



Jornalismo Participativo no Telejornalismo: Análise do quadro “VC no MGTV” da TV Integração¹

Vanessa Alves DUARTE²

Sandra GARCIA³

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

Com a popularização da internet e de outras tecnologias, o cidadão está contribuindo mais intensamente na produção jornalística. Neste artigo, objetiva-se analisar como a comunidade participa do telejornal MGTV veiculado pela TV Integração, afiliada à Rede Globo, em Uberlândia. Para tanto, é feita uma revisão teórica acerca dos conceitos e características inerentes do telejornalismo e do jornalismo participativo, bem como levantamento de método para análise do quadro “VC no MGTV” que permite o público colaborar com o processo noticioso. No estudo foram utilizados conceitos de Winkin (1998), Targino (2009), Doctor (2011), Frazão e Brasil (2013) e Correia (2008), entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Participativo; Telejornalismo; TV Integração.

1. INTRODUÇÃO

O surgimento de novas tecnologias digitais tem propiciado experiências de comunicação participativa em todas as mídias, inclusive nas consideradas tradicionais como rádio e televisão. A colaboração no jornalismo é conhecida por vários termos como jornalismo colaborativo, participativo, cidadão, público, interativo, social e de código aberto.

Com o jornalismo participativo, a dinâmica produtiva e a rotina profissional ganham rumos diferentes. Os telejornais, por exemplo, abandonam uma comunicação excepcionalmente unilateral, de uma para muitos, e passam a inserir parcialmente os telespectadores no processo de produção da notícia.

A produção e divulgação de matérias por indivíduos comuns são responsáveis por legitimar o jornalismo cidadão. Segundo Targino (2009), a função máxima desse jornalismo que se fundamenta no princípio da publicação aberta é acelerar o momento de democratização provocado pela expansão da Rede. Uma das mais importantes mudanças dos meios de comunicação é o jornalismo de fonte aberta, “aquele em que o público é o principal agente na

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Rádio, TV e Internet do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Mestranda do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), email: vanessa.alvesd@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP). Professora no curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), email: sandragarc@gmail.com.



produção de conteúdo, seja enviando-o em forma de artigos, notícias, comentários e críticas seja simplesmente constituindo uma fonte coletiva e aberta de informação e opinião utilizada por jornalistas profissionais.” (HOLANDA, 2007, p. 7)

Tendo em vista as recentes transformações no jornalismo, especialmente aquelas causadas pelo surgimento de canais informativos na internet, os veículos de comunicação tradicionais buscam adotar práticas diferenciadas na produção de reportagens. Abrir espaço para o público colaborar nesse processo é uma dos métodos empregados.

Com esse estudo objetiva-se compreender como a comunidade participa do telejornal MGTV veiculado pela TV Integração, afiliada à Rede Globo, em Uberlândia. Além disso discutimos a importância do uso do jornalismo cidadão. Para tanto, será analisado o quadro “VC no MGTV” voltado para a participação do público.

O presente artigo é iniciado com uma fundamentação teórica sobre o telejornalismo e o jornalismo participativo. Em seguida, apresenta a metodologia utilizada para analisar os projetos escolhidos. Logo após, descreve as análises dos resultados que permitem verificar a presença do jornalismo cidadão. Por fim, nas considerações finais, busca-se refletir sobre o espaço do jornalismo participativo na mídia brasileira, especificamente, no veículo telejornal.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Maria das Graças, no livro *Jornalismo cidadão: informa ou deforma?* (2009), menciona que o jornalismo como atividade profissional da área de comunicação social e, por isso, de teor social, voltada para a produção e divulgação de notícias em diversos suportes, como impressos, televisivos, radiofônicos, digitais e eletrônicos, não se mantém afastado das inovações científicas e tecnológicas, verificados nos diferentes estágios de desenvolvimento da sociedade. O jornalismo acompanha intensamente as tendências de cada momento histórico.

2.1 A consolidação do telejornalismo no Brasil

Nos anos da década de 1950, é possível verificar uma virada na história da comunicação com a chegada da televisão no Brasil e as transmissões do jornalismo brasileiro em 18 de setembro de 1950. “Daquela data até hoje, o telejornalismo foi conquistando o público brasileiro e se adequando às novas tecnologias e às necessidades do público-alvo.” (MELLO, 2009, p. 1)

Sobre o primeiro telejornal a ser exibido no Brasil, Maia (2011) afirma:



O primeiro telejornal brasileiro foi ao ar dois dias depois do nascimento da televisão no país. *Imagens do Dia*, apresentado por Ruy Resende na TV Tupi, Canal 6 de São Paulo, era diário e mostrava fotografias de fatos marcantes do dia ou material audiovisual de acontecimentos ocorridos há até doze horas passadas, já que havia demora na revelação e montagem dos filmes para o telejornal. (MAIA, 2011, p. 01)

No decorrer dos anos, os avanços da tecnologia relacionados à consolidação da televisão como principal meio de informação e entretenimento mostraram a necessidade de reformular a linguagem e formato dos telejornais. É importante citar que, por oferecerem notícias diariamente de maneira ordenada e hierarquizada, os telejornais exercem uma função central no conhecimento do mundo por parte dos indivíduos.

Além de contar com recursos técnicos, no início da década de 1960, o telejornalismo brasileiro foi impulsionado pela criatividade e expansão intelectual. Porém, foi a partir de 1983, com a decadência da Ditadura Militar, que a TV passou a ganhar mais espaço e se concretizou como veículo de comunicação com forte apelo junto ao público. De acordo com Mello (2009), aproximando do modelo americano, o telejornal era caracterizado por uma bancada de apresentadores que iam “chamando” as reportagens simultaneamente. Boa parte dos primeiros apresentadores eram profissionais oriundos do rádio.

Maia (2011) defende que a televisão e os noticiários se consolidaram no Brasil como um território simbólico. Unidos, eles assumem um papel de preservar as relações de poder e, portanto, uma influência social no agendamento cultural e político da sociedade.

A TV como lugar nada mais é que o novo espaço público, ou uma esfera pública expandida. (...) se tirássemos a TV de dentro do Brasil, o Brasil desapareceria. A televisão se tornou, a partir da década de 1960, o suporte do discurso, ou dos discursos que identificam o Brasil para o Brasil. Pode-se mesmo dizer que a TV ajuda a dar o formato da nossa democracia. (BUCCI *apud* MAIA, 2011, p. 7)

As mudanças que surgiram com o tempo, desde a veiculação do primeiro telejornal no Brasil, são naturais e visíveis em todos os noticiários. A evolução da sociedade acaba provocando a transformação de bens, serviços e entretenimento. Atualmente, as redações buscam acabar com os paradigmas que foram cultivados durante muitos anos e se mostram como ineficientes para atrair o telespectador. Modelos que foram difundidos durante várias gerações no telejornalismo estão dando lugar à experimentação, ao novo. (MAIA, 2011, p. 8)

Ainda segundo Maia (2011), buscando garantir a audiência, o desafio é estabelecer novos laços de proximidade com o público, uma relação de identificação e fidelidade com o telespectador. O público, na atualidade, é visto como a base norteadora do processo



jornalístico na televisão, o que justifica a busca dos telejornais por aproximação com o telespectador.

2.2 O jornalismo participativo no telejornal

Com a popularização da internet e de várias tecnologias, na última década, é possível observar que o público está contribuindo, de forma mais intensa, na produção jornalística. Antes da internet, as pessoas mandavam cartas para um jornal impresso ou telefonavam para a estação de rádio e atualmente, entrar em contato com a imprensa para colaborar com determinada informação, imagem ou entrevista nunca foi tão fácil. Santos e Bravo (2012) defendem que é nesse período que diversos teóricos estão discutindo e buscando uma definição para o jornalismo participativo.

Para designar essa participação, há várias denominações, tais como jornalismo cidadão, cívico, comunitário e open source (de código aberto), mas cada um desses conceitos possui particularidades. Todos, no entanto, são unânimes ao se basearem na colaboração dos usuários, muitas vezes leigos no que diz respeito às técnicas jornalísticas. (FRAZÃO; BRASIL, 2013, p. 117)

Foi na década de 1990 que a definição de jornalismo participativo passou a ser usada com mais continuidade. Já nos anos 2000, esse conceito foi popularizado com o surgimento de blogs e outros meios de comunicação disponibilizados na internet. É importante mencionar que a partir dos dez primeiros anos do século XXI os meios de comunicação tradicionais, incluindo jornais, impressos, revistas, rádio e a televisão, passaram a adotar com mais frequência a participação do público no processo noticioso. (FRAZÃO; BRASIL, 2013, p. 117-118)

No livro *A nova comunicação: Da teoria ao trabalho de campo* (1998), Winkin defende que a comunicação deve ser concebida não como um ato individual, mas como uma instituição social, na qual o ator social participa com suas palavras, gestos olhares e silêncios. De acordo com Winkin, o ator social faz parte da comunicação assim como os músicos fazem parte da orquestra.

Conforme explica Targino (2009), é o webjornalismo que favorece o nascimento do jornalismo cidadão, também conhecido como jornalismo de fonte aberta, participativo, cívico, jornalismo 3.0, entre outros termos. Sobre isso, Correia (2008) afirma:

A evolução tecnológica é a verdadeira causadora deste fenômeno. Anteriormente, um jornalista fazia-se acompanhar do seu equipamento básico. O jornalista de imprensa com um bloco de notas e caneta, o da rádio com microfone e gravador e o de televisão com câmara de vídeo. Hoje em



dia, basta uma nova tecnologia de topo, como um telemóvel 3G, para fazer tudo isso. Para a divulgação dos factos presenciados basta, ao “qualquer cidadão”, o acesso à Internet e a respectiva publicação, não necessitando para isso de muito conhecimento informático. (CORREIA, 2008, p. 2-3)

Frazão e Brasil (2013) defendem que, mesmo não tendo conhecimento técnico e teórico adquiridos nas faculdades de jornalismo, o público passou a ser visto como uma alternativa para os veículos de comunicação tradicionais que acabam investindo na capacitação do telespectador como produtor de notícias. Além de sugestões de pauta, as pessoas são convidadas a enviar fotos e registros audiovisuais. “Com o uso das novas tecnologias, o público assume a função de repórter, o chamado jornalismo participativo, onde o enunciatório faz a notícia.” (CAJAZEIRA, 2010, p. 4)

Para Frazão (2012), além de enviar cartas ou e-mails, o público telefona para a redação ou participa de enquetes. As pessoas buscam participar da produção de conteúdos, mediando informações para a imprensa, que verifica e divulga os dados em forma de notícias para a comunidade interessada no fato.

Assim como Doctor (2011), diversos pesquisadores defendem que os colaboradores exercem papel importante para as empresas de notícias. São indivíduos capazes e entusiasmados que se mantêm atualizados sobre temas que interessam a comunidade. Equacionar o relacionamento com os criadores de conteúdo é uma estratégia adotada por várias empresas jornalísticas, sejam elas globais ou locais.

Portanto, atrair o público para o telejornal tem sido um desafio para muitos jornalistas. Uma alternativa, que oferece bons resultados e supera expectativas, é incentivar e reconhecer a participação dos telespectadores no processo de produção da notícia. Dessa forma, eles sentem que fazem parte do telejornal e reconhecem na televisão a comunidade em que vivem.

2.3 Primeira afiliada à Rede Globo

A TV Integração, primeira afiliada à Rede Globo, abrange as regiões do Triângulo Mineiro, Pontal, Alto Paranaíba, Centro-Oeste de Minas Gerais e Zona da Mata, que incluem 234 municípios. Entre os programas jornalísticos diários, temos o MGTV 1ª edição e o MGTV 2ª edição. A primeira edição do telejornal vai ao ar por volta do meio dia e tem duração, em média, de 45 minutos. Já a segunda edição é exibida no período noturno, por volta das 19 horas, e trata-se de um programa mais curto, em média 15 minutos de produção distribuídos em dois ou três blocos.



De acordo com Amaral (2008), a emissora, idealizada por Adib Chueire, um uberlandense de origem libanesa, nasceu com o nome de TV Triângulo, em 1964, precedendo em um ano a Rede Globo. Um mês depois da fase de testes, estreia oficialmente como o primeiro canal de TV do interior do Brasil.

Em 1967, a TV passa a contar com o jornalismo. O primeiro telejornal constante na TV Triângulo, veiculado até o início da década de 1970, foi “A Marcha do Mundo” apresentado por Darci José e Danúbio Bezerra.

No início, os programas eram feitos por artistas que migravam do rádio para a televisão. Boa parte dos cenários lembrava uma Uberlândia rural. Tudo era feito na base do improviso, com o desafio de testar uma nova linguagem; em verdade, os pioneiros levaram o teatro para a *telinha*. Nos primeiros anos, toda a programação era local, como peças de terror que, segundo o documentário, mais pareciam comédias com encenação da vida na roça, inspirada nos filmes de Mazzaropi, além dos musicais. Um dos programas da época e o único exibido até hoje, é o “Espiritismo no Lar.” (AMARAL, 2008, p. 59)

Através de uma parceria com a Rede Globo, em 1971 a TV Triângulo passa a exibir o Jornal Nacional, shows e a novela Irmãos Coragem. Desta forma e de maneira pioneira, a emissora participa da criação do sistema de Afiliadas Rede Globo. Segundo Amaral (2008), a evolução foi acontecendo aos poucos. Tendo em vista as capitais como São Paulo e Rio de Janeiro, o colorido das imagens chega com uma década de atraso. Foi em 1982 que a população uberlandense deixou de ver a programação local em preto e branco.

Amaral (2008) destaca que o fim da década de 1982 representa conquistas para a TV Triângulo. Em 1989, é fundada a TV Pontal em Ituiutaba, que passou a ser chamada TV Ideal, integrando também a cidade de Uberaba. Em 1991, é inaugurada em Araxá a terceira emissora do grupo chamada TV Jaguará, que expandiu sua área de cobertura até o Centro-Oeste mineiro e mudou o nome para TV União.

Com o crescimento dos canais, a criação de novas sedes é vista como necessária. Um novo projeto é desenvolvido e entre 1994 e 2008, as praças de Ituiutaba, Divinópolis, Uberlândia e Uberaba têm suas novas sedes construídas. A partir das ampliações, 35 novos municípios ficam sob o olhar da emissora. “[...] dessa forma, a rede passava a integrar uma área geográfica no Estado que não pertencia só ao Triângulo Mineiro. O antigo nome não cabia mais, por isso, em 2001 a emissora recebeu o nome de Rede Integração.” (AMARAL, 2008, p. 64)

Em 2007, a Rede Integração chega à região da Zona da Mata Mineira através de uma associação com a TV Paronama, emissora afiliada à Rede Globo. O ano de 2009 é marcado



por transformações importantes: primeiro a emissora passa a dar início nas transmissões do sinal de TV Digital e depois muda o nome para TV Integração. Por fim, em 2010, a emissora foi a primeira do interior do país e a segunda em Minas Gerais a entrar na era digital: a implantação do sinal digital ocorreu em Uberlândia no dia 16 de março de 2009, em Uberaba e Ituiutaba foi no primeiro semestre de 2010 e em 2011, foi a vez da cidade de Araguari receber o sinal digital.

3. METODOLOGIA

Para este artigo, foi analisado o quadro “VC NO MGTV” criado pela TV Integração em 2010. De acordo com o diretor de Jornalismo da empresa, Paulo Eduardo Monteiro Vieira⁴, o quadro para aproximar a comunidade da TV foi desenvolvido buscando fazer o diferencial no telejornalismo local. A ideia central é “as pessoas colocando as mãos na TV”. Ainda segundo Paulo Eduardo, em projetos como este, os jornalistas passam a gerenciar a informação que chega à casa do telespectador e deixam de servir apenas como meio. “É a TV na vida das pessoas”.

Com o intuito de descobrir a frequência da colaboração do público no telejornal MGTV, foi realizado um levantamento que mostra o número de participações nos cinco primeiros anos do quadro “VC no MGTV”. Além disso, para verificar os assuntos presentes nos materiais enviados pelos telespectadores, como imagens e vídeos, foram selecionadas as primeiras e últimas participações nos anos 2012, 2013 e 2014, totalizando uma análise de seis arquivos.

Para fazer o levantamento que mostra o número de participações nos cinco primeiros anos do quadro “VC no MGTV” e consultar os arquivos enviados pelos telespectadores, a autora utilizou um programa interno da TV Integração. Esse programa, denominado *Easy News*, é utilizado pelos jornalistas da emissora na produção dos programas jornalísticos.

A fim de verificar a utilização do jornalismo participativo no quadro já descrito, a autora se ancorou na análise de conteúdo como proposta metodológica. Segundo Bardin (2009), a análise de conteúdo pode ser definida, enquanto método, como o conjunto de técnicas de análise dos processos comunicativos que adotam procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo presente nas mensagens.

⁴ Paulo Eduardo Monteiro Vieira é jornalista. É funcionário da Rede Integração desde 2002. Foi contratado como editor, um mês depois convidado a assumir a gerência do departamento e seis meses mais tarde promovido a diretor. As informações que ele deu para este trabalho foram cedidas à autora durante conversa formal, no dia 27 de março de 2015, na TV Integração em Uberlândia.



A definição de análise de conteúdo dada por Berelson, à cerca de uns vinte anos atrás, continua a ser o ponto de partida para as explicações que todos os principiantes reclamam, tendo-a ele definido do seguinte modo: uma técnica de investigação que através de uma descrição objectiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações, tem por finalidade a interpretação destas mesmas comunicações. (BARDIN, 1988. p. 36)

Vale ressaltar que um dos objetivos da análise de conteúdo está relacionado à inferência, que pode ser definida como uma operação lógica para adquirir conhecimentos sobre os aspectos ocultos de uma mensagem analisada. “[...] o analista trabalha com *índices* cuidadosamente postos em evidência, tirando partido do tratamento das mensagens que manipula, para *inferir* [...] conhecimentos sobre o emissor ou sobre o destinatário da comunicação” (BARDIN, 1988 apud DUARTE; BARROS, 2008, p. 284)

Esse tipo de método que procura, basicamente, analisar mensagens é considerado sistemático na medida em que se baseia num conjunto de procedimentos que podem ser aplicados da mesma maneira a todo conteúdo submetido à análise. Além disso, é visto como confiável ou objetivo, pois permite que diversas pessoas, aplicando independentemente as mesmas categorias à mesma amostra de mensagens, consigam ter as mesmas conclusões. (LOZANO, 1994 apud DUARTE; BARROS, 2008)

Para obter resultados precisos com a utilização do método, que consiste na interpretação de mensagens e enunciados, Bardin (1988) explica que é necessário organizar as fases da análise de conteúdo em: 1) pré análise, que consiste na escolha do material que será estudado e também na elaboração de hipóteses que vão servir para o desenvolvimento de indicadores para a interpretação final; 2) exploração do material, que faz referência a etapa da análise propriamente dita e 3) tratamento dos resultados, que considera a inferência e interpretação dos resultados brutos. Para o autor, “o analista, tendo à sua disposição resultados significativos e fiéis, pode então propor inferências e adiantar interpretações a propósito dos objetivos previstos, ou que digam respeito a outras descobertas inesperadas.” (BARDIN, 1988. p. 101)

De acordo com Duarte e Barros (2008), a segunda fase, referente à exploração do material, envolve operações de codificação, que pode ser entendida como o processo de alteração dos dados brutos tendo em vista regras de enumeração, agregação e classificação, com o objetivo de deixar claro para o analista as características do material selecionado. Nessa perspectiva, a codificação engloba três fases: o recorte que trata da escolha das unidades de registro – são consideradas partes de uma unidade de amostragem – e contexto; a enumeração que tem em vista a maneira de quantificação das unidades de registro que vão



levar a determinação de índices; e a categorização, que pode ser alcançada através do trabalho de classificação e reagrupamento das unidades de registros em um número menor de categorias, com a intenção de tornar acessível a massa de dados e sua variedade.

Portanto, assim como defende Bardin (1988), a análise de conteúdo pode ser vista como um método que tem os objetivos de ultrapassar a incerteza e enriquecer a leitura. “Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações.” (BARDIN, 1988. p. 31). Nesse sentido, existe a possibilidade de destacar que a análise de conteúdo se mostrou ideal para ser utilizada na pesquisa ora apresentada.

4. ANÁLISE

Através da utilização de novas tecnologias, como um telemóvel 3G, os telespectadores participam da divulgação dos fatos, muitas vezes enviando imagens e registros audiovisuais. A partir dos elementos indicadores de jornalismo participativo já mencionados verifica-se que, através do quadro “VC no MGTV”, a TV Integração afiliada à Rede Globo convida o público a participar da produção de notícias. Essa colaboração é efetivada com o envio de fotos e vídeos.

Para descobrir os assuntos dos arquivos enviados pelo público, foram analisadas as primeiras e últimas participações nos anos 2012, 2013 e 2014. Porém, antes dessa análise e com a intenção de sustentar o resultado da presente pesquisa, foi realizado um estudo quantitativo que releva o número de participações nos cinco primeiros anos do quadro “VC no MGTV”.

QUADRO 1 – Participações no quadro “VC no MGTV”

Ano	Número de participações
2010	3
2011	4
2012	34
2013	35
2014	20

Fonte – Pesquisa/ Easy News



Como mostra o Quadro 1, as participações nos dois primeiros anos do quadro “VC no MGTV” foram raras. No terceiro ano de existência, foi registrado um número significativo de colaborações, mais de 30 arquivos foram enviados. Uma possível explicação para esse fato está relacionada ao uso de aparelhos móveis com internet no Brasil, como Smartphone e Iphone, e à criação do aplicativo “VC no MGTV”.

De acordo com o diretor de Jornalismo da TV Integração, Paulo Eduardo Vieira, o aplicativo “VC no MGTV” para celular foi criado pela emissora em 2012 buscando estimular a participação do público no telejornal. Utilizando o aplicativo, as pessoas que têm celulares com sistemas Android ou IOS podem enviar arquivos, como vídeos e fotos, para serem exibidos no telejornal MGTV.

Uma pesquisa divulgada em 2013 no site IBOPE releva que 134 milhões de pessoas, com 10 anos e mais, têm um telefone móvel o Brasil. Destas, 52 milhões têm acesso à internet pelo celular.

A conexão móvel já está consolidada na rotina do brasileiro, que usa seus aparelhos nas mais variadas situações. Informação e sociabilização são marcas registradas nesse novo cenário, motivo pelo qual os smartphones são usados para conversar com amigos (76%), ler e enviar emails (75%), se inteirar das últimas notícias (64%), saber as novidades do cenário musical (47%) ou assistir vídeos (44%), conforme estudo realizado em março pelo IBOPE Media. (IBOPE, s. p., 2013)

A primeira participação registrada em 2012 foi no dia três de março e durou 36 segundos. Uma telespectadora registrou pelo celular alguns pontos de alagamento, que foram provocados pela chuva, no bairro Santa Mônica em Uberlândia. Já o último arquivo foi enviado no dia oito de dezembro do mesmo ano e foi exibido no telejornal durante 16 segundos. Um telespectador flagrou o avião da Presidência da República no Aeroporto de Uberlândia.

Em 2013, o primeiro arquivo foi enviado no dia dois de janeiro. A participação, que durou 22 segundos, foi realizada por um telespectador que registrou momentos após um acidente, entre dois carros, no bairro Pacaembu em Uberlândia. No dia seis de dezembro, foi registrada a última participação, que durou 22 segundos. Uma pessoa enviou uma foto de um buraco no bairro Santa Mônica. Para sinalizar o buraco, foi colocada uma árvore de natal no local.

Por fim, no dia 30 de janeiro de 2014, uma telespectadora enviou imagens de um incêndio, que ocorreu durante a madrugada, em um depósito de material reciclável no bairro Marta Helena. As fotos foram exibidas durante 26 segundos. A última participação, no ano



passado, foi registrada no dia 16 de dezembro e durou 38 segundos. Um estudante da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), em Monte Carmelo, fez um vídeo mostrando a situação da LMG-746 que dá acesso ao Campus da UFU. Nas imagens é possível ver um trecho não asfaltado e buracos na rodovia.

Diante da análise dos materiais enviados pelos telespectadores para o quadro “VC no MGTV”, é possível observar que a maioria dos arquivos mostra problemas, como acidentes e buracos nas ruas, registrados pelos cidadãos. Em todos os casos, os jornalistas da TV Integração pediram informações ou soluções para os problemas detectados pelos moradores. Existe a possibilidade de afirmar que a população busca com a revelação dos fatos, através do jornalismo participativo, soluções para os problemas enfrentados no dia a dia.

Após exibir os arquivos enviados pelo telespectador, os apresentadores do MGTV convidam e incentivam o público a participar do telejornal. Na última participação de 2014, no dia 16 de dezembro, por exemplo, foi dita a seguinte frase: “E você também pode ajudar a fazer o nosso jornal. Envie fotos, vídeos de alguma cena de desrespeito ou de algum problema aí do seu bairro para gente pelo aplicativo VC no MGTV para sistema Android e IOS.”

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, o objetivo foi compreender como a comunidade participa do telejornal MGTV veiculado pela TV Integração, afiliada à Rede Globo, em Uberlândia. Além disso, a autora buscou discutir a importância do jornalismo cidadão. Para esse estudo, a autora se ancorou nos livros de Yves Winkin (1998), Maria das Graças Targino (2009) e Ken Doctor (2011). Também foram utilizados conceitos presentes em diversos artigos, entre eles, estão os de Samira Moratti Frazão e Antonio Brasil (2013), Frederico Correia (2008), Melina Santos e Fabiano Ribeiro Bravo (2012), Aline Silva Corrêa Maia (2011), entre outros.

Concluídas as análises do quadro “VC no MGTV”, é possível afirmar que a TV Integração incentiva o telespectador a colaborar com o processo de produção da notícia. Essa participação parcial é efetivada com o envio de fotos e registros audiovisuais, além de sugestões de pauta. O quadro veiculado no MGTV tem um potencial para enriquecer e estreitar a relação entre o telespectador e o telejornal.

É importante ressaltar que o jornalismo está passando por transformações. O público mudou e quer colaborar, informar, participar do processo noticioso. No caso do telejornalismo, a contribuição do telespectador pode ser ainda melhor explorada. É interessante pensar um caminho para que os materiais enviados pelos cidadãos, como os



vídeos, sejam avaliados tendo em vista critérios jornalísticos variados, que vão do interesse público à curiosidade.

Vale enfatizar que aproximar o público do telejornal tem sido um desafio para muitos profissionais. Incentivar e reconhecer a participação do telespectador no processo de produção das notícias é uma opção que pode proporcionar resultados positivos e superar expectativas no jornalismo cidadão.

Embora a análise realizada tenha caráter exploratório, com corpus limitado, os resultados oferecem pistas importantes para realização de futuras reflexões. A autora espera ter fornecido dados suficientes para caracterizar a importância de se verificar a existência ou não da participação da comunidade na mídia. E ainda, acredita ter demonstrado a importância do uso, por parte dos veículos de comunicação, do jornalismo cidadão.



6. REFERÊNCIAS

AMARAL, Patricia Aparecida. **Telejornalismo no Cerrado: do Triângulo à Integração, uma busca da audiência** (Rede Integração – MG). 2008. 141 f. Tese (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade de Sorocaba, São Paulo, 2008.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, LDA, 2009

_____. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1988.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **O jornalismo colaborativo no telejornal com as novas tecnologias**. In: 3º Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação, Universidade Federal de Pernambuco, 2010. Disponível em: <<https://www.ufpe.br/nehte/simposio/anais/Anais-Hipertexto-2010/Paulo-Eduardo-Silva-Cajazeira.pdf>>. Acesso em: 12 Abril 2015.

CORREIA, Frederico. **Jornalismo do cidadão – quem és tu?** In: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-frederico-jornalismo-do-cidadao.pdf>>. Acesso em: 12 Abril 2015.

DOCTOR, Ken. **Newsonomics: doze novas tendências que moldarão as notícias e o seu impacto na economia mundial**. São Paulo: Cultrix, 2011.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

FRAZÃO, Samira Moratti. **Jornalismo participativo no telejornal: o telespectador como produtor de conteúdo**. Vozes e Diálogo, Itajaí, v. 11, n. 2, p. 44-57, jul./dez., 2012. Disponível em: <<http://www6.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/4311/2519>>. Acesso em: 10 Abril 2015.

FRAZÃO, Samira Moratti; BRASIL, Antonio. **A participação do telespectador na produção da notícia em telejornal: Transformação do processo noticioso e da rotina profissional**. Brazilian Journalism Research, Brasília, v. 9, n. 2, p. 112-129, 2013. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/download/577/494>>. Acesso em: 9 Abril 2015.

HOLANDA, André Fabrício da Cunha. **Jornalismo de fonte aberta, construindo uma definição e caracterização**. In: 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Universidade Federal de Sergipe, 2007. Disponível em: <http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/ind_._andr%C3%9A_holanda.pdf>. Acesso em: 27 Abril 2015.

IBOPE. **52 milhões de pessoas têm acesso à web pelo celular, aponta IBOPE Media**. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/52-milhoes-de-pessoas-tem-acesso-a-web-pelo-celular-aponta-ibope-media.aspx>>. Acesso em 16 Abril 2015.



MAIA, Aline Silva Corrêa. **O Telejornalismo no Brasil na Atualidade:** Em Busca do Telespectador. In: XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2011, São Paulo. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0839-1.pdf>>. Acesso em: 11 Abril 2015.

MELLO, Jaciara Novaes. **Telejornalismo no Brasil.** In: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf>>. Acesso em: 13 Abril 2015

REDE GLOBO. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/mg/tvintegracao/noticia/2011/11/linha-do-tempo.html>>. Acesso em 14 Abril 2015.

SANTOS, Melina; BRAVO, Fabiano Ribeiro. **Na hora certa:** um estudo sobre a participação do telespectador na produção de conteúdo para o telejornal. In: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2012. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/santos-bravo-na-hora-certa-um-estudo-participacao-telespectador.pdf>>. Acesso em: 12 Abril 2015.

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

WINKIN, Yves. **A nova comunicação:** Da teoria ao trabalho de campo. Campinas, SP: Papirus, 1998.