

## “EU PARTICIPO PORQUE...”: considerações acerca do envolvimento do cidadão comum na produção telejornalística de Imperatriz (MA)

“I PARTICIPATE BECAUSE...”: considerations about the involvement of ordinary people in the telejournalism production of Imperatriz (MA)

“PARTICIPO PORQUE...”: consideraciones sobre la participación del ciudadano común y corriente en la producción de informativos televisivos en Imperatriz (MA)

### Kellen Ceretta

Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás, Mestre em Comunicação e Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão.

 0000-0002-6035-2193

### Marcellli Alves

Doutora em Comunicação (Jornalismo e Sociedade) pela Universidade de Brasília (UnB). Professora adjunta da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e professora do mestrado em Comunicação da mesma instituição. É também vice-coordenadora do grupo de pesquisa GCiber e integrante do grupo de pesquisa Ciberjornalismo/UFMS.

 0000-0002-8014-3946

Recebido em: 14.03.2023.

Aceito em: 16.05.2023.

Publicado em: 02.06.2023.

### RESUMO:

Este artigo é um recorte da Dissertação de Mestrado intitulada “Eu participo porque...”: reflexões sobre a participação do cidadão comum nos telejornais de Imperatriz (MA)”, que possui como objetivo entender qual a pretensão do cidadão comum em colaborar com a construção da notícia. A pesquisa também tem como finalidade compreender o porquê dessas pessoas auxiliarem o jornalista de televisão na produção noticiosa, mesmo não sendo mencionadas ou recebendo incentivo financeiro. Com uma abordagem interacionista (Blumer, 1980), esse trabalho usou como método, a técnica de coleta *Survey* e entrevistas semiestruturadas. Dentre os principais resultados, constatamos que a grande maioria participa pois acredita no ‘poder’ que os telejornais possuem de ajudar a população na solução de problemas individuais ou da comunidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo participativo; Telejornalismo; Interacionismo Simbólico; Imperatriz-MA.

## Introdução

A participação do cidadão comum, com o envio de conteúdo que julga ser noticioso para as redações jornalísticas é frequentemente analisada em muitos estudos na área de comunicação. Todavia, a maioria das pesquisas parte da perspectiva de análise, que é a produção da notícia a partir da participação da audiência e em como ela interfere nesse processo.

Com o objetivo de preencher esse espaço, esta pesquisa possui como propósito entender o envolvimento que os cidadãos têm com a narrativa jornalística da cidade de Imperatriz – MA<sup>1</sup>, possuindo como problema norteador às motivações que o público

---

<sup>1</sup> Localizada na Região Metropolitana do Sudoeste Maranhense, com a população, em 2021, era de 259.980 habitantes (IBGE), sendo, assim, o segundo município mais populoso do estado maranhense. A cidade se estende pela margem direita do rio Tocantins, atravessada pela Rodovia Belém-Brasília, situando-se na divisa com o estado do Tocantins. Imperatriz é o maior

imperatrizense possui ao participar do processo noticioso dos telejornais da cidade com o envio de conteúdo que julga ser noticioso.

Para isso, estruturamos nossa análise em duas etapas: primeiro com a aplicação de questionário *Survey*, com o único intuito de conseguir nosso 'universo participativo' para as entrevistas; e, segundo as entrevistas individuais semiestruturadas, realizadas com os cidadãos que participam ou já participaram com o envio de material noticioso para os jornais televisivos. As análises foram feitas a partir das entrevistas realizadas com 10 indivíduos, residentes da cidade de Imperatriz, durante os meses de janeiro a abril de 2022.

Uma das justificativas para a realização dessa pesquisa, além da necessidade de refletir sobre o envolvimento do público na construção da notícia, é justamente o fato da escassez de materiais voltados para o entendimento da participação do cidadão comum, uma vez que a grande maioria das pesquisas que aborda a participação do cidadão não trazem como objeto de análise o próprio público participativo, mas, sim, a prática jornalística.

### **Mudanças e ajustamentos**

O cenário do jornalismo atual tem sido marcado por uma série de mudanças e reconfigurações. Os autores Charron e De Bonville (2016), analisam as mudanças no jornalismo no decorrer do tempo. De acordo com eles, a história do jornalismo, bem como suas modificações, pode ser dividida em quatro princípios, que também funcionam como paradigmas, ou seja, um modelo ou padrão dominante. São eles: o jornalismo de transmissão (século XVII), o jornalismo de opinião (século XIX), jornalismo de informação (final do século XIX e início do século XX), jornalismo de comunicação (com seu começo nas décadas de 1970 e 1980). Este último também se caracteriza pela multiplicação dos meios midiáticos e dos meios de informação, a partir a ascensão da internet, que foi popularizada no começo do século XXI, a partir da década de 2000, em um cenário de hiperconcorrência, como bem afirmam os autores, "a penetração rápida da internet nos

---

entroncamento comercial, energético e econômico do estado, sendo, ainda, o segundo maior centro populacional, econômico, político e cultural do Maranhão. Cidade é cruzamento entre a soja de Balsas, no sul do Maranhão, a extração de madeira, na fronteira com o Pará, a siderurgia em Açailândia e a agricultura familiar no resto do estado, com destaque para a produção de arroz e também das futuras potencialidades como a produção de energia e celulose, com a implantação da Hidrelétrica d de Estreito, de Serra Quebrada e da fábrica da Suzano Papel e Celulose em Imperatriz (IBGE).

lares vem projetando os consumidores e os produtores de informação em um novo universo midiático de superabundância e de intensa concorrência” (Charron; De Bonville, 2016, p. 340).

Na fase do jornalismo da comunicação, o humor, o comentário e uma linguagem mais informal são aceitos no discurso jornalístico. A informação e o entretenimento se entrelaçam e o jornalista vem adotando novas estratégias não somente para a produção de notícias, como também para aproximar-se cada vez mais da audiência.

Com a ascensão da internet, bem como a convergência dos meios de comunicação, a produção nos telejornais, por exemplo, agora, precisa lidar com um novo fator: a participação da audiência. E depois da transição do telejornalismo analógico para o digital, o “lugar de referência” e a rotina produtiva e profissional são alterados após a inserção desse novo agente, agora participativo (Vizeu; Siqueira, 2014).

Com um olhar crítico sobre essa atuação, Deuze (2009) afirma que a participação do cidadão comum se fez presente em um contexto de esvaziamento da criatividade, isto é, um esvaziamento de mão de obra assalariada, em que empresas jornalísticas depositam o trabalho de notícia na administração de indivíduos comuns, não pagos, sem basicamente investirem em treinamento, supervisão ou arranjos de proteção.

Nesse panorama de convergência midiática, jornalistas têm sido pressionados a encontrar formas variadas de coleta e formatação de informações para atender às novas exigências de um público que cada vez mais. Percebendo o crescente uso dos aplicativos por parte dos cidadãos brasileiros, as emissoras de comunicação vêm fazendo uso desses softwares em suas redações. Na maioria das vezes, essas empresas se apropriam dos aplicativos que já são utilizados em larga escala, como os de redes sociais (*Twitter*, *Facebook*, *Instagram*), como os de troca de mensagens instantâneas (*WhatsApp*, *Telegram*, *Vibe*), porém, muitas emissoras já têm apostado em aplicativos próprios para mediar a participação da sua audiência.

Os aplicativos, criados para serem mediadores entre os cidadãos e os jornalistas, por sua vez, modificaram a rotina produtiva dos jornais. Ainda sobre as adaptações das redações jornalísticas, as redes sociais, como *Twitter* e *Facebook*, também foram incorporadas à produção noticiosa. Rost (2012; 2014) apresenta três pontos para pensar o uso das redes sociais pelos jornais: o primeiro diz respeito às mídias sociais como meio de receber informações e sugestões; segundo, como um espaço para os conteúdos serem publicados e espalhados; e, terceiro, como mediadores de interação com os indivíduos. Recuero (2012) também vê essa ligação a partir de três pontos: as redes sociais também são fontes produtoras de informação, podem ser usadas como filtros de conteúdos e é um espaço para a difusão de notícias.

Essa interatividade entre o cidadão e a redação do telejornal, não só tem modificado a produção da notícia, como também tem levantado novas discussões a respeito do papel desempenhado pelo jornalista.

## Percurso Metodológico

### O Interacionismo simbólico

O interacionismo simbólico, segundo Morgan (1980) e Schwandt (1994), está incorporado junto ao paradigma interpretativista, ou seja, possui o objetivo de entender o mundo, bem como as suas experiências de vivência a partir da perspectiva daqueles que nele vivem.

Blumer (1980) apresenta três pontos principais do ponto de vista interacionista e suas consequências para com a pesquisa. 1) os indivíduos agem, de forma particular ou coletiva, conforme os significados que dão às coisas que fazem parte do seu mundo, dessa forma, o pesquisador precisa alcançar esses significados para entender o modo de agir que as pessoas têm, esvaziando-se de suas próprias percepções; 2) significado das coisas é construído de maneira linear, desenvolvendo-se da interação social e interpretações que alguém tem com um companheiro, os pesquisadores precisam entender que o interacionismo é instável e inconstante, sua configuração deve ser descoberta de forma empírica e não determinada anteriormente; 3) os significados são manejados e transformados a partir do momento que as pessoas percebem, definem e avaliam as coisas que elas encontram.

Entendemos que esta pesquisa, embora aborde assuntos como o telejornalismo e suas práticas, é mais uma análise do cidadão comum e a relação que construiu com a prática jornalística do que o contrário. O objeto é o cidadão que interage com o jornalismo e não o jornalismo em si.

### Encontrando o público participativo

Para a criação do *corpus* deste trabalho, utilizaremos a técnica de pesquisa *Survey*. Essa técnica é um meio para atingir dados ou informações a respeito de ações, opiniões e/ou características de um determinado grupo de indivíduos, tido como representante de um público maior, por meio de um mecanismo de pesquisa que, geralmente, é um questionário (Freitas, et al., 2000). Partindo disso, elaboramos um questionário online, pela plataforma Google Forms, compondo apenas perguntas fechadas, como, por exemplo: idade, sexo, escolaridade, telejornal que mais assiste, se já enviou mensagem

para o *WhatsApp* de telejornais e/ou de algum jornalista, se já participou indo até a emissora, se foi mencionado sobre o conteúdo enviado, entre outros. O questionário termina com uma última pergunta: 'você quer e tem disponibilidade para participar da próxima etapa da pesquisa?'; o que nos leva ao terceiro e último passo desta pesquisa: a análise do nosso objeto através das entrevistas semiestruturadas, que dialogam diretamente com o interacionismo simbólico.

### **Entrevistas semiestruturadas**

Após a aplicação do questionário, partimos para as entrevistas semiestruturadas. Conforme Manzini (1990), esse tipo de entrevista baseia-se em um roteiro com perguntas relevantes sobre determinado assunto, mas que podem ser complementadas com outras questões que possam aparecer no decorrer da entrevista.

As entrevistas foram realizadas nos meses de março e maio de 2022, algumas na forma presencial, porém a maioria foi feita pela plataforma de videoconferência do *Google Meet*, em razão da pandemia da Covid-19 e, também, a pedido dos próprios entrevistados, que muitas vezes só disponibilizaram tempo durante a noite. As mesmas tiveram duração entre 15 a 25 minutos.

### **"Eu participo porque...": as ponderações do cidadão imperatrizense**

No intuito de entendermos as motivações do nosso 'universo participativo', iremos nos ater a duas perguntas feitas durante a entrevista: 'Por qual motivo você enviou conteúdo para o telejornal?' e 'Você acredita que é importante o telejornal abrir espaços para a participação do público?'. A segunda pergunta foi escolhida para esse tópico uma vez que, durante as entrevistas, entendemos que ao falarem sobre a importância de ser ter canais abertos para a participação nas redações, o indivíduo também expressava suas motivações de participação ao querer ter acesso a esses canais.

Começaremos com o entrevistado 1, que teve conhecimento de uma denúncia da área policial pelo aplicativo *WhatsApp*. "Eu recebi o fato em um grupo de *WhatsApp* e pensei 'porque não compartilhar com um jornalista?' Pelo fato da gente fazer parte de uma sociedade, a gente quer que as pessoas também tenham conhecimento daquilo que você julga ser importante" (Entrevista concedida à autora, 2022). Ele também afirma que:

Me parece que quando a gente ajuda na construção da notícia, é como se nascesse aí um sentimento de pertencimento. É como se eu tivesse fazendo parte daquele telejornal, claro que eu não to sendo remunerado pra isso, mas eu ajudei, sabe, aquilo tem o meu dedo. Se não fosse por mim, talvez aquilo não teria sido veiculado, não daquela forma e naquela hora (Entrevista concedida à autora, 2022).

Percebemos que quando a motivação é a de tornar algum episódio notório à população, nem sempre este fato é algo com uma repercussão ruim ou relacionado à área policial, por exemplo. A entrevistada 4, por sua vez, afirma que a primeira vez que participou com os telejornais da cidade foi com o envio de conteúdo para divulgar uma informação da área de esporte. "Eu mandei um texto, que era uma reportagem esportiva, sobre jogos eletrônicos. Meu esposo faz parte desse mundo de jogos eletrônicos e ele, junto com seu time, tinha acabado de ganhar o campeonato Norte/Nordeste" (Entrevista concedida à autora, 2022).

Ela percebeu que quase não havia veiculação de informações acerca de jogos eletrônicos enquanto esporte e considerou que era importante que a população imperatrizense soubesse não só desse esporte, mas que também que existia um time da cidade que é já tinha conquistado o primeiro lugar em vários campeonatos. Para isso, ela fez um texto contando a história do time e enviou para os telejornais das emissoras mais conhecidas da cidade junto com algumas fotos. A informação teve grande repercussão nos telejornais, chegando até aos blogs e portais da cidade.

Na mesma linha, o entrevistado 9 procurou o jornal da TV Mirante para enviar um texto, com algumas fotos, que produziu a respeito de uma ação que um grupo estava realizando sobre o dia das mães.

Enviei o texto porque achei muito interessante o que o grupo estava fazendo e eu queria que isso se tornasse público. A minha mensagem só foi visualizada, mas não recebi nenhum retorno. O texto não chegou a ser veiculado, mas depois um colega viu que foi postado no portal de notícias da emissora. O conteúdo do texto estava diferente, mas eles usaram as mesmas fotos que tirei e não me deram o crédito. Eu até enviei uma mensagem depois, pedindo o crédito, mas ficou por isso mesmo (Entrevista concedida à autora, 2022).

Além de denúncias, a participação do cidadão comum também representa a possibilidade de visibilidade e produz impacto direto na autoestima e constituição identitária dos mesmos. Porém, a falta de crédito, ou seja, a autoria não mencionada nos conteúdos que são enviados pelo cidadão comum não é algo novo na emissora e desmotiva a participação do cidadão que quer ser visto como parte, ser notado.

Analisamos, também, que alguns dos nossos entrevistados veem o telejornal como um grande solucionador de problemas, que vai resolver instantaneamente alguma mazela da população. A entrevistada 6, por exemplo, afirma que já participou com o telejornal da Difusora Sul, enviando texto e fotos do dia que sua moto foi roubada, esperando que pudesse ter uma resposta mais rápida sobre o caso. Ela ainda ressalta:

"quase todo final de semana eu mando mensagem de alguma denúncia referente a som automotivo, som alto aqui na rua da minha casa, por exemplo" (Entrevista concedida à autora, 2022). Quando questionada se a polícia também era procurada nesses casos, ela diz que sempre manda para o número de *WhatsApp* que é disponibilizado pela polícia, mas confessa que, ao mesmo tempo, também manda para algum telejornal.

Um motivo que impulsionou a participação de parte dos nossos entrevistados foi a pandemia do novo coronavírus (ou Covid-19), que, no Brasil, foi oficializada em março de 2020, obrigando, por meio das leis, parte da população a permanecer reclusa em casa, sem aglomerações. Alguns dos nossos entrevistados relataram que enviaram conteúdo para os telejornais denunciando sobre festas clandestinas que aconteciam com frequência nos bairros que moravam. Esse é o caso da entrevistada 2, que enviou conteúdo para o *WhatsApp* disponibilizado pela Difusora Sul contendo denúncia sobre a quebra de isolamento. "Eu fiz uma denúncia de pessoas fazendo festas no momento em que não podiam, né, quando tava tudo proibido, tudo fechado" (Entrevista concedida à autora, 2022). A entrevistada 5 também foi motivada pela mesma razão:

Eu costumo sair para correr cedinho e gosto muito daquela área do aeroporto e ultimamente estava tendo muitas festas naquela área no período de pandemia. As pessoas ficavam lá até o raiar do dia. Era som alto, muitas bebidas espalhadas (Entrevista concedida à autora, 2022).

A entrevistada 2 também compactua de pensamento similar. Ela afirma que não pensou em denunciar para a polícia em um primeiro momento, fez o vídeo e enviou diretamente para o telejornal. Todavia, posteriormente enviou para um canal (*WhatsApp*) que a prefeitura abriu no começo da pandemia para denúncias de quebra de isolamento.

Eu enviei o conteúdo não esperando que tivesse algum retorno, algum efeito, até porque isso tava acontecendo tanto, mas eu pensei "vai que..." aí por via das dúvidas eu enviei logo. Mas, no fundo, eu esperava que minha denúncia tivesse sim algum efeito... na hora que enviei eu recebi aquelas respostas automáticas do aplicativo, mas depois fiquei olhando o jornal e não vi nenhuma notícia relacionada não (Entrevista concedida à autora, 2022).

É interessante que a entrevistada coloca o telejornal como sua prioridade ao querer denunciar algo, esperando que a resolução do problema aconteça de forma mais rápida, caso seja veiculado.

Para o entrevistado 3, o que o incentiva a fazer material noticioso e enviar para os telejornais é o desejo de provocar alguma mudança.

Geralmente quando eu envio esses vídeos para os telejornais é sempre partindo de uma cobrança para gerar alguma mudança, sabe? Eu já participei com a difusora, falando sobre a falta de lanches em uma escola infantil e por causa disso as crianças não estavam indo pra escola, porque muitos vão pra escola só pra poder lanchar né?! Aí isso me deu uma revolta... depois que eu fiz isso, eu percebi que a prefeitura foi lá e deixou vários alimentos para as crianças e eu percebi que isso gerou uma mudança! Aí depois disso eu comecei a participar sempre... se eu ver alguma coisa que merece atenção, né, eu mando. Hoje, as ruas de Imperatriz, por exemplo, estão intrafegáveis. Alí na Vila Lobão, Vila Nova<sup>2</sup>... Eu já estou pra fazer um vídeo e enviar pros telejornais (Entrevista concedida à autora, 2022).

Para muitos, o jornalismo televisivo, pela sua abrangência e credibilidade, é um dos melhores locais no qual o cidadão comum pode ser atuante na construção da cidadania, procurando resolver algum problema social ou buscando melhorias para sua comunidade, para um grupo local ou até mesmo para toda a cidade, intentando por melhor educação, qualidade de vida, melhor infraestrutura, saúde pública, segurança, seja qual for a demanda.

O entrevistado 3, por exemplo, entende a participação com os telejornais como uma prática cidadã e quando tem oportunidade de contribuir com alguma coisa, o faz, seja no telejornalismo local ou até mesmo nacional e, inclusive, enviou vídeos para o projeto 'O Brasil que eu quero'<sup>3</sup> da Rede Globo. "A gente tem que estar sim cobrando, porque é nosso direito como cidadão, como eleitor... Eu tenho mais essa perspectiva mesmo, eu compartilho essas informações para gerar mudança!" (Entrevista concedida à autora, 2022). A Entrevistada 5 afirma que teve a ideia de "tornar midiático" um fato para que a situação se resolvesse mais rapidamente, já que, mesmo comunicando para as autoridades locais, nada tinha se resolvido.

Para a entrevistada 10, o que a motivou a enviar conteúdo para um dos telejornais da cidade foi no intuito de ter visibilidade em um caso que estava acontecendo: "Participei com o JMTV por causa de um abuso de cobrança que aconteceu na instituição que eu estudava. A gente estava tentando uma solução administrativa junto a eles, porém foram muito irredutíveis" (Entrevista concedida à autora, 2022). Ela afirma que caso o assunto fosse veiculado na TV, o caso iria ter visibilidade e chamaria a atenção do Programa de Proteção e Defesa do Consumidor - PROCON, fazendo com que o órgão

---

<sup>2</sup> Uns dos bairros mais antigos da cidade e com maior número de moradores.

<sup>3</sup> Projeto lançado em janeiro de 2018 (ano eleitoral), que visava incentivar os brasileiros de todas as cidades do país a gravarem vídeos falando sobre seus sonhos, desejos e anseios com relação a um Brasil melhor. Os vídeos eram exibidos nos telejornais da emissora e no programa Fantástico. De acordo com o projeto, habitantes de 99,5% dos municípios do país enviaram suas mensagens. 9% das mensagens foram gravadas por crianças; 7%, por adolescentes; 13%, por idosos; 71%, por adultos. Disponível em: <https://g1.globo.com/o-brasil-que-eu-quer/>.

tratasse o caso com mais seriedade, "porque, querendo ou não, os órgãos só tratam com mais seriedade quando a credibilidade deles está sendo questionada. Então a gente precisou constranger o PROCON através do telejornal pra ter atenção nesse caso" (Entrevista concedida à autora, 2022).

Os entrevistados 7 e 8 também afirmam que tentar solucionar ou denunciar alguma mazela da cidade é o que os motivam a participar com os telejornais. O que nos leva a ponderar que, a maioria dos entrevistados do nosso 'universo participativo' participa porque querem solução de problemas e mudanças, seja para si mesmo ou para o meio social onde vive. Porém, com os entrevistados, percebemos que as redações jornalísticas parecem não dar a devida atenção a esses materiais que chegam até elas. Isso foi constatado, com o que foi apreendido durante as entrevistas, por três razões: 1) na maioria das vezes não há nenhum retorno sobre o conteúdo que foi enviado; 2) grande parte do conteúdo que a população envia não é veiculada; e 3) na maior parte das redações dos telejornais não é disponibilizado um canal para a comunicação com o telespectador, muitos precisam ir até à emissora ou mandam o conteúdo para o *WhatsApp* pessoal do jornalista, assim, a participação é facilitada para quem já tem contato alguém de dentro das redações.

A falta de um canal mediador entre o telespectador e as emissoras de televisão também é algo que desmotiva a participação. A entrevistada 5, por exemplo, afirma: "uma vez eu fiz uma foto, sobre uma situação aqui na rua de trás da minha casa, mas nunca tinha enviado porque não sabia como proceder para tornar isso viável, pra fazer ser uma notícia (Entrevista concedida à autora, 2022)". A maior crítica dos nossos entrevistados é a de não conseguirem ter facilidade em participar com o telejornal da TV Mirante. A emissora é uma das mais procuradas justamente por ter o jornal de maior audiência na cidade, logo, se é a que tem maior audiência, então é a que dará maior visibilidade ao que o indivíduo procura.

### **"Para mim, a função do telejornal é..": a importância do telejornalismo na visão dos sujeitos participativos**

O entrevistado 1 atribui grande importância ao telejornal, uma vez que possui a função de informar a população. Mas não só isso, a importância está também em passar a notícia com responsabilidade e seriedade. Ele afirma:

Eu penso que esse é o principal papel do telejornal, o de passar a notícia de uma forma que eu possa confiar. É isso: tem como função passar com responsabilidade a informação para o povo. E o povo precisa de

informação, precisa se atualizar das notícias, sejam elas boas ou não (Entrevista concedida à autora, 2022).

Partindo da mesma ideia, a entrevistada 6 também afirma a importância que o telejornal possui na sua função de informar a população, principalmente sobre o que acontece na comunidade.

Às vezes a gente passa o dia trabalhando no escritório e não sabe do que acontece lá fora e aí quando a gente chega em casa se abastece do que aconteceu no dia da nossa cidade, estado, e até do país, né, com o noticiário na TV (Entrevista concedida à autora, 2022).

A entrevistada fala ainda sobre a função do (que entende como) jornal comunitário que, nas palavras dela, é o que é feito com notícias locais, em sua maioria, para não só informar, como também ajudar a comunidade, como, por exemplo, avisar quando houver falta de água. "O (telejornal) comunitário que a gente tem aqui faz essa parte, de ajudar a gente como proceder em algo específico, como as campanhas de vacinação, sabe?" (Entrevista concedida à autora, 2022). Com um pensamento parecido, a entrevistada 2 percebe o telejornal como um "prestador de serviços" à comunidade.

Eu acredito que o telejornal chega onde muita gente não consegue chegar e é por isso que muitas pessoas, a princípio, procuram se informar pelo telejornal, por ser mais acessível, tem um contato maior com o público, com a população da cidade. O telejornal parece se importar mais com o que acontece com a população do que a polícia, por exemplo. É por isso que eu participo, porque eu tenho a esperança de que essas denúncias vão ser aproveitadas mais pelos telejornais do que as outras instituições. É como se o telejornal fosse um prestador de serviço para a sociedade (Entrevista concedida à autora, 2022).

Com uma visão diferente, o entrevistado 3 vê uma função educativa no jornalismo televisivo. "Eu acredito muito que o telejornal é educação, eu vejo assim. Ele tá mostrando as notícias, sim, o que aconteceu. Mas eu acho que ele também tem o poder e pode ensinar muito o povo. Eu tenho essa visão!" (Entrevista concedida à autora, 2022). Com um ponto de vista parecido, a entrevistada 4 afirma que o telejornal tem a função de provocar a criticidade da população. Ao mesmo tempo em que informa, ele também ajuda o cidadão a pensar, a formar uma opinião.

O telejornal é de extrema importância, né, porque é ele quem vai ditar como que a notícia é passada e existe aquela questão da imparcialidade, também. Eu acho muito importante e relevante... Ele dita pensamentos, entende?! Por exemplo, quando se instala um governo ditatorial, a primeira coisa que se derruba é a mídia, os jornais, tanto é que existe essa censura na Coreia do Norte, na China. Por isso que é importante,

porque os jornalistas passam o que está acontecendo e nos ajudam a pensar a ser críticos (Entrevista concedida à autora, 2022).

Para entendermos melhor essa visão 'educativa' que alguns dos entrevistados possuem do telejornalismo, refletiremos sobre o que Vizeu (2009) diz sobre a função pedagógica do telejornal em, diariamente, "organizar o mundo", procurando torná-lo mais compreensivo ao público. Isso quer dizer que ele opera a notícia de uma forma didática fazendo, assim, uma mediação entre o indivíduo e os diversos campos de conhecimento. "O jornalismo se autorreferência como um lugar de mediação, de desegregização, de revelação da verdade e orientação de homens e mulheres na contemporaneidade" (Vizeu, p. 80, 2009).

Partindo de uma visão mais pessimista com relação aos telejornais de Imperatriz, a entrevistada 10 afirma que a função do telejornalismo é passar a notícia verdadeira, posicionando-se de maneira isenta, porém isso é o que está faltando a alguns dos jornalismo televisivos da cidade, fazendo-a, inclusive, a não consumir as notícias com a frequência que possuía antes.

Uma coisa que, às vezes, me desmotiva muito de consumir o conteúdo é que o viés ideológico fica muito claro e eu acho que a função do telejornalismo não é fazer palanque é a de passar as notícias, independente de quem sejam os responsáveis (Entrevista concedida à autora, 2022).

Ela observa que, em Imperatriz, o telejornal acaba servindo ao proprietário da emissora ou a quem patrocina, desviando-se da função que deveria possuir, que é a de servir à sociedade.

Já o entrevistado 9, contradizendo a entrevistada anterior, sustenta que a função do telejornal é a de afirmar e reafirmar a verdade, principalmente nos dias atuais em que o fluxo e os canais de informação estão cada dia mais crescentes, dando base para o surgimento de notícias de procedência duvidosa.

Eu vejo a função do telejornal como a de afirmar e reafirmar a verdade, por exemplo, muita gente fala que por causa das redes sociais o telejornal vai acabar, mas eu não acredito nisso. Porque o que eu vejo no *WhatsApp* e no *Instagram*, eu não vejo como uma verdade absoluta e eu acho que o telejornal tem essa função de reafirmar a verdade, porque estão trabalhando de forma séria. Então quando eu vejo algo no jornal, eu levo aquele assunto mais a sério, porque é um assunto mais trabalhado, mais destrinchado, não é igual o que recebo no *WhatsApp*, porque eles estão trabalhando com responsabilidade. Por exemplo, no jornal nacional mesmo, se o Bonner fala alguma coisa errada, no outro dia ele tá se retratando, por mais que seja uma coisa mínima (Entrevista concedida à autora, 2022).

A entrevistada 5, por sua vez, apresenta dois pontos de vista sobre a função do telejornal: um positivo e um negativo. Apesar de dizer que o telejornal tem como função informar e ajudar a sociedade, ela afirma que ele também tem uma função 'apelativa'. De acordo com a entrevistada, o que é passado em algumas situações, em alguns casos, são apelativos, ao ponto que "você precisa ter um certo conhecimento para não deixar se envolver por situações que são dimensionadas ao cidadão e que às vezes acaba interferindo mesmo no dia a dia, na opinião." (Entrevista concedida à autora, 2022). Com relação a esse envolvimento que o jornal possui nas concepções do cidadão, nos lembramos da Teoria da Agenda-Setting ou do Agendamento (Mccombs; Shaw, 1972), que conclui que os meios de comunicação de massa trabalham na formação da opinião pública, mas isso é algo que será abordado detalhadamente mais à frente.

Ela também garante que a impressão que possui é a de que o que colocado pelo telejornal, é lei e não é passível de questionamento. "E são poucas pessoas que têm esse pensamento crítico de analisar o outro lado, né, fora o que está sendo televisionado" (Entrevista concedida à autora, 2022). Agora, com um olhar mais otimista, a mesma entrevistada diz que também vê a função do telejornalismo no auxílio do cidadão, a partir do momento em que a TV entrou na casa de quase toda a população.

A gente percebe muito isso pelas campanhas de violência contra a mulher, criança, que se tornou muito ampla depois que passou a ser televisionado. Eu percebo que as emissoras passaram a se empenhar mesmo com relação a temas que são gritantes na nossa sociedade, tanto que você percebe que os quadros hoje em dia, do telejornal, mudaram para um âmbito mais social. Tem quadros que falam da culinária, do cotidiano, de saúde, de viagens, que falam das lutas dos cidadãos. Então mudou-se muito com relação ao que era antes, né, que dependia de uma notícia geral para se tornar uma local e hoje uma local consegue se tornar uma geral (Entrevista concedida à autora, 2022).

O entrevistado 7 afirma que mesmo que as crescentes plataformas de *streamings*, como o *Youtube* ou *Netflix*, possam ameaçar a programação televisiva e, conseqüentemente, a transmissão jornalística, o telejornal ainda é tido como uma prioridade entre várias famílias no país. E isso realmente se confirma com pesquisas recentes feitas sobre o consumo de televisão, algumas, inclusive, estão apresentadas no começo do tópico. Segundo o entrevistado, "ainda se tem aquele costume da família chegar do trabalho e jantar em frente à televisão assistindo o jornal, ou almoçar assistindo o jornal do meio-dia e debaterem entre si assistindo as notícias" (Entrevista concedida à autora, 2022).

"Eu acredito que tenha uma importância muito grande, né, porque às vezes a população não tem um local onde denunciar ou criticar algo, então acho importante esse papel da imprensa pra sociedade" (Entrevista concedida à autora, 2022). É dessa forma que o entrevistado 8 vê a função do telejornalismo, enquanto um palco de denúncias, talvez até uma ouvidoria, na qual o cidadão pode externalizar as mazelas da sua comunidade ou poder tecer críticas no momento em que achar que as políticas públicas não estão alinhadas com o que está assegurado na Constituição Federal, por exemplo. Ele ainda afirma que: "E em cidades de médio porte, do interior, assim como é Imperatriz, eu acho relevante esse contato com a sociedade" (Entrevista concedida à autora, 2022).

Algo interessante que o entrevistado 9 mencionou, e que aprendemos nas escolas de jornalismo, é que o telejornal parece 'agendar' as conversas dos cidadãos. Essa hipótese é apresentada na Teoria da Agenda-Setting ou do Agendamento (Mccombs; Shaw, 1972), que afirma que os meios de comunicação de massa, principalmente a televisão, não pretendem persuadir, mas apresentam à sociedade uma relação daquilo que é importante e necessário de ser discutido. Ainda de acordo com a teoria, são os meios de comunicação que proporcionam a compreensão de grande parte da realidade social que o público tem (Temer; Nery, 2004). Para os entrevistados, isso também influencia na sua motivação ao participar com os telejornais, uma vez que quer que as pessoas tenham conhecimento e debatam sobre aquilo que julgam ser significativo. Assim, o entrevistado 9 afirma: "se eu tenho algo em mãos, que eu considero importante, eu vou querer enviar pro jornal pra que aquilo seja visto, seja televisionado, seja escrito e seja exposto" (Entrevista concedida à autora, 2022).

Também perguntamos aos nossos entrevistados se eles achavam que tinham alguma função ou responsabilidade, com relação ao telejornalismo, enquanto telespectadores. Queríamos entender se eles achavam que possuíam essa incumbência de colaborar com os telejornais, uma vez que os consumiam. Começaremos com o entrevistado 1, que alega que a sua função não é ser apenas um telespectador, mas também de criador de conteúdo.

Eu saio da posição de apenas telespectador e passo a fazer o papel também de criador de conteúdo, não sei como explicar direito isso. É como se eu não estivesse apenas consumindo, mas ajudando a produzir aquilo ali, entende!? (Entrevista concedida à autora, 2022).

Partindo da mesma linha de pensamento, o entrevistado 3 afirma que também tem a função de colaborador: "além de telespectador, eu tenho a função de colaborador também, né, a gente vai sim tá contribuindo... de maneira pequena ou de maneira grande,

não sei, mas é uma contribuição" (Entrevista concedida à autora, 2022). O entrevistado 9, por sua vez, entende que, enquanto consumidor do telejornal, ele tem a função de interagir com o mesmo. "eu acredito que eu tenho função sim, porque, querendo ou não, eu sou um consumidor desse produto que é passado... O cidadão não é mais aquele que só recebe, mas que interage também" (Entrevista concedida à autora, 2022). Percebemos que esses entrevistados assumiram a postura de 'coprodutores' da notícia e agem como tal: produzindo conteúdo para enviar para as redações jornalísticas ou compartilhando algo que receberam e julgavam ser importante de ser noticiados.

Quando questionada, a entrevistada 2 disse que acredita que possui, sim, uma função enquanto cidadã e telespectadora. Para ela, a função é a de estabelecer uma ponte entre a notícia e quem vai noticiar. Inclusive, essa ideia pôde ser evidenciada durante as entrevistas, enquanto ela afirmava que quando tinha conhecimento de algo ou alguma denúncia a fazer, o telejornal era o primeiro lugar que ela pensava em comunicar. Para a entrevistada 10, todo mundo tem uma função para com o telejornal, principalmente porque podemos contribuir com relação às coisas que acontecem no local que estamos inseridos e que não possuem projeção a ponto de chamar a atenção da mídia, por exemplo. Uma coisa interessante que ela menciona é que o público também possui a função de 'alertar' um telejornal que não esteja com boa procedência a partir do momento que para de assisti-lo.

Eu creio que todo mundo tem (uma função). Primeiro que a gente pode sempre contribuir com relação às coisas que acontecem no local em que estamos. Por exemplo, o jornal não tem como saber as coisas que acontecem no meu bairro, por ser uma esfera muito pequena, mas eu posso contribuir chamando a atenção deles para isso. E também na questão do consumo, acho que quando a gente filtra o que consome, a gente contribui com o jornalismo nem que seja não dando ibope, tipo, 'eu não estou assistindo tal jornal porque eu não compactuo com esta ideia de trabalho' (Entrevista concedida à autora, 2022).

Com uma resposta diferente dos entrevistados anteriores, a entrevistada 4 diz que a função que possui é a de verificar a notícia, para não correr o risco de receber tudo o que é veiculado como verdade. Para ela, isso é algo importante "porque existem veículos de notícias que são de fato imparciais, mas existem aqueles que até no jeito de falar é tendencioso. Então cabe ao cidadão verificar se o que está sendo passado está correto" (Entrevista concedida à autora, 2022).

Entendemos que o modo como o público percebe a sua importância enquanto telespectador, interfere diretamente não só em como ele vê a função do telejornalismo na sociedade, como também no seu posicionamento em colaborar ou não com o

telejornal, enviando conteúdo. Analisamos, também, que, se para alguns, o telejornal local está a serviço da coletividade, então o indivíduo, inserido na sociedade, é quem cumpre esse papel de comunicar o que acontece ou não no espaço em que habita.

### **A participação do cidadão comum e a resolução de problemas**

Muitos dos nossos entrevistados acreditam que o telejornalismo possui, sim, o poder de ajudar na resolução dos problemas referentes à rua, ao bairro ou até mesmo, em um âmbito geral, à cidade que pertencem. Esses problemas não serão resolvidos necessariamente de maneira mais rápida, mas, pelo menos, terão visibilidade no momento que televisionados. Para esses, as práticas jornalísticas estão ancoradas na premissa de expressar a representatividade dos moradores, possuindo o papel de alertar, denunciar e permitir a construção de melhorias de vida para os cidadãos.

O entrevistado 1 discute o assunto argumentando que ele não tem ideia se é resolvido de forma mais rápida, mas a repercussão passa a impressão de que os anseios da população serão, pelo menos, ouvidos pelas autoridades. Para ele, o telejornal possui também a função de, nesses momentos, ser a voz da população e também uma espécie de ouvidoria.

*“Querendo ou não a gente tem a impressão de que, sozinhos, a nossa fala é muito fraca, mas a partir do momento que você joga na mídia, a sua fala é ampliada e não chega só no ouvido do prefeito, do vereador, mas no ouvido de todo mundo, do Ministério Público, OAB, de quem quer que seja” (Entrevista concedida à autora, 2022).*

Ele, que já participou várias vezes com os telejornais da cidade, afirma que se futuramente fosse enviar algo para o telejornal, com certeza enviaria como uma forma de mostrar algum problema em seu bairro que precisa ser resolvido. “Eu uso e usaria a minha participação para mostrar uma dor do meio que estou inserido, para resolver algum problema da minha comunidade” (Entrevista concedida à autora, 2022). A entrevistada 2 compartilha do mesmo pensamento. Ela afirma que não acredita que porque passou na televisão, o problema vai ser sanado de maneira mais rápida, mas isso vai torná-lo público e terá uma chance maior de chegar ao momento de ser resolvido. O que ela acredita ser de grande valia, porque a questão principal é tornar público algum problema, porque aí as autoridades, por medo, tentarão logo resolver. “A gente tem essa ferramenta, do telejornal, como um modo de tentar movimentar questões burocráticas. Quando eu enviei conteúdo para o telejornal era justamente para meu problema ser solucionado” (Entrevista concedida à autora, 2022).

Já a entrevistada 6 acredita que não ajuda a resolver nenhum problema, principalmente nas questões do bairro em que reside. Para ela, o telejornal é útil, sim, só que, mesmo assim, não vê os problemas sendo resolvidos, quando televisionados. "Meu bairro, por exemplo, tem só cratera e isso é passado direito no jornal, mas o prefeito não resolve, vereador não resolve, mesmo com o jornal batendo na mesma tecla: que a cidade tá afundando em buracos" (Entrevista concedida à autora, 2022). Na mesma linha de pensamento está o entrevistado 8 que também acredita que os problemas não irão se resolver rapidamente. Ele vê a participação como "um desabafo da população, um grito, uma procura de mostrar aquele problema que estão vivendo. Mas, mesmo assim, não tem essa rapidez de resolver aquilo" (Entrevista concedida à autora, 2022).

O entrevistado 3 possui a mesma ideia dos anteriores, quando afirma que os problemas não são resolvidos de forma mais rápida. Porém ele tem uma outra hipótese sobre como os problemas se resolvem. Para ele, os problemas da cidade só são resolvidos de maneira mais rápida quando acontece algum acidente fatal. "Aí rapidamente, em questão de dias, eles arrumam a infraestrutura pra não ter nenhuma denúncia em relação aos governantes" (Entrevista concedida à autora, 2022). De fato, um problema de infraestrutura será rapidamente resolvido após uma fatalidade. Todavia, esses casos possuem repercussão também quando televisionados. Não raro, assistimos nos telejornais casos de acidentes que aconteceram por falta de sinalização ou buracos na rua, por exemplo. Logo, podemos pressupor que os telejornais também têm uma parcela na resolução de problemas desse tipo.

Com uma visão mais otimista, o entrevistado 7 acredita que não só ajuda, como o retorno é automático. Ele presume que as autoridades políticas, por exemplo, têm medo de 'manchar sua imagem' e quando uma denúncia é feita, automaticamente, lançam uma nota dizendo que tão logo uma equipe será enviada para dar um jeito no ocorrido. "Parecem ter um medo muito grande, não consigo explicar o que é que eles têm... Mas o meio de comunicação é essencial para esse tipo de coisa, pra fazer denúncia" (Entrevista concedida à autora, 2022).

Para o entrevistado 9, a melhor maneira de resolver alguma mazela da comunidade é levando para o telejornal, ao invés de ir até as instituições para tentar resolver o problema.

Porque no momento que eu mando pro telejornal que meu bairro está sem água ou que minha rua sofre pela falta de infraestrutura, o jornal vai mostrar isso na TV e ainda vai buscar uma resposta da prefeitura ou da empresa que é responsável pelo abastecimento de água, por exemplo. Então eu acredito que é uma forma bem mais útil e até menos

cansativa do que tentar resolver por si próprio (Entrevista concedida à autora, 2022).

As entrevistadas 5 e 10 partem do mesmo princípio: o telejornal é um grande auxiliador na resolução de problemas. E é isso o que, também, as motivam a participar com o envio de conteúdo. Como é o caso da entrevistada 5, ao dizer que o seu incentivo, ao enviar conteúdo para o telejornal, foi de tornar a situação que presenciou conhecida de todos para que a solução chegasse de maneira mais rápida. "Porque hoje em dia está assim, quando você leva pra mídia, tudo se alastra numa dimensão, ou positiva ou negativa, com muita intensidade" (Entrevista concedida à autora, 2022). Para elas, a participação também é uma forma de encorajar outros cidadãos a levarem as mazelas da cidade à público. Para a entrevista 10, tudo que repercute, principalmente de maneira negativa, gera uma urgência dentro das instituições para que se resolva.

Normalmente uma atenção negativa atrai outras questões negativas, então se uma pessoa levanta um problema, outras pessoas vão se levantar dizendo que já passou ou tá passando pelo mesmo problema e não sabia que era possível resolver e fala que quer somar forças. Então as vezes vem uma bola de neve pra cima da instituição (Entrevista concedida à autora, 2022).

É interessante perceber que mesmo aqueles que dizem não acreditar que o telejornal seja uma peça importante na resolução das mazelas do meio em que vivem, de certa forma, assumem que o problema, pelo menos, chega até ao conhecimento das autoridades, quando televisionados. Uma vez que, eles sempre optam por apagar esses 'incêndios', mesmo que pequenos, mais rápido, para que não vire uma coisa totalmente fora de controle. Outra coisa que foi percebida é que a maioria procura participar com os telejornais, enviando denúncias, por exemplo, pensando no bem comum, ou seja, tentando resolver um problema que não assola a si mesmo, mas a comunidade em geral. A entrevistada 10 até externaliza isso ao dizer que "Em todas as vezes, a minha participação nunca foi pessoal, eu não faço questão de ser reconhecida, o que eu busquei em todas as vezes foi a solução para problemas da comunidade" (Entrevista concedida à autora, 2022).

Boa parte dos entrevistados também falou da importância das emissoras de Imperatriz abrirem espaço para a participação do público. Entendemos que a relevância do telejornalismo local possuir canais abertos para o público se explica pela necessidade de se ter visibilidade para problemas locais que não são de interesse da grande mídia. A entrevistada 6, por exemplo, aborda esse assunto, ao falar desses espaços que são abertos pelos telejornais para a contribuição do público: "É importante ter os telejornais voltados

para a comunidade, porque parece que são mais comprometidos com os moradores dos bairros, que estão mais comprometidos com o que acontece no nosso cotidiano" (Entrevista concedida à autora, 2022).

Observamos que, atualmente, há mais iniciativas dos grandes jornais em produzir matérias ou programas voltados para a comunidade do que antigamente, porém as coberturas seguem padrões que não privilegiam o olhar local. E os cidadãos quando levam suas denúncias ao telejornal, por exemplo, podem ajudar os jornalistas, sendo seus olhos para o que acontece na comunidade. Como bem afirma o entrevistado 3:

É extremamente importante que os telejornais abram espaço para a participação do público. Porque eu acredito que nós enquanto telespectadores e colaboradores também, merecemos ter o nosso local de fala. Merecemos, sim, ser ouvidos. É importante até mesmo para o telejornal saber o que tá acontecendo na cidade ou o que eles esperam da gente (Entrevista concedida à autora, 2022).

Para a entrevistada 4, se o telejornal vai pautar o que é debatido na sociedade, então que as notícias sejam aquelas que estão relacionadas ao dia a dia do cidadão. E é aí que está a importância de se ter canais abertos para a participação do público.

É muito importante que o telejornal abra espaço para a participação do público. Porque se a mídia vai pautar o que vai ser debatido na sociedade, então ela tem que ser um reflexo do que está ocorrendo na sociedade, seja desigualdade, racismo, qual pauta que está sendo debatida? E noticiar sobre isso. Tem que deixar a pessoa falar por si. É importante que várias pessoas, vários grupos, que qualquer pessoa esteja pautando o que vai ser discutido (Entrevista concedida à autora, 2022).

Para alguns, a participação do público pode até trazer mais credibilidade ao que é noticiado pelos telejornais da cidade. Para o entrevistado 1, por exemplo, quando o telejornal veicula imagens enviadas pela sua audiência, "com o barulho do carro ao fundo, a galinha cantando, por exemplo, isso traz um "q" de vida real" (Entrevista concedida à autora, 2022). Para a entrevistada 10, além de gerar um sentimento de se ter um telejornalismo mais acessível e de que todos podem colaborar com a construção das notícias, a participação do cidadão também "dá uma ideia mais democrática né, de que a mídia não mostra só o que ela quer, às vezes a mídia também mostra o que você ofereceu a ela" (Entrevista concedida à autora, 2022). Ela ainda afirma que isso gera uma interação mais positiva entre quem consome e o jornalista produz a notícia, fazendo com que o cidadão queira participar mais.

Outros já afirmam que, ao mesmo tempo que o telejornal abre espaço para a participação, também está fidelizando sua audiência. É o que diz o entrevistado 1:

A partir do momento que eles abrem espaço para o público participar, a mesma pessoa que mandou uma sugestão de pauta, por exemplo, a todo momento vai estar ali na frente da TV assistindo para saber se o que ela compartilhou vai estar sendo veiculado. Consequentemente, a família vai estar perto, vai estar do lado... Eu tenho certeza que isso é uma forma de manter a audiência (Entrevista concedida à autora, 2022).

A entrevistada 5 também acredita que a participação dos indivíduos também contribui em relação ao crescimento da emissora. Para ela, "quando aborda situações em que o público possa opinar e também possa decidir, eu acredito que aquela emissora vai com certeza ganhar mais visibilidade" (Entrevista concedida à autora, 2022). Sobre isso, Cajazeira (2013), vai dizer a colaboração do cidadão comum, por meio da produção de vídeos, fotos, entre outros, se manifesta com forte teor de impacto e, consequentemente, com o aumento da audiência, já que abre ao público a possibilidade de serem 'coprodutores' da notícia.

A mesma entrevistada termina dizendo que se a colaboração do cidadão é algo esclarecedor e que serve de ponto de apoio para a população, então as emissoras precisam receber mais esse público participativo para melhor informar os cidadãos.

Finalizaremos com a indagação do entrevistado 3: 'Como é que vou assistir uma coisa que tá longe da minha realidade? Ainda mais sendo um telejornal local?'. Entendemos que o cidadão comum procura colaborar com a construção da notícia uma vez que quer consumir aquilo que está dentro da sua vivência. Para eles, os telejornais podem ser tanto uma ferramenta de transformação, por meio de denúncias, chamando a atenção para problemas locais, quanto pode ser uma ferramenta de construção de sentidos, uma vez que atende os interesses locais, a partir das demandas locais.

### **Considerações Finais**

Em relação às motivações dos nossos entrevistados, constatamos que a grande maioria é incentivada a participar pelos mesmos motivos: a busca por solucionar algum problema, individual ou coletivo, e a busca por mudanças na sociedade, não pensando somente em si mesmo, mas no meio onde convive. Também notamos que há os que querem ter visibilidade e ser percebido como parte na construção da notícia da comunidade em que vive, porém, esses, são uma parcela pequena, quando comparados aos indivíduos que enviam conteúdo para os telejornais porque os têm como um grande solucionador de problemas ao dar voz à população. No entanto, percebemos que grande parte de suas

motivações são abafadas pelas redações jornalísticas que parecem não dar a devida atenção ao material que chega até elas.

Três motivos, expressos pelos entrevistados, explicam isso: primeiro, é comum não haver nenhum retorno sobre o conteúdo que foi enviado; segundo, além de não receber retorno, grande parte do conteúdo que a população envia, e considera importante para o imperatrizense, não é veiculada; e, por último, na maior parte das redações dos telejornais não é disponibilizado um canal para a comunicação com o telespectador, muitos precisam ir até à emissora ou mandam o conteúdo para o *WhatsApp* pessoal do jornalista, caso tenham algum contato dentro das redações.

Com a pesquisa, pretendeu-se também entender sobre a função social do telejornal na visão dos entrevistados, com o intuito de conferir se as motivações que impulsionam o cidadão a participar estão ligadas com as percepções que possuem acerca do jornalismo televisivo. A grande maioria afirma que a função do telejornal é a de passar a informação com qualidade e responsabilidade sobre o que acontece na sociedade e é por isso que é tão importante.

Uma função 'educativa' também foi atribuída aos telejornais por alguns dos nossos entrevistados. Percebemos que o telejornal também é visto com a responsabilidade de agendar a conversa dos cidadãos, hipótese que, inclusive, é apresentada na Teoria da Agenda-Setting ou do Agendamento (Mccombs; Shaw, 1972). Ao falar sobre a função do telejornalismo, nosso 'universo participativo' também explanaram o que pensam sobre o que pode ser sua responsabilidade com relação ao processo de construção da notícia do meio em que vive. Muitos acreditam que, a partir do momento no qual consomem a notícia, possuem a incumbência de também interagir com o telejornal. É como se assumissem o papel de 'coprodutores' e assim passassem a agir. Entendemos que a maneira como eles percebem a sua importância enquanto telespectador, vai interferir diretamente tanto no modo de como vê a função do telejornalismo, como na disposição em colaborar ou não com os telejornais, enviando conteúdo. Muitos veem o telejornal como se estivesse a serviço da coletividade, dessa forma, o indivíduo, inserido na sociedade, entende que é ele quem cumpre esse papel de comunicar o que acontece ou não no espaço em que habita.

E, por fim, o terceiro momento das análises diz respeito à participação do público como uma busca da resolução tanto das mazelas da sociedade, como também de problemas individuais. Sobre isso, compreendemos que a maior parte do nosso 'universo participativo' acredita nesse 'poder' que o telejornalismo possui de ajudar a população na solução de contratempos que surgem na comunidade. Porém, acreditam que esses problemas, mesmo não sendo resolvidos de maneira mais rápida, irão, ainda assim, ter

visibilidade quando televisionados, chamando a atenção tanto das autoridades políticas, quanto dos cidadãos.

Percebemos, também, que muitos acreditam que a melhor maneira de tentar resolver algum problema da população é levando suas queixas para os telejornais, ao invés de ir diretamente até as instituições ou autoridades políticas.

Algo que chamou nossa atenção sobre essa questão, é que mesmo quando alguns diziam não acreditar que o telejornal tenha alguma parte na resolução das mazelas da sociedade, ainda assim assumiram que o problema, pelo menos, chega até ao conhecimento das autoridades, quando são televisionados. Ou seja, ao tornar o problema notório, chamando a atenção da sociedade, o telejornal se torna uma peça importante na resolução desses infortúnios, ainda que não sejam resolvidos de forma rápida.

Os entrevistados também falaram a respeito do quão significativo são os espaços abertos pelas emissoras de Imperatriz para a participação do cidadão. De acordo com eles, essa importância se dá pois, se o telejornal vai pautar o que é para ser debatido na sociedade, então que as notícias sejam aquelas relacionadas ao cotidiano dos moradores. Outros afirmaram que a participação do público pode até dar mais credibilidade ao que é noticiado nos telejornais da cidade, uma vez que, acreditam que quando o cidadão colabora com a construção da notícia, passa a ideia de que a mídia local não veicula somente o que quer, mas o que é importante para a comunidade. A relevância do telejornalismo local de possuir canais abertos para a participação do público se explica pela necessidade de dar uma atenção maior para problemas locais que muitas vezes não são do interesse da grande mídia.

Apesar do nosso 'universo participativo' ser apenas um recorte do público imperatrizense que envia conteúdo que julga ser noticioso para os telejornais, acreditamos na relevância do que foi apreendido nesta pesquisa e que a mesma, como já mencionado anteriormente, contribui para a necessidade de refletir sobre o papel de 'coprodutor' da notícia, que vem sendo desempenhado pelos cidadãos, principalmente no âmbito do telejornalismo regional/local.

A realização desse trabalho deu origem a várias outras inquietações, como, por exemplo: há diferença na participação do público (como também nas suas motivações) com relação a outros meios de comunicação? Como os profissionais jornalistas entendem essa visão que os cidadãos possuem do telejornalismo enquanto um importante elemento para a resolução dos problemas da comunidade? E as instituições políticas, por exemplo, também entendem esse papel do jornalismo? Isso nos faz entender que esse trabalho pode ser estendido também para a observação do comportamento do público participativo para além dos telejornais. Porém, essas inquietações serão discutidas em

pesquisas futuras. As considerações aqui apresentadas possuem mais um sentido de continuação do que de fim.

## Referências

- Biembengut, Maria. (2008). *Mapeamento na pesquisa educacional*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna.
- Blumer, Helbert (1980). *El Interacionismo simbólico: perspectiva y método*. Barcelona: Hora.
- Charron, Jean., & De Bonville, Jean. (2016). *Natureza e transformação do Jornalismo*. Florianópolis: Editora Insular.
- Chaparro, Manoel (2009). *Jornalismo: linguagem e espaço público dos conflitos da atualidade*. São Paulo.
- Deuze, Mark. (2009). The future of citizen journalism. In Allan, S.; Thorsen, E. Citizen.
- Freitas, Henrique; Oliveira, Mirian., Saccol, Amarolinda, & Moscarola, Jean. (2000). O método de pesquisa survey. São Paulo/SP: *Revista de Administração da USP, RAUSP*, 35(3).
- Manzini, Eduardo José. (2004). Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. In Seminário Internacional sobre pesquisa e estudos qualitativos, 2, 2004, Bauru. *A pesquisa qualitativa em debate*. Anais... Bauru: USC, 10p.
- Morgan, Gareth (1980). Paradigms, metaphors, and puzzle solving in organization theory. *Administrative Science Quarterly*, 25(4).
- Recuero, Raquel. (2012). A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina.
- Rost, A. (2012). Modelos de uso y gestión de redes sociales en el Periodismo. In *IV Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0, 4*, Bilbao. Anais... Bilbao: Ciberpebi, pp. 1-14. <https://pt.scribd.com/document/229601956/Modelos-de-uso-y-gestion-de-redes-sociales-enel-Periodismo-2012-11>. Acesso em 1 de setembro de 2021.
- Schwandt, T. A. (1994). Construtivist, interpretivist approaches to human inquiry. In Denzin, Norman K., & Lincoln, Yvonna S.(eds.) *Handbook of qualitative research*. USA: SAGE.
- Vizeu, A.; Siqueira, F. (2010). O telejornalismo: o lugar de referência e a revolução das fontes. In A. Vizeu, F. Porcello, e I. Coutinho (orgs.), *60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica*, (pp. 83- 99).

**ABSTRACT:**

This article is an excerpt from the master's Dissertation entitled "'I participate because...': reflections on the participation of ordinary citizens in the telejournalism of Imperatriz (MA)", which aims to understand the intention of ordinary citizens to collaborate in the construction of news. The research also aims to understand why these people assist television journalists in news production, even without being mentioned or receiving financial incentive. With an interactionist approach (Blumer, 1980), this work used the Survey collection technique and semi-structured interviews as a method. Among the main results, we found that the vast majority participate because they believe in the 'power' that television news must help individuals, or the community solve problems.

**KEYWORDS:** Participatory journalism; Telejournalism; Symbolic Interactionism; Imperatriz-MA.

**RESUMEN:**

Este artículo es un extracto del Trabajo de Fin de Máster titulado "Participo porque...": reflexiones sobre la participación del ciudadano común en los informativos de Imperatriz (MA)", que tiene como objetivo comprender la intención de los ciudadanos comunes de colaborar con la construcción de noticias. La investigación también pretende comprender por qué estas personas ayudan a los periodistas de televisión en la producción de noticias, aunque no sean mencionadas ni reciban incentivos económicos. Con un enfoque interaccionista (Blumer, 1980), este trabajo utilizó como método la técnica de recolección de Encuestas y entrevistas semiestructuradas. Entre los principales resultados encontramos que la gran mayoría participa porque cree en el 'poder' que tienen los noticieros televisivos para ayudar a la población en la solución de problemas individuales o comunitarios.

**PALABRAS CLAVE:** Periodismo participativo; Periodismo televisivo; Interaccionismo simbólico; Imperatriz-MA.