
As motivações do público para atuar na coprodução do Sou Repórter Correio no Jornal da Correio¹

Gilmara Dias do NASCIMENTO²

Fabiana Cardoso de SIQUEIRA³

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

Esta pesquisa investiga as motivações que levam os cidadãos a produzir vídeos para o telejornal Jornal da Correio (TV Correio, afiliada Record TV na Paraíba) através do quadro “Sou Repórter Correio”, bem como as percepções dos mesmos após a veiculação. Para atingir este objetivo, como referencial teórico discutimos diferentes conceitos que envolvem a participação do público nos telejornais. Trata-se de um estudo de caso em que foram aplicadas entrevistas semiestruturadas com 10 coprodutores, que participaram do quadro enviando vídeos. Com base nos resultados alcançados, identificamos que a principal motivação para a participação é que há a crença de que a televisão encurta caminhos entre a população e as autoridades públicas para que problemas de cunho coletivo possam ser resolvidos. É algo que aproxima os coprodutores do campo do jornalismo bem como os profissionais dos coprodutores.

PALAVRAS-CHAVE: telejornalismo; coprodução; Sou Repórter Correio; TV Correio.

INTRODUÇÃO

Depois da popularização dos telefones celulares, do amplo acesso à internet móvel e dos aplicativos de mensagens, os cidadãos passaram a registrar e compartilhar mais intensamente o cotidiano. Paralelamente a isso, os veículos de comunicação começaram a abrir espaço em suas produções para fotos e vídeos feitos pelo público e criaram até quadros destinados a esse tipo de conteúdo.

Já há algum tempo os telejornais têm feito uso da internet para ampliar o leque de formatos. É o caso do quadro Sou Repórter Correio, da TV Correio, afiliada da Record TV, em João Pessoa, na Paraíba. Através de um número de *WhastApp*⁴ os

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, e-mail: gildias@gmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB, e-mail: fabiana.siqueira@academico.ufpb.br

⁴ Aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas por celular ou computador.

cidadãos⁵ enviam vídeos, relatando problemas no bairro, na rua, fazem denúncias, encaminham flagrantes. Essa aproximação sempre foi algo que nos chamou atenção e daí veio a escolha do tema.

O objetivo geral deste trabalho é conhecer quais motivações levam os coprodutores a produzir vídeos para o telejornal Jornal da Correio através do quadro Sou Repórter Correio, bem como as percepções dos mesmos após a veiculação. Para encontrar estas respostas, como objetivos específicos, foram analisados os conceitos utilizados para definir este tipo de atividade de produção de vídeos por parte do cidadão no telejornalismo e também identificado o perfil do público que participou com o envio de conteúdos audiovisuais no período analisado.

Mais adiante entraremos em detalhes sobre a metodologia utilizada neste estudo. Antes cabe ressaltar que, no campo do jornalismo, os estudos realizados sobre a ação dos coprodutores costumam ser feitos com foco nas mudanças nas rotinas produtivas e no interesse das emissoras em fortalecer, ampliar e intensificar a participação do cidadão em suas grades de programação. Conhecer as motivações que levam o público a produzir vídeos e enviá-los e entender as percepções dos mesmos após a veiculação, é algo ainda pouco evidenciado, o que torna relevante os dados obtidos neste estudo.

AS MUDANÇAS NO PERFIL DO PÚBLICO

Durante muito tempo a televisão foi vista por alguns estudiosos como “monolítica”. A tecnologia tem sido elemento primordial de mudança nesse processo. Na atualidade, os papéis tanto de jornalistas quanto do público têm ganhado novas roupagens. O profissional deixa de ser o grande protagonista e o cidadão vê seu *status* elevado a parte essencial na produção do conteúdo, como afirma Fausto Neto (2011):

Instituições e atores sociais tomam parte desta ‘arquitetura’ não mais como agentes, mas, através de novos papéis segundo novos protagonismos de interação. Passam a ser atores a quem são acenadas possibilidades crescentes de manejo de operações tecno-midiáticas com as quais passam a codificar a realidade e instituir novas narratividades. (FAUSTO NETO, 2011, p.26)

⁵ Nesta pesquisa optamos por não utilizar o termo telespectador por entendermos que o cidadão hoje vai além do significado literal da palavra, que é “aquele que assiste a televisão”.

Por muito tempo, os jornalistas centralizaram os processos de produção, detendo os meios de realização e desempenhando a função de *gatekeeper*⁶. É como se o processo de construção de uma notícia passasse por etapas, por portões, como sugere o termo *gate*, e o profissional da comunicação fosse o responsável por esses portões e, conseqüentemente, por administrar o fluxo informacional e decidir quais seriam notícia ou não. Alsina (2009) traduz *gatekeeper* como “selecionador” e diz que, neste processo há uma determinação dos acontecimentos que se tornarão notícia a partir de um patamar de transmissão de notícia que o selecionador aplica.

Para Bruns (2014, p.228), o modelo unilateral e verticalizado de produção e posterior divulgação da notícia sofreu modificações significativas, nos últimos anos, que alteraram conceitos e a forma de se trabalhar a informação. Essa alteração no modelo *gatekeeper* levou ao *gatematching*.

De acordo com Bruns (2014), no *gatematching* os usuários não possuem o contato sobre os *gates* dos canais, no entanto, eles têm condições de observar, acompanhar quais informações passam por esses canais. A abordagem foca principalmente na republicação, divulgação, contextualização e curadoria da seleção noticiosa.

Segundo Canavilhas (2010, p.5), “o *gatematcher* emerge assim como um elemento central num ecossistema mediático onde a fragmentação motivada pela multiplicação de fontes e o excesso de informação obrigam os media a disputarem a atenção dos leitores”.

Nesse cenário, conforme afirma Becker (2018, p.161), “o telejornalismo está desafiado a encorajar o engajamento e a participação do público em suas plataformas em dispositivos móveis, tornando a experiência de ver os telejornais mais interativa, participativa e social”. Mata (2017, p.86) chama a atenção que “os telejornais – tanto locais quanto nacionais, ao utilizarem-se da participação popular, negociam, no fluxo do discurso audiovisual, as realidades ofertadas a cada edição”. Esta referida participação popular não se dá apenas através de reportagens em que há maior demanda do apelo

⁶ O conceito de *gatekeeper* foi desenvolvido em 1947 num estudo realizado por Kurt Lewin sobre dinâmicas em grupos sociais, mais especificamente em questões relacionadas a hábitos alimentares. Ele percebe que nas sequências por onde seguem alguns comportamentos existem zonas que podem funcionar como “cancelas”, “porteiros”. Segundo ele, isso acontece, assim como nos canais de alimentação, também no decorrer de uma informação que é passada através de canais de comunicação num grupo. De acordo com Wolf (1999, p.180) “White (1950) utilizou este conceito para estudar o desenvolvimento do fluxo de notícias dentro dos canais organizativos dos órgãos de informação e, sobretudo, para individualizar os pontos que funcionam como «cancelas» e que estabelecem que a informação passe ou seja rejeitada”.

popular, matérias voltadas para a comunidade. É comum as emissoras criarem, por exemplo, quadros⁷ nos quais o próprio público produz a informação que ele quer que seja veiculada. Ele mesmo faz e registra o seu relato ou denúncia e envia para as emissoras que dão o espaço que acham adequado para isso.

Siqueira (2013, p.20) denomina esses cidadãos que participam dos processos produtivos de coprodutores. São “pessoas de várias profissões – donas de casa, professores, engenheiros, pedreiros, policiais, cozinheiros, etc –, que no dia a dia exercem outras funções, no entanto, eventualmente, captam imagens selecionadas e utilizadas nos programas jornalísticos de televisão”.

Apesar de ter ganhado grande força na última década, a prática da colaboração do cidadão com jornalistas é algo antigo, como afirmam Zanotti (2010) e Siqueira (2013). Vaz (2013) reforça, que no momento atual, isso foi amplificado e é uma tendência que tem sido muito usada nas grandes empresas de comunicação. Nelas, o cidadão tem a oportunidade de produzir conteúdo, mas dentro dos padrões do jornal. É comum vermos os apresentadores explicando, por exemplo, além do tipo de material que pode ser enviado, em qual formato ele deve ser filmado⁸. De acordo com Siqueira (2013, p.57) “se antes as pessoas chamavam os jornalistas para registrar determinadas situações e denúncias, agora, elas já oferecem a informação visual ou audiovisual. Querem a divulgação legitimada do que testemunharam”.

Alves (2019) traz o conceito de audiência ativa que, segundo a autora, é composta por homens e mulheres que, num trabalho cada vez mais convergente de colaboração, produzem conteúdos que são inseridos no processo de criação jornalística, criação esta que se torna coletiva e participativa.

Outro termo utilizado para denominar este cidadão que passou a estar mais ligado ao processo de construção da notícia é trazido por Mesquita (2014) por meio da audiência potente. São pessoas que têm múltiplas capacidades, como a de: ação, propagação de informação, ampliação e ressignificação de conteúdos através de comentários, opiniões e observações. Isso faz com que seja oferecido “um extrato do

⁷ Dentro do telejornalismo, chamamos de “quadro” o formato que é dado a determinado material produzido dentro do telejornal. De uma forma geral, cada quadro aborda um tema específico e possui formato e periodicidade pré-definidos.

⁸ Para que as imagens tenham melhor visualização na tela é comum vermos os profissionais orientando o cidadão a fazer as imagens com o celular na horizontal, assim, as imagens ocupariam a tela de forma mais ampla, levando em consideração o formato da maioria dos aparelhos de TV, que são retangulares, no padrão 16x9.

que querem e do que pensam esses cidadãos e cidadãs que se envolvem com os meios de comunicação” (MESQUITA, 2014, p.16).

É importante ressaltar que o fato de o cidadão produzir materiais, muitas vezes com técnicas e orientações fornecidas pelos próprios veículos e profissionais de comunicação, não o torna um jornalista, como reforçam Vizeu, Rocha e Siqueira (2010, p.6):

Não vemos essas pessoas como Jornalistas que representam uma profissão que têm que coletar fatos, classificá-los, sistematizá-los, hierarquizá-los, checá-los a bem não só da credibilidade, mas da ética pública. Consideramos essas pessoas o que podemos chamar de mediadores públicos, que agora não se limitam a assistir à televisão, mas intervêm no próprio processo produtivo, funcionando como coprodutores da notícia. (VIZEU; ROCHA; SIQUEIRA, 2010, p.6)

A seguir detalhamos aspectos do Sou Repórter Correio, quadro para o qual os coprodutores da TV Correio encaminham vídeos.

O QUADRO SOU REPÓRTER CORREIO

A TV Correio, com sede em João Pessoa e sucursal em Campina Grande, na Paraíba, está no ar há quase três décadas, veiculando, atualmente, mais de 40 horas semanais de programação ao vivo⁹, em nove programas próprios, sendo dois deles semanais¹⁰. Em outubro de 2021, a programação da TV Correio contava com sete programas diários¹¹.

Diferente de outros programas da emissora que possuem um grande foco em matérias de comunidade ou policiais, o Jornal da Correio, exibido à noite, traz um leque amplo de editorias, dando destaque à economia, política, esporte, cotidiano, cultura, sem deixar de lado reportagens ou participações ao vivo que trazem serviços voltados para a população. Além de mostrar os assuntos mais importantes do dia, o telejornal busca também antecipar assuntos que serão destaque no dia seguinte.

⁹ Segundo a apresentação institucional da emissora, além da maior programação local, a TV Correio ainda conta sinal com cobertura de 90%, a maior do estado, do litoral ao sertão. Disponível em: <https://tvcorreio.com.br/institucional/>.

¹⁰ Os dois programas semanais são Cantos e Contos e Correio Cidades, ambos exibidos aos domingos, das 8h às 9h, e das 10h às 10h30, respectivamente.

¹¹ Correio Manhã (das 6h às 7h45), Mulher Demais (das 7h45 às 8h30), Correio Verdade (das 11h50 às 13h30), Correio Debate (das 13h30 às 14h20), Correio Esporte (das 14h20 às 14h45), Cidade Alerta Paraíba (das 18h às 19h) e Jornal da Correio (das 19h às 19h50).

Assim como diversos veículos de comunicação, a TV Correio também adotou o WhatsApp como uma forma de estreitar a relação com o público. Através dele, são enviadas mensagens que são lidas pelos apresentadores durante os programas nos momentos dedicados a essa interação, assim como sugestões de pauta, pedidos de reportagens, entre outros assuntos. A fórmula foi tão bem aceita na emissora, que em 2018, a emissora criou um quadro chamado Sou Repórter Correio. Nele, através de um número de WhatsApp o público é incentivado, tanto nos telejornais quanto em chamadas exibidas ao longo da programação nos intervalos comerciais, a produzir vídeos mostrando algum tipo de problema em determinada comunidade, alguma situação de flagrante, denúncias ou alguma ação positiva que o cidadão gostaria de mostrar. Nesta “convocação”, chega-se a explicar como o vídeo deve ser produzido. O cidadão¹² é orientado a falar o nome, de onde fala, fazer o relato desejado e tudo isso gravado com o celular na posição horizontal¹³. O material que chega pelo WhatsApp é exibido em todos os programas jornalísticos da emissora.

METODOLOGIA E ANÁLISE

Esta é uma pesquisa que tem caráter exploratório (GIL, 1991), pois possibilitou que as pesquisadoras aprofundassem o conhecimento sobre o assunto analisado, permitindo a reflexão de conceitos. Trata-se ainda de um estudo de caso, em que nos debruçamos para compreender as motivações dos coprodutores a partir do envio de vídeos feitos para um quadro específico da TV Correio, a partir do material recebido e veiculado em um telejornal da emissora, o Jornal da Correio. De acordo com Yin (2001, p.32), “o estudo de caso é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”.

Após a revisão literatura, realizamos entrevistas semiestruturadas com 10 pessoas que encaminharam conteúdos ao quadro e que foram destinados ao Jornal da

¹² O cidadão que participa do quadro “Sou Repórter Correio” pode ser chamado de cidadão reivindicador, como denominou Charaudeau (2007). É o cidadão que busca a visibilidade.

¹³ A solicitação para que o material seja gravado com o celular na posição horizontal é para que as imagens se adequem melhor ao formato dos televisores. No entanto, acompanhando a programação, é fácil perceber que muitos vídeos enviados ainda são gravados na posição vertical, muito comum nas redes sociais.

Correio. Essas entrevistas foram aplicadas com base em um roteiro pré-estabelecido (SANTAELLA, 2001, p.149), com perguntas que permitiram compreender, entre outros aspectos, qual o perfil dos coprodutores, as motivações que estão por trás da realização e encaminhamento dos materiais, bem como qual foi a percepção final por parte dos mesmos a partir do que foi veiculado. A partir da análise de todos esses aspectos é que foram realizadas inferências e apontadas as motivações e as percepções do público.

Optamos por usar o termo coprodutor por entendermos que, ao produzir um conteúdo que vai ser utilizado pelo telejornal, o cidadão também passa a contribuir na construção daquela informação. Decidimos também não trazer os nomes das pessoas que entrevistamos e sim identificá-las como coprodutores.

Como recorte, escolhemos inicialmente analisar o mês de abril de 2022. Verificamos então que, como o Jornal da Correio é exibido de segunda a sexta, em abril foram ao ar 21 programas, entretanto, neste mês, o Sou Repórter Correio foi exibido em 11 destes 21 dias. Para ampliar nossa pesquisa e aumentar assim a amostragem, decidimos analisar também o mês de maio de 2022. Neste mês, dos 22 programas, o Sou Repórter Correio foi exibido em 15 edições. Para que essa amostragem pudesse ser ainda mais ampla, cogitamos também analisar meses anteriores, no entanto, o aparelho celular em que fica instalado o WhatsApp utilizado no Sou Repórter Correio apresentou um problema, deixou de funcionar e não havia cópia das conversas registradas neles. Sendo assim, não foi possível encontrar os números dos telefones celulares dos coprodutores que participaram anteriormente, o que inviabilizou a realização de um número maior de entrevistas.

Do total de 26 dias em que o Sou Repórter foi exibido nos dois meses selecionados (11 no mês de abril e 15 no mês de maio de 2022), devido ao problema com o aparelho celular reportado acima, não foi possível localizar o telefone de cinco coprodutores. Dos 21 restantes, 11 não atenderam às ligações. Com isso, aplicamos a entrevista semiestruturada com 10 coprodutores entre os dias seis e 10 de junho de 2022 (Tabela 1).

TABELA 1: Quantitativo de vídeos exibidos e coprodutores entrevistados

	EXIBIDOS	SEM CONTATO	NÃO ATENDERAM	ENTREVISTADOS
Abril / 2022	11 Vídeos	2 Coprodutores	3 Coprodutores	6 Coprodutores

Maior/ 2022	15 Vídeos	3 Coprodutores	8 Coprodutores	4 Coprodutores
Total:	26 Vídeos	5 Coprodutores	11 Coprodutores	10 Coprodutores

Fonte: Elaboração própria

Todas as entrevistas foram feitas através de ligações telefônicas e gravadas com o consentimento dos entrevistados. Ao fazer a ligação, uma das pesquisadoras, que atua como jornalista na TV Correio, se identificou como sendo da equipe do Jornal da Correio. Primeiramente, nesse contato, procurou saber sobre o problema que foi enviado para o quadro e, na sequência, também se identificou como mestrande do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba e que estava fazendo uma pesquisa sobre o Sou Repórter Correio e gostaria de realizar algumas perguntas sobre a participação do coprodutor no quadro. Todas as pessoas que atenderam às ligações aceitaram conceder as entrevistas.

O Coprodutor 1 exerce a função profissional de extrusor industrial¹⁴. O problema mostrado por ele no vídeo enviado para o Sou Repórter Correio fica no Bairro das Indústrias, em João Pessoa. Uma rua de muito movimento passou por trabalhos de saneamento e o asfalto não foi recolocado, com isso, devido ao grande fluxo de veículos vários buracos se abriram no local, dificultando o deslocamento de quem precisa passar por lá. Depois de enviar o vídeo mostrando o problema, o Coprodutor 1 enviou um outro vídeo mostrando que o problema foi resolvido. Ainda segundo ele, ver que outras pessoas mandaram vídeos e a indignação por ver aquela situação na via foram pontos que o motivaram a fazer o vídeo e enviar para o Sou Repórter Correio.

A Coprodutora 2 é vendedora autônoma e mora do Bairro do Açude, em Santa Rita, região metropolitana de João Pessoa. Depois de algum tempo convivendo com muito mato na rua em que mora, ela decidiu, pela primeira vez, gravar um vídeo e enviar para uma emissora de televisão. Enviar o vídeo foi a forma que coprodutora encontrou de cobrar da Prefeitura de Santa Rita um trabalho que é obrigação da administração municipal. Quando perguntada sobre a motivação, a coprodutora afirmou:

[...] gente gosta de limpeza, né? A gente quer tudo limpo. Do jeito que a gente quer limpo na nossa casa, quer ver também a cidade limpa, que é o dever do

¹⁴ Extrusor industrial é o trabalhador que opera uma máquina chamada extrusora que é um equipamento usado na indústria do plástico na fabricação de produtos contínuos como filmes, perfis, tubos, monofilamentos, entre outros.

prefeito fazer, né? Que assim...ele não pede pra gente votar nele? Então a gente vota nele e ele diz que vai fazer, promete muitas coisas e infelizmente ele não cumpre aquilo que promete (COPRODUTORA 2, informação verbal).

A coprodutora 3 mora no Bairro Jardim Oceania, em João Pessoa. Apesar de ser um bairro considerado de classe média, a administradora aposentada relata sufoco para passar em um trecho da avenida em dias de chuva: o local fica alagado impedindo o tráfego de pedestres. O vídeo exibido no Jornal da Correio mostrando essa situação foi a primeira experiência da coprodutora em uma emissora. Depois desta, ela enviou outras duas vezes e também para a TV Correio. Por acompanhar a programação da emissora e ver questões semelhante a que ela vinha enfrentando, a coprodutora 3 se sentiu motivada a gravar um vídeo e enviar também.

O Coprodutor 4 é comerciante e servidor público de João Pessoa. Ele mora em Mangabeira, bairro na zona sul da capital paraibana e enviou vídeo mostrando uma grande quantidade de fios enrolados e pendurados na rede elétrica de um das ruas da vizinhança, problema que, segundo ele, é comum em várias localidades do bairro. Este vídeo selecionado e exibido no Sou Repórter Correio não foi o primeiro enviado pelo coprodutor que se diz vigilante do bairro e parceiro da TV Correio: “TV Correio é uma parceria minha e eu sou parceiro também, né? Porque a gente depende muito da mídia, né? Que a gente falando quase ninguém escuta. Imagina uma emissora de TV como é a potência da TV Correio aí a gente abrange uma comunidade bem maior” (COPRODUTOR 4, informação verbal).

O Coprodutor 5 é comerciante e mora no bairro João Paulo II. Ele informou que participou duas vezes do quadro e nas duas ocasiões as situações exibidas foram resolvidas. O primeiro vídeo enviado mostrava parte da pavimentação da rua que cedeu devido à chuva. O vídeo selecionado nesta pesquisa, ou seja, o segundo enviado por ele, mostrava um transformador de energia que oferecia risco aos moradores próximos. De acordo com o comerciante, a credibilidade da emissora foi o que o motivou a participar.

A Coprodutora 6 mora no bairro de Várzea Nova, em Santa Rita. Na entrevista concedida para a realização desta pesquisa, a recepcionista afirmou que nunca havia enviado vídeo para a TV Correio ou outra emissora e a decisão surgiu depois de ver que os vizinhos já haviam feito reclamações na prefeitura sobre o lixo acumulado na rua deles e nada havia sido feito a respeito. Foi então que ela e o marido, acreditando que a televisão pudesse ajudar a resolver a situação, enviaram o vídeo para o quadro Sou

Repórter Correio e cerca de três dias depois da exibição no Jornal da Correio, a prefeitura enviou uma equipe responsável para fazer a limpeza do local.

O Coprodutor 7, um vigilante aposentado do bairro do Costa e Silva, em João Pessoa, registrou e enviou para o Sou Repórter Correio um vazamento de água que já perdurava há algumas semanas. Ele informou que nunca havia produzido um material com esta finalidade antes e que ver situações semelhantes resolvidas depois de serem exibidas foi o que o motivou a fazer o mesmo.

A Coprodutora 8 trabalha como autônoma e mora no bairro do Valentina de Figueiredo, em João Pessoa. No caminho que faz para levar o filho na escola, ela se deparou com uma rua sem pavimentação, com muitos buracos e difícil de transitar tanto em dias de sol quanto em dias de chuva. A preocupação com a segurança das crianças e por acreditar que a TV poderia ajudar a solucionar o problema fez com que a coprodutora se sentisse motivada a gravar e enviar o vídeo.

O Coprodutor 9 é um diarista que mora há dois anos no bairro de Mangabeira VI, em João Pessoa. No bairro atual, um vídeo mostrando a escuridão na rua em que mora foi o primeiro enviado no novo endereço para o Sou Repórter Correio. Segundo o coprodutor, do antigo endereço ele já havia enviado vários outros vídeos. De acordo com o diarista, a maior audiência, força e resposta imediata foram os fatores que o motivaram a enviar este vídeo em especial para a TV Correio.

O Coprodutor 10 é aposentado e mora no bairro de Paratibe, em João Pessoa e relatou que enfrentou a chuva para mostrar o problema na região em que mora. Quando questionado sobre o que o motivou a participar, ele destacou que “o que motivou é pra ver se resolve o meu problema, né? A TV Correio tem mais audiência aqui, né? Aqui na Paraíba a audiência dela é maior do que as outras, né? Aí eu disse: eu vou botar pra ver se algum político assiste e mande vir alguém aqui. Até agora não apareceu ninguém” (COPRODUTOR 10, informação verbal).

Após analisar todas as entrevistas semiestruturadas realizadas com dez coprodutores sobre as respectivas participações no quadro Sou Repórter Correio, com vídeos exibidos especificamente no Jornal da Correio, constatamos que a maioria (sete pessoas) havia participado pela primeira vez, enviando material audiovisual para uma emissora de televisão. Todos os entrevistados relataram que os vídeos foram feitos com a finalidade de serem enviados para o quadro e que não sentiram dificuldade na hora de

gravar e que pretendem sim continuar enviando conteúdos para a afiliada da Record na Paraíba. Percebemos também que dos entrevistados, metade enviou outros vídeos além do que foi exibido e a outra metade não enviou mais nenhum até o momento das entrevistas, que foram realizadas no mês de junho de 2022. Apenas três coprodutores que participaram dessa pesquisa não acompanharam a exibição do vídeo produzido por eles e enviado para a TV Correio (Quadro 1).

QUADRO 1: Detalhamento das respostas dadas pelos coprodutores nas entrevistas

	Bairro/ cidade	1ª vez	Para o quadro	Enviou outros	Dificuldade	Acompanhou	Mandaria outro
Coprod 1	Indústrias/João Pessoa-PB	Sim	Sim	Sim	Não	Não	Sim
Coprod 2	B.Açude/Santa Rita-PB	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim
Coprod 3	Jardim Oceania/ João Pessoa-PB	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Coprod 4	Mangabeira/João Pessoa-PB	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Coprod 5	Funcionários II/João Pessoa-PB	Não	Sim	Sim	Não	Não	Sim
Coprod 6	Várzea Nova/ Santa Rita-PB	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim
Coprod 7	Costa e Silva/ João Pessoa-PB	Sim	Sim	Não	Não	Não	Sim
Coprod 8	Valentina/ João Pessoa-PB	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim
Coprod 9	Mangabeira 6/ João Pessoa-PB	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Coprod 10	Paratibe/ João Pessoa-PB	Sim	Sim	Não	Não	Sim	Sim

Fonte: Elaboração própria

Sobre a motivação, obtivemos as seguintes respostas, conforme pode ser observado no Quadro 2:

QUADRO 2: Motivações dos coprodutores para participar do Sou Repórter Correio

	MOTIVAÇÕES
Coprodutor 1	Por ver outras participações, acredita que a emissora pode ajudar a solucionar o problema mostrado por ele
Coprodutor 2	Cobrar do poder público uma resolução para o problema exibido.
Coprodutor 3	Por ver outras participações, acredita que a emissora pode ajudar a solucionar o problema mostrado por ele, cobrar do poder público.
Coprodutor 4	Alcance da televisão pode fazer com que o poder público tome conhecimento do problema e o solucione
Coprodutor 5	Credibilidade da empresa junto aos órgãos públicos / empresas
Coprodutor 6	Acreditava que a TV pudesse ajudar a resolver o problema
Coprodutor 7	Por ver outras participações, acredita que a emissora pode ajudar a solucionar o problema mostrado por ele
Coprodutor 8	Acredita que a TV ajuda a resolver os problemas
Coprodutor 9	Audiência, força e resposta rápida que a TV consegue dar a um problema
Coprodutor 10	Acredita que a TV ajuda a resolver os problemas

Fonte: Elaboração própria

As falas dos coprodutores entrevistados deixam claro que o fator confiança na empresa de telecomunicações desponta entre os pontos indicados. Os cidadãos mostraram que a TV funciona como um veículo de mediação entre os anseios das comunidades e quem deve resolver as solicitações da população, que são as autoridades. Segundo Seidenglanz e Sponholz (2008 p.8), “confiança e credibilidade formam assim um conglomerado teórico no qual credibilidade é definida mais como algo a ser atribuído pelo receptor, enquanto confiança está ligada ao agir”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao decidir destinar um tempo para gravar um vídeo e enviar para uma emissora de televisão, o cidadão não quer apenas colaborar com a programação daquele canal, ele espera que o veículo dê visibilidade a uma situação que, não sendo desta forma, talvez

não chegasse aos olhos de quem tem autoridade para solucionar a questão. Isso, por sua vez, acaba despertando em outras pessoas a vontade de fazer o mesmo.

Segundo Cannito (2009, p.41), “a TV colabora para a criação de um espaço público de identidade e debate, fazendo com que o processo de recepção acabe se relacionando com um tipo difuso de participação coletiva”. Esse espaço de debates e participação que se transformou a TV e que foi chamado por Vizeu (2006) de praça pública, na verdade ganha força como uma grande praça pública virtual e se consolida com conteúdos que vão além da tela dos aparelhos de TV. A experiência multitelas¹⁵ faz com que o conteúdo se propague em diferentes meios: pela TV, pelas redes sociais, plataformas de *streaming* e etc.

Foi interessante perceber nos relatos dos coprodutores entrevistados que havia um anseio por ser ouvido. A Coprodutora 6 relatou, por exemplo, que os vizinhos já tinham feito solicitações à prefeitura para que o lixo acumulado na rua fosse retirado. Entretanto, foi só três dias após a exibição do problema na televisão que a situação foi resolvida, ou seja, em alguns casos o cidadão sabe e até já tentou buscar ajuda diretamente junto ao poder público, mas por não ter as respostas e soluções que necessita, decide recorrer aos veículos de comunicação, neste caso em específico à TV Correio através do quadro Sou Repórter Correio, para que sua necessidade seja atendida.

Participar do quadro é, finalmente, fazer sua voz ganhar amplitude e ser ouvida. Antes da exibição vídeo, os produtores da emissora obrigatoriamente entram em contato com as empresas, secretarias e órgãos responsáveis por solucionar determinado tipo de problema para saber o que eles têm a dizer sobre aquela situação, se ela vai ser solucionada ou não para que, com isso, seja dada uma resposta ao telespectador. Ou seja, todo problema exibido passa a ser de conhecimento do poder público, o que dá ao cidadão essa crença de que será solucionado. Em tempos de acesso fácil a internet e redes de relacionamentos virtuais, mesmo numa época em que quase todos órgãos públicos possuem perfis através dos quais o cidadão poderia entrar em contato diretamente e fazer suas queixas, percebemos que a televisão ainda é vista como veículo

¹⁵ Segundo Jost (2019 p.71), “no momento da multiplicação das telas, os canais se compõem com a prática da segunda tela (double screen), que envolve o uso de um terminal digital (computador, tablet ou smartphone) ao mesmo tempo em que assistimos TV. Pode ser apenas para checar informações sobre um ator, um filme ou qualquer outro assunto, mas também pode ser para comentar um programa”.

que encurta distâncias entre o cidadão e as instituições. Depois que os vídeos enviados foram exibidos no Jornal da Correio, todos os coprodutores afirmaram que possuem interesse em continuar colaborando com o quadro, ou seja, seguir produzindo registros audiovisuais de alguma situação que incomoda, atrapalha, prejudica a ele diretamente ou a um número maior de pessoas.

Essa discussão não se encerra aqui. Acreditamos que esse estudo de caso traz um recorte importante que permite perceber as motivações dos coprodutores. Futuras pesquisas com outros recortes e aplicadas em outros veículos de comunicação poderão trazer novos olhares para esse assunto, que permite entender ou conhecer os anseios daqueles que são os principais destinatários do conteúdo jornalístico: os cidadãos.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, M. R. **A construção da notícia**. Petrópolis – RJ; Vozes, 2009.
- ALVES, K. C. **Audiências ativas no Brasil e Espanha: telejornalismo e colaboração**. 2019. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019.
- BECKER, B. Tendências e desafios da produção noticiosa audiovisual - Contribuições do Grupo de Pesquisa Mídia, Jornalismo Audiovisual e Educação - diálogos possíveis do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da UFRJ. In: EMERIM, C.; COUTINHO, I.; FINGER, C. (orgs) **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Florianópolis: Insular, p.145-172, 2018.
- BRUNS, A. Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 10, n. 2, p. 224-247, 2014.
- CANAVILHAS, J. Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. In: II CONGRESSO INTERNACIONAL COMUNICACIÓN 3.0, 2010, Salamanca. **Anais** eletrônicos. Salamanca: Universidad de Salamanca, 2010, p.1-12. Disponível em: <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2021.
- CANNITO, Newton Guimarães. **A TV 1.5-a televisão na era digital**. 2009. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009..
- CHAPARRO, M. **Jornalismo: linguagem e espaço público dos conflitos da atualidade**. São Paulo: Inédito, 2009.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.
- FAUSTO NETO, A. Transformações do jornalismo na sociedade em vias de midiatização. In: FAUSTO NETO, A.; FERNANDES, J. D. C. (orgs). **Interfaces jornalísticas: ambientes, tecnologias e linguagens**. João Pessoa: Editora da UFPB, p.17-33, 2011.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991

JOST, François. Extensão do domínio da televisão à era digital. **Matrizes**, v. 13, n. 2, p. 61-74, 2019.

MATA, J. A. P. **O amador no audiovisual**: a incorporação de conteúdos gerados por cidadãos comuns às produções jornalísticas da televisão brasileira. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2017.

MESQUITA, G. B. **Intervenho, logo existo**: a audiência potente e as novas relações no jornalismo. 2014. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, 2014.

PICCININ, F.; MARTINS, M. O.; NEGRINI, M. Modos de endereçamento e as narrativas do real. O caso das reportagens no Bom Dia Brasil. In: EMERIM, C.; COUTINHO, I.; FINGER, C. (orgs.). **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Florianópolis: Insular, p.339-359, 2018.

SANTAELLA, L. **Comunicação e pesquisa**: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SEIDENGLANZ, René; SPONHOLZ, Liriam. Objetividade e credibilidade midiática: considerações sobre uma suposta relação. **Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura**, v. 6, n. 2, 2008.

SIQUEIRA, F. C. de. **O efeito de participação do real representado e o surgimento de um novo valor-notícia**: o flagrante único de coprodução no telejornalismo. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, 2013.

VAZ, A. L. **Jornalismo na correnteza**: senso comum e autonomia na prática jornalística. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2013.

VIZEU, A.; PORCELO, F.A.C.; MOTA, C.L. Telejornalismo: a nova praça pública. Florianópolis: Insular, 2006.

_____; ROCHA, H.; SIQUEIRA, F. **Telejornalismo**: da audiência presumida aos co-produtores da notícia. (2010). Disponível em:
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3124-1.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2021.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1999

ZANOTTI, C. A. Jornalismo colaborativo, gêneros jornalísticos e critérios de noticiabilidade. **Comunicação Midiática**, v. 5, n. 1, p. 28-41, 2010.