *Facebook* e atualmente *WhatsApp*. Alguns deram certo por um período como o fórum interativo. Outros como o *Facebook* não tiveram a resposta esperada.

É preciso testar, mas avaliar também os riscos. Apresentar um telejornal e ler as mensagens à medida que chegam é uma prática que confere imediatismo, sincronia com o telespectador, mostra que o retorno do público é dinâmico, mas também perigoso. Bianco (2004) ressalta as facilidades e as fragilidades da Internet. Perdeu-se no caso da dengue o fio condutor do assunto com a chegada de mensagens de outros temas por falta de um filtro, por exemplo, poderia ser um jornalista que apurasse mensagens dentro da redação.

Percebeu-se muitas vezes a deficiência de ouvir uma autoridade ou órgão reclamado no conteúdo enviado pelo aplicativo. Assim como a necessidade da apresentadora dar uma resposta rápida. O editor digital do jornal Extra reforça que é importante sim responder às mensagens que chegam, mas dar uma resposta que caminhe para uma solução eficiente, sempre ouvindo os dois lados da história, cumprindo a prática jornalística.

Não há como permanecer na fórmula do passado. E inovar na forma não significa perder o conteúdo. Nesse período de transformações e hibridismos, interagir é necessário, mas sem perder o foco nas premissas e responsabilidades do jornalista.

Referências

AFFINI, Letícia Passos; USHINOHAMA Tatiana Zuardi. Interação via segunda tela: o caso Hannibal. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36., 2013, Manaus, AM. **Anais...** Manaus: Intercom, 2013.

AGUADO, Juan Miguel; FEIJÓO, Claudio; MARTINEZ, Inmaculada J. (Coords.). **La comunicación móvil: hacia un nuevo ecosistema digital**. Barcelona, Espanha: Ed. Gedisa, 2013.

BIANCO, Nelia R. Del. **A Internet como fator de mudança no jornalismo**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, vl. XXVII, nº 1, janeiro/junho de 2004.

CAJAZERA, Paulo Eduardo Silva Lins (2014). **A audiência convergida do telejornal nas Redes Sociais**. 97 f. Tese (Pós-doutorado em comunicação) – Laboratório de Comunicação Online do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior, Portugal, 2014.

CANCIO, Marcelo. **Telejornalismo descoberto: a origem da notícia no jornalismo televisivo regional**. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2005.

DELARBRE, Raúl Trejo. **Internet como expresión y extensión del espacio público**. 2009. Disponível em: <<http://lared.wordpress.com/2010/09/15/internet-como-expression-y-extension-del-espacio-publico>>. Acesso em: 08 nov 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMONS, Ellen Genaro. **Entrevista pessoal sobre o telejornalismo na TV MS Record**. Realizada em 14 nov. 2014.

MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. **Tv digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil**. 2 ed. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2005.

RECUERO, Raquel. “Deu no Twitter, alguém confirma?”: Funções do Jornalismo na Era das Redes Sociais. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 09., 2011, Rio de Janeiro, RJ. **Anais...** Rio de Janeiro: SBPJor, 2011.

SANTOS, Marli dos. Jornalismo, mobilidade e participação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 12., 2014, Santa Cruz do Sul, SC. **Anais...** Santa Cruz do Sul: SBPJor, 2014.

VIVO, José Manuel Noguera. Redes sociales móviles y contenido generado por el usuario. In: AGUADO, Juan Miguel; FEIJÓO, Claudio; MARTINEZ, Inmaculada J. (Coords.) **La comunicación móvil: hacia un nuevo ecosistema digital**. Barcelona, Espanha: Ed. Gedisa, 2013.