

As redes sociais e um novo jeito de fazer TV: a influência do telespectador no que será pauta amanhã¹

Tatiana de Souza SABATKE²

José Carlos FERNANDES³

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

A televisão surgiu no Brasil como um veículo elitista (PATERNOSTRO, 1999). Após o aumento na quantidade de aparelhos de TV pelo país, a adesão ao modelo comercial e ao sistema de emissoras afiliadas é que a disputa por audiência fez com que as emissoras popularizassem os programas em busca da fidelização do telespectador (COUTINHO; EMERIM, 2019). A internet tem um papel primordial na relação que se constrói todos os dias entre jornalistas, produtores de conteúdo e público e com ela houve também a aceleração na comunicação e mais aproximação entre programas e telespectadores. As tradicionais cartas e ligações foram complementadas, primeiro pelo envio de e-mail, depois com a participação em canais exclusivos no próprio site das emissoras e mais recentemente pelas publicações e comentários em redes sociais e mensagens pelo WhatsApp, plataforma primordial para a análise desenvolvida nesta pesquisa. O aplicativo que chegou ao Brasil em 2012 está entre os mais utilizados no país, aproximou as pessoas, auxiliou na formação de comunidades digitais e estreitou a relação entre consumidores e empresas. Na televisão não foi diferente. Um fenômeno que trouxe mudança expressiva na relação, principalmente, quando falamos de telejornalismo regional (TELLAROLI, LIMA, 2020; MIRANDA, 2018; CATTO, 2020). O objeto desta pesquisa é a relação construída e desenvolvida entre os telespectadores do Balanço Geral Joinville/SC e a emissora NDTV Record TV, a partir da interatividade proporcionada por meio do WhatsApp. O telejornal vai ao ar de segunda a sexta-feira, entre 11h50 e 13h15 e aos sábados, o programa é exibido para todas as regiões de Santa Catarina diretamente da capital, em Florianópolis. A utilização

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPR, e-mail: tatianassjornalista@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPR, email: zecafernandes1964@gmail.com

do WhatsApp pela emissora, em 2013, atendeu a necessidade de duas empresas e tornou a NDTV pioneira no uso deste recurso entre emissoras de televisão no Sul do Brasil. Primeiro, a NDTV tinha como objetivo ampliar a interatividade com o público, segundo, a necessidade de uma empresa joinvilense de tecnologia testar o sistema que havia desenvolvido, pelo qual era possível receber mensagens através do WhatsApp, editá-las e exibi-las com um *layout* adaptado especificamente para a linguagem televisiva. As questões que se colocam no cenário da pesquisa são: como pode ser classificada a relação de interatividade entre telespectador e emissora, quais pontos contribuem ou não para o fortalecimento das relações de pertencimento e relevância e o que motiva a participação do telespectador no Balanço Geral Joinville? Diante disso, o objetivo geral é entender o que leva o telespectador a opinar diariamente sobre diversos temas apresentados durante o Balanço Geral Joinville e investigar se isso faz com que telespectador se sinta ainda mais importante e próximo do veículo de comunicação, desenvolvendo um sentimento de pertencimento e estreitando laços em um ambiente de comunicação local. Temos ainda, quatro objetivos específicos: 1) Identificar, cadastrar e interpretar os estímulos que fazem com que o telespectador comente e participe do telejornal. 2) Apontar os motivos pelos quais o telespectador quer ter a sua opinião exibida. 3) Identificar de que forma a relação desenvolvida a partir das mensagens enviadas estimula o sentimento de pertencimento. 4) Com base nos estudos de interatividade, convergência, consumo midiático e recepção indicar possíveis sugestões para o fortalecimento desta relação, levando em consideração os princípios jornalísticos da relevância da notícia. Entre os autores que embasam a pesquisa, temos Jesús Martín-Barbero (1997) e Canclini (2013) que trazem apontamentos sobre recepção e consumo midiático; Coutinho e Emerim (2019), que auxiliam na construção do referencial teórico sobre telejornalismo regional e local, além de Jenkins (2014), Salaverría, Garcia Avilés e Masip (2010), que realizam estudos em interatividade. Em uma primeira etapa, os telespectadores serão convidados a responder um formulário com perguntas que contribuirão para um panorama geral do público a ser pesquisado. O acesso aos telespectadores será possível a partir da autorização da emissora de televisão que tem em seu banco de dados esses contatos. Cabe ressaltar que a emissora assinou o Termo de Consentimento em que está de acordo com a pesquisa e a metodologia adotada. Questionaremos a faixa etária, gênero, há quanto tempo e com que frequência

participam, por meio do WhatsApp, do Balanço Geral, de que forma acreditam contribuir para a sociedade quando enviam uma mensagem para a televisão, se participam de associações comunitárias, organizações sociais, religiosas ou políticas, identificam-se como uma liderança no bairro ou comunidade em que vivem, e se está disposto a participar de maneira mais efetiva deste estudo. As respostas auxiliarão em uma das etapas metodológicas que é a Hermenêutica de Profundidade, referencial teórico-metodológico desenvolvido por John B. Thompson (1998) para analisar o contexto sócio-histórico e o espaço-temporal que cerca o objeto. Com base nas respostas do formulário e também do contato com a emissora de TV serão identificados cinco telespectadores que participam com mais frequência do telejornal por meio do WhatsApp. Com cada um deles, realizaremos uma entrevista em profundidade para entender quem é o sujeito que participa do telejornal, em quais segmentos da sociedade ele também se coloca como participante, sobre quais temas se sente mais à vontade para opinar, como se estabeleceu a relação e os laços com o telejornal e qual a análise que faz da própria participação, se acredita contribuir com a sociedade ao expor a sua opinião. A partir da conclusão das entrevistas, a Análise de Conteúdo (BARDIN, 1977) será utilizada para a interpretação qualitativa do material coletado, ainda em 2022. Nas primeiras observações, realizadas de maneira empírica, é possível constatar que mesmo sendo um canal aberto de contato entre público e emissora de TV, é necessário estimular a participação do telespectador por meio de convites diários e contínuos ao longo do programa. Além disso, ao enviar a mensagem o telespectador aguarda pelo momento em que ela vai ser lida ao vivo para que a opinião seja vista pelo público.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação, telejornalismo regional, interatividade, recepção.

REFERÊNCIAS

CANNITO, Newton Guimarães. **A TV 1.5 – A televisão na era digital.** 2009. Tese – Escola de Comunicação e Artes (ECA-USP). Disponível em <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27153/tde-21102010-103237/publico/1519261.pdf> acessada em 12/08/2020.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade.** 4ª ed. - São Paulo: Edusp, 2013.

CATTO, Karina Martins: **O uso do WhatsApp no telejornalismo**: um estudo de caso do quadro Flagrou tá na Record. Dissertação. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação PPGMiT – mestrado profissional em Mídia e Tecnologia, 2022.

COUTINHO, Iluska; EMERIM, Cárilda: **Telejornalismo local**: teorias, conceitos e reflexões. Coleção Jornalismo Audiovisual. V. 8. Florianópolis: Insular, 2019

FRAZÃO, Samira Moratti. **Jornalismo participativo no telejornal**: o telespectador como produtor de conteúdo. Revista Vozes e Diálogo. Itajaí, SC, v.11, n. 2, julho/dezembro 2012.

GARCÍA AVILÉS, José. A. **La comunicación ante la convergencia digital**: algunas fortalezas y debilidades. Signo y Pensamiento, Bogotá, v. 38, n. 54, p. 103-113, 2009. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86011409007>. Acesso em: 28 dez. 2021.

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

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua: **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014

JACKS, Nilda. **Meios e audiências III**: reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil / organizado por Nilda Jacks..(et al.) Porto Alegre: Sulina, 2017

JOST, François: **Compreender a televisão**. Porto Alegre, Editora Meridional/Sulina, 2010.

KOGUT, Patrícia; MILLEN Mânica: **101 atrações de TV que sintonizaram o Brasil**. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2017.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2000.

MATTOS, Sérgio: **A televisão no Brasil**: 50 anos de história (1950 – 2000). Salvador. Editora PAS-Edições Ianamá, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús: **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús: **Dos meios às mediações: 3 introduções.** *MATRIZES*, 12(1), 9-31, 2018. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p9-31>. Acesso em: 6 fev. 2022

MIRANDA, Mozarth Dias de Almeida: **Os telejornalistas e o aplicativo WhatsApp na rotina produtiva das redações.** Trabalho apresentado no GP de Telejornalismo, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018.

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

PERUZZO, Cicília N. Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências.** *Comunicação e Sociedade*, São Bernardo do Campo, v. 26, n. 43, p. 67-84, 1º sem. 2005. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/8637>. Acesso em: 6 fev. 2022.

SALAVERRÍA, Ramón; GARCÍA AVILÉS, José.; MASIP, Pere. *In: GARCÍA, Xosé. López.; FARIÑA, Xosé. Perieira. (Orgs). **Convergencia digital: reconfiguração de los médios de comunicacion em España.** Santiago de Compostela: Unidixital, 2010.*

TRAQUINA, Nelson: **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são.** Florianópolis: Insular, 3. ed. rev 2012.

TELLAROLI, Taís; LIMA, Ana Carolina. **Telejornalismo na era da convergência: a participação do público pelo WhatsApp no “Bom Dia MS” de Campo Grande MS.** *Contracampo*, Niterói, v. 38, n.3, p. 80-93, dez. 2019/mar. 2020.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público.** São Paulo. Editora Ática, 1996.