

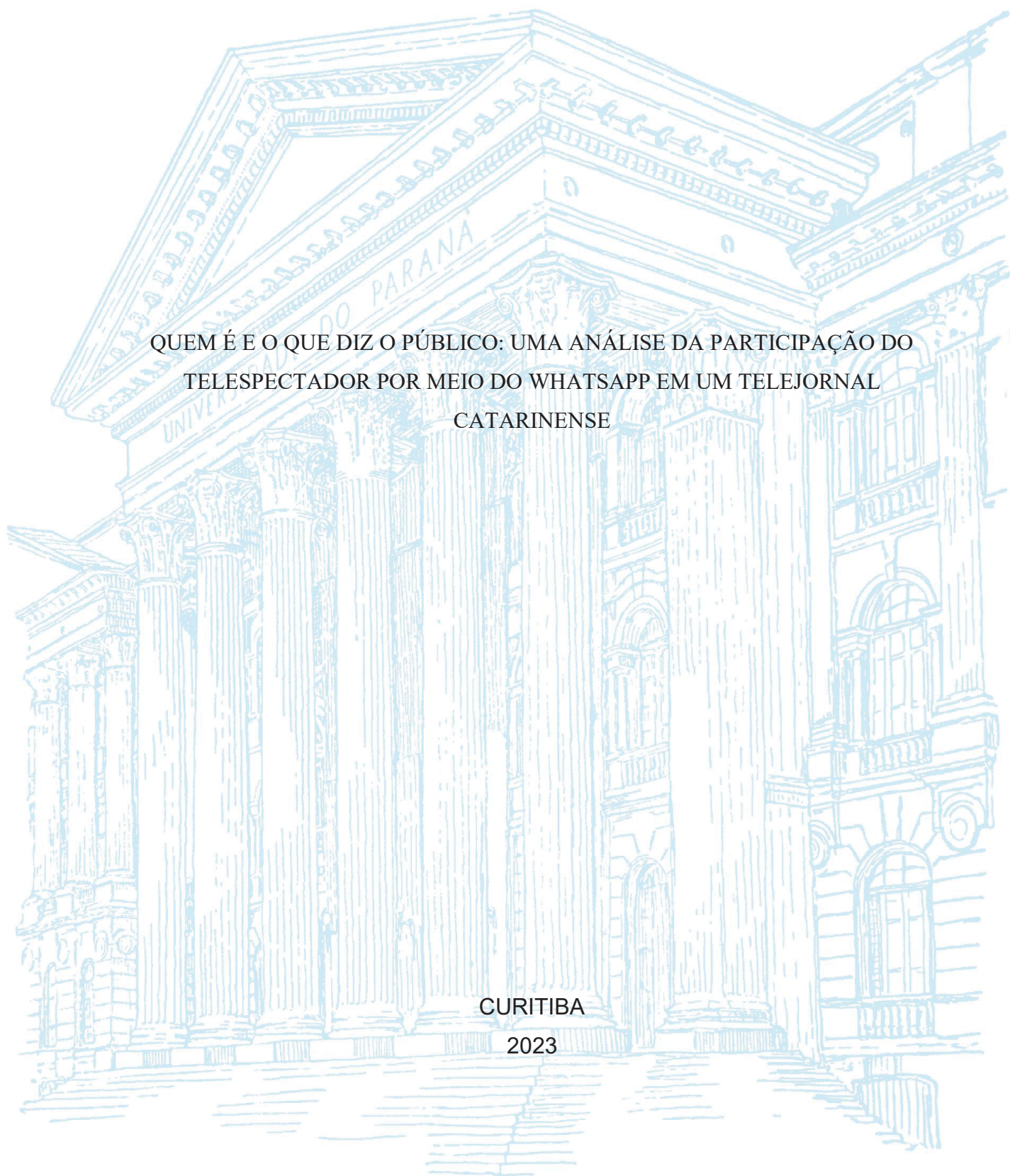
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

TATIANA DE SOUZA SABATKE

QUEM É E O QUE DIZ O PÚBLICO: UMA ANÁLISE DA PARTICIPAÇÃO DO  
TELESPECTADOR POR MEIO DO WHATSAPP EM UM TELEJORNAL  
CATARINENSE

CURITIBA

2023



TATIANA DE SOUZA SABATKE

QUEM É E O QUE DIZ O PÚBLICO: UMA ANÁLISE DA PARTICIPAÇÃO DO  
TELESPECTADOR POR MEIO DO WHATSAPP EM UM TELEJORNAL CATARINENSE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação, Setor de Artes, Comunicação e Design, da  
Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à  
obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. José Carlos Fernandes

CURITIBA

2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SISTEMA DE BIBLIOTECAS  
BIBLIOTECA DE ARTES COMUNICAÇÃO E DESIGN - CABRAL

---

S113 Sabatke, Tatiana de Souza  
Quem é e o que diz o público: uma análise da participação do telespectador por meio do whatsapp em um telejornal catarinense. / Tatiana de Souza Sabatke. – 2023.  
1 recurso online : PDF

Orientador: Prof. Dr. José Carlos Fernandes  
Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Artes, Comunicação e Design, Programa de Pós-graduação em Comunicação.  
Inclui referências.

1. Comunicação política. 2. Telejornal regional. 3. Participação do público. 4. *Whatsapp*. I. Fernandes, José Carlos. II. Universidade Federal do Paraná. Setor de Artes Comunicação e Design. Programa de Pós-graduação em Comunicação. III. Título.

CDD: 302.2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SETOR DE ARTES COMUNICAÇÃO E DESIGN  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO -  
40001016071P6

## TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação COMUNICAÇÃO da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de TATIANA DE SOUZA SABATKE intitulada: *Quem é e o que diz o público: uma análise da participação dos telespectadores por meio do WhatsApp em um telejornal catarinense.*, sob orientação do Prof. Dr. JOSÉ CARLOS FERNANDES, que após terem inquirido a aluna e realizada a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

A outorga do título de mestra está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

CURITIBA, 22 de Maio de 2023.

Assinatura Eletrônica

22/06/2023 21:05:16.0

JOSÉ CARLOS FERNANDES

Presidente da Banca Examinadora

Assinatura Eletrônica

17/06/2023 00:13:25.0

VALQUIRIA MICHELA JOHN

Avaliador Interno (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ)

Assinatura Eletrônica

15/06/2023 17:08:25.0

GRAZIELA SOARES BIANCHI

Avaliador Externo (UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA)

---

Rua Bom Jesus, 650 - CURITIBA - Paraná - Brasil

CEP 80035-010 - Tel: (41) 3313-2063 - E-mail: [ppgeom@ufpr.br](mailto:ppgeom@ufpr.br)

Documento assinado eletronicamente de acordo com o disposto na legislação federal Decreto 8539 de 08 de outubro de 2015.

Gerado e autenticado pelo SIGA-UFPR, com a seguinte identificação única: 292079

Para autenticar este documento/assinatura, acesse <https://siga.ufpr.br/siga/visitante/autenticacaoassinaturas.jsp> e insira o código 292079

## AGRADECIMENTOS

Quando chegou essa hora, não sabia nem como colocar no papel as palavras carinhosas e gentis com que gostaria de agradecer cada uma das pessoas essenciais nesse processo de transformação pessoal e profissional que é o mestrado. Sinto um misto de sentimentos pela alegria da etapa vencida, pelo início da trajetória acadêmica e pelo conhecimento adquirido.

Começo, agradecendo a Deus por ser fortaleza e amparo, por ter me guiado nesse processo e colocado no meu coração, quando às vezes nem eu acreditava ser possível, o desejo e a determinação para continuar.

Agradeço à minha família, especialmente minha mãe Geronilda, minhas irmãs Manuelli e Karina e meu pai, Osni, pelas palavras de incentivo e reconhecimento. Mãe, meu primeiro encantamento pelo mundo acadêmico veio quando você estava na faculdade e contava sobre seus professores que eram mestres, doutores e PhDs.

Adir, meu companheiro de vida, que me viu entrar e concluir a faculdade de Jornalismo, e depois o mestrado. Por vezes, você acompanhou o choro e a angústia e segurou a minha mão, dando força para continuar, compreendeu os momentos em que a ausência era necessária. Meu muito obrigada. Você é demais.

Ao professor José Carlos Fernandes, querido Zeca, que tão bem me recebeu, conduziu, orientou nessa jornada. Zeca, quem dera todos os orientandos tivessem pessoas gentis e humanas como você no caminho. Teu apoio e orientação foram fundamentais nesse processo.

Meu mais sincero agradecimento à professora Valquiria Michela John por ter feito parte da banca, e principalmente, pelos auxílios e esclarecimentos ao longo do percurso.

Obrigada, professora Graziela Soares Bianchi por ser inspiração desde a orientação na faculdade e agora, por aceitar compor a banca no mestrado. Quanta alegria concluir mais essa etapa tendo a sua companhia e ensinamentos.

Agradeço à amiga e gerente de jornalismo da NDTV, Drica Fermiano, por abrir as portas da emissora para que eu aprendesse sobre telejornalismo quando ainda era uma caloura. O que aprendi com você reflete, e muito, a profissional que sou hoje. Em seu nome, agradeço a NDTV por autorizar a realização da pesquisa.

Fundamentais neste processo também foram os queridos e dedicados telespectadores que contribuíram e foram essenciais para esta pesquisa. Agradeço a disponibilidade e comprometimento de sempre. Acreditem que vocês podem, cada vez mais.

Agradeço à professora e amiga Maiara Maduro por, há dois anos, ter incentivado e auxiliado no processo de produção do projeto de pesquisa para entrada no mestrado.

Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPR e todos os professores que transmitiram conhecimento e foram bússola nessa trajetória, minha admiração. Foi uma honra fazer parte desta instituição, uma universidade pública com qualidade e reconhecimento nacional e internacional.

Aos colegas e amigos da Prefeitura de Joinville, obrigada pelo apoio e compreensão. Ao secretário Thiago Boenig e à diretora Marina Andrade, meu especial agradecimento.

Aos meus amigos, obrigada por tantas vezes ouvirem as lamentações, compartilharem os momentos de felicidade pela publicação de artigo ou apresentação de trabalho. A vida é muito boa ao lado de vocês.

Por fim, aproveito esse espaço para agradecer a Tati, de 17 anos, que com vontade e com medo, saiu de casa em busca do sonho de ser jornalista. A jornada teve momentos de medo, mas muitos, muitos de realização profissional, de certeza da escolha certa sobre a profissão e de alegrias. Fazer jornalismo é um estilo de vida. E eu me alegro, todos os dias, por exercer essa profissão com ética, respeito e dedicação. Vamos em frente! Seguimos contando histórias pelo viés do jornalismo e deixando registrado na história da humanidade os acontecimentos daquilo que vivemos, vimos, ou nos relataram.

*“Estudar apenas os meios de comunicação, determinado programa de televisão, não é o mais importante, porque o ponto-chave do processo é desde onde se assiste.”*

Jesús Martín-Barbero, on-line, 2012.

## RESUMO

Esta pesquisa de mestrado em Comunicação é um estudo de recepção com objetivo de analisar a participação do público do *Balanço Geral Joinville (SC)*, por meio do WhatsApp. Esse modo de participação ocorre há cerca de dez anos, e procuramos investigar a forma como se estabelece a relação entre público e emissora de TV, além dos motivos que incentivam a participação. O objetivo geral da pesquisa foi entender o que leva o telespectador a opinar diariamente, pelo WhatsApp, durante o *Balanço Geral Joinville* e investigar a relação desenvolvida em um ambiente de comunicação local/regional. Ao identificar, cadastrar e interpretar esses dados, conseguimos apontar quais são as motivações e consequentemente a relação que se constrói nesse processo. Para fazer esta análise, utilizamos múltiplos métodos para a coleta de dados, como formulário eletrônico e grupo de discussão on-line e presencial. Desta forma, estabelecemos contato, em um primeiro momento, com 26 telespectadores que responderam ao formulário eletrônico e finalizamos a pesquisa com a participação de oito telespectadores que integraram o grupo de discussão, sendo que todos eles participam do telejornal por meio do WhatsApp. Como principal operador metodológico, tivemos Jesús Martín-Barbero. O quarto mapa proposto pelo autor é uma ferramenta para análise de processos comunicacionais em um contexto de avanços tecnológicos na contemporaneidade. Coutinho, Finger, Peruzzo e Emerim auxiliam nas definições de jornalismo local e regional e a sua aplicabilidade na televisão nos dias de hoje. Outros conceitos fundamentais para esta pesquisa, como participação, interação e interatividade também são discutidos à luz do que propõem autores como Lemos e Cajazeira. Entre os resultados encontrados com a pesquisa, é possível afirmar que o público reconhece na figura do jornalista a competência para identificar o que é ou não relevante para exibição. Além disso, constatamos que o sentimento de pertencimento àquele espaço vem antes do início das participações e que os temas que mais geram interação são aqueles que proporcionam discussões sobre a cidade ou que fazem parte do cotidiano daquele grupo de participantes. Apontamos como ainda superficial tanto o discurso do público a respeito desses temas, quanto a abordagem feita pelo jornalismo.

**Palavras-chave:** Comunicação; telejornalismo regional; participação do público; recepção; WhatsApp

## ABSTRACT

This master's research in Communication is a reception study with the objective of analyzing the participation of the public in Balanço Geral Joinville (SC), through WhatsApp. This mode of participation has been taking place for about ten years, and we seek to investigate how the relationship between the public and the TV station is established, in addition to the stimuli that encourage participation. The general objective of the research was to understand what leads the viewer to give an opinion daily, through WhatsApp, during the Joinville General Balance and to investigate the relationship developed in a local/regional communication environment. By identifying, registering and interpreting these stimuli, we were able to point out what the motivations are and consequently the relationship that is built in this process. To carry out this analysis, we used multiple methods for data collection, such as an electronic form and online and face-to-face discussion groups. In this way, we established contact, at first, with 26 viewers who responded to the electronic form and finalized the research with the participation of eight viewers who were part of the discussion group, all of whom participate in the newscast through WhatsApp. As the main methodological operator, we had Jesús Martín-Barbero. The fourth map proposed by the author is a tool for analyzing communicational processes in a context of technological advances in contemporary times. Coutinho, Finger, Peruzzo and Emerim help define local and regional journalism and its applicability on television today. Other fundamental concepts for this research, such as participation, interaction and interactivity are also discussed in the light of what authors such as Lemos and Cajazeira propose. Among the results found with the research, it is possible to affirm that the public recognizes in the figure of the journalist the competence to identify what is or is not relevant for exhibition. In addition, we found that the feeling of belonging to that space comes before the beginning of participation and that the themes that generate the most interaction are those that provide discussions about the city or that are part of the daily life of that group of participants. We point out as still superficial both the public discourse on these themes, and the approach taken by journalism.

**Keywords:** Communication, regional television journalism, audience participation, reception, WhatsApp

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Captura de tela do primeiro programa Você Decide que foi ao ar dia 8 de abril de 1992 e teve apresentação de Antonio Fagundes.....	23
FIGURA 2 – Exemplo de como aparecem as informações na tela quando a apresentadora convida o público para enviar mensagem pelo WhatsApp.....	31
FIGURA 3 – Exemplo de como a mensagem do telespectador aparece no telão e como é o enquadramento inicial, com a apresentadora aparecendo também.....	32
FIGURA 4 – Enquadramento em que aparece a apresentadora lendo a mensagem no telão.....	32
FIGURA 5 – Exemplo de como a mensagem é exibida em tela cheia, sem que a apresentadora apareça. Na parte inferior da tela é possível ver os símbolos que identificam que ainda há mensagens prontas para serem exibidas na sequência da que está no ar.....	33
FIGURA 6 – Exemplo de mensagem com emoji junto com o texto.....	33
FIGURA 7 – Exemplo de participação em que a emissora se posiciona como parceira do telespectador.....	40
FIGURA 8 – Fusão dos três últimos mapas.....	53
FIGURA 9 – Percurso a ser percorrido dentro do mapa para análise.....	61
FIGURA 10 – Mensagem inicial explicando aos telespectadores sobre o que se tratava a pesquisa.....	66
FIGURA 11 – conversa entre os participantes mostra a fidelidade à emissora, entendem da lógica de exibição das mensagens.....	86
FIGURA 12 – Recorte de mensagens coletadas no grupo de discussão on-line.....	87
FIGURA 13 – Recorte de mensagens coletadas no grupo de discussão on-line.....	88
FIGURA 14 – Recorte de mensagens coletadas no grupo de discussão on-line.....	89
FIGURA 15 – Recorte de mensagem coletada no dia 27/02/2023.....	90
FIGURA 16 – Recorte de mensagem coletada no dia 02/03/2023.....	90

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Traz programas da Rede Globo que incentivaram a participação do público..	22
QUADRO 2 – Detalhamento do público participante.....	72
QUADRO 3 – Faixa etária do público participante.....	73
QUADRO 4 – Quantidade de participações por semana.....	73
QUADRO 5 – Há quanto tempo participa.....	74
QUADRO 6 – O que motiva a participação.....	74
QUADRO 7 – Qual o sentimento quando a mensagem é exibida.....	74
QUADRO 8 – Temas que mais gosta de comentar.....	75
QUADRO 9 – Papel de liderança na comunidade ou família.....	75
QUADRO 10 – Função da TV na solução das demandas.....	75
QUADRO 11 – Perguntas com respostas “Sim”.....	76
QUADRO 12 – traz as respostas de cada um dos participantes sobre a importância de participar do <i>Balanço Geral Joinville</i> .....	78
QUADRO 13 – Periodicidade que assiste ao telejornal.....	80
QUADRO 14 – Comportamento enquanto assiste ao telejornal.....	80
QUADRO 15 – Uso do celular enquanto assiste ao telejornal.....	81
QUADRO 16 – Como se classifica enquanto telespectador.....	81
QUADRO 17 – Companhia enquanto assiste ao telejornal.....	81
QUADRO 18 – Comportamento antes de enviar a mensagem.....	82
QUADRO 19 – Como iniciou a participação.....	82
QUADRO 20 – Histórico da participação em outros veículos.....	82
QUADRO 21 – Modos da participação em outros veículos.....	83
QUADRO 22 – Modos da participação em outros veículos de familiares e amigos.....	83
QUADRO 23 – Quem foi referência em participação em veículos de imprensa.....	83

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BG JOINVILLE	Balanço Geral Joinville
CEI	Centro de Educação Infantil
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDEB	Índice de Desenvolvimento da Educação Básica
NDTV	NDTV Record TV
PA	Pronto Atendimento 24 Horas
RIC	Rede Independência de Comunicação
RJ	Rio de Janeiro
RJTV	Telejornal Rio de Janeiro TV
SBT	Sistema Brasileiro de Televisão
SCC	Sistema Catarinense de Comunicação
SMS	Short Message Service
TIC DOMICÍLIOS	Tecnologias de Informação e Comunicação
TV	Televisão
UEPG	Universidade Estadual de Ponta Grossa
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
WHATS	WhatsApp

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>4</b>
1.1 SOBRE A RELAÇÃO DA AUTORA COM O OBJETO PESQUISADO.....	4
1.2 SOBRE O OBJETO DA PESQUISA.....	5
1.3 SOBRE O PERCURSO METODOLÓGICO DA PESQUISA.....	11
<b>2. PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO E CONVERGÊNCIA MUDIÁTICA: UM DIÁLOGO NECESSÁRIO.....</b>	<b>13</b>
2.1 DEFINIÇÃO DOS CONCEITOS DE INTERAÇÃO, INTERATIVIDADE E PARTICIPAÇÃO.....	16
2.2 UM HISTÓRICO DOS MODOS DE PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO NA TELEVISÃO ABERTA BRASILEIRA.....	20
2.3 BALANÇO GERAL JOINVILLE.....	25
2.4 A RELAÇÃO ESTABELECIDADA ENTRE O PÚBLICO E O BALANÇO GERAL JOINVILLE A PARTIR DOS PROCESSOS DE INTERAÇÃO.....	27
<b>3. TELEJORNALISMO LOCAL E PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO.....</b>	<b>37</b>
3.1 COMO OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE SÃO OBSERVADOS A PARTIR DA PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO.....	44
3.2 PESQUISAS VOLTADAS PARA A INTERAÇÃO ENTRE PÚBLICO E EMISSORAS DE TV UTILIZANDO O WHATSAPP.....	47
<b>4. METODOLOGIA E ANÁLISE DA PESQUISA.....</b>	<b>51</b>
4.1 O PAPEL DA TELEVISÃO PARA OS ESTUDOS CULTURAIS NA AMÉRICA LATINA.....	54
4.2 NA TRILHA DO TERCEIRO E DO QUARTO MAPAS PROPOSTOS POR MARTÍN- BARBERO.....	57
<b>4.2.1 Narrativas.....</b>	<b>61</b>
<b>4.2.2 Redes.....</b>	<b>62</b>
<b>4.2.3 Cidadania.....</b>	<b>63</b>
4.3 PERCURSO METODOLÓGICO: APROXIMAÇÃO COM O PÚBLICO.....	65

4.3.1 Grupo de discussão como estratégia para coleta de dados sobre a participação do público.....	69
<b>5. O QUE DIZ O PÚBLICO SOBRE O MODO DE PARTICIPAÇÃO.....</b>	<b>71</b>
5.1 INTERESSADOS E COLABORATIVOS: UM PERFIL DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA.....	76
5.2 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS NO FORMULÁRIO 2.....	78
5.3 A REALIZAÇÃO DO GRUPO DE DISCUSSÃO: ON-LINE E PRESENCIAL.....	84
5.4 UMA ANÁLISE DO QUE DIZ O PÚBLICO QUE PARTICIPA E ASSISTE AO BALANÇO GERAL.....	92
5.5 O QUE MOTIVA A PARTICIPAÇÃO.....	95
5.6 O SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO A UMA COMUNIDADE.....	97
<b>6. A RELAÇÃO COM OS MAPAS EM MUTAÇÃO DE JESÚS MARTÍN-BARBERO.....</b>	<b>99</b>
6.1 RESULTADOS OBTIDOS A PARTIR DO PERCURSO PERCORRIDO NO MAPA..	105
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>109</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>112</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>117</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>147</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Acompanhar o dia a dia das cidades pelo viés do jornalismo é observar que as discussões se dão em um cenário que tende a amplificar o alcance de conteúdos produzidos também pelo público. Em Joinville, a cidade mais populosa de Santa Catarina, não é diferente. No telejornalismo feito pelas emissoras de televisão com abrangência regional, percebe-se, na prática, a facilidade de manter contato tanto com as emissoras, quanto com repórteres e apresentadores, seja pelos aplicativos de comunicação instantânea ou pelas redes sociais.

Neste estudo, analisamos especificamente a participação do telespectador por meio do WhatsApp do *Balanço Geral Joinville*. E como propõe Jesús Martín-Barbero (2012), fizemos este estudo a partir do local onde se assiste (e se participa). Para isso, mantivemos contato ativo, primeiro, com 26 telespectadores do telejornal e, depois, com um grupo menor formado por oito pessoas que participam ativamente da programação jornalística. Por se tratar de uma pesquisa envolvendo pessoas, o estudo foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais, sob o registro 061260/2022, tendo sido aprovado pelo respectivo comitê.

### 1.1 SOBRE A RELAÇÃO DA AUTORA COM O OBJETO PESQUISADO

Passei os dez primeiros anos da minha vida profissional, diariamente, em uma emissora de TV. Eu trabalhava como produtora de telejornalismo na antiga RICTV Record e atual NDTV. Para concluir a graduação, realizei a monografia já com foco em estudo de recepção, ao analisar as reportagens chamadas de comunitárias que eram exibidas pelo telejornal e indicavam reclamações e problemas enfrentados pela comunidade.

Ver a implantação do WhatsApp como canal de comunicação com a comunidade, estar em frente ao computador quando a primeira mensagem chegou, é um daqueles marcos na vida de um jornalista – que vai contar milhares de vezes e repetir a história quantas vezes mais forem necessárias. Eu tive a sorte de ser essa jornalista.

O que leva o público a participar ativamente do telejornal, opinando sobre os temas mais variados possíveis, é o que me fez voltar para o mundo acadêmico e me dedicar à pesquisa.

Eu poderia começar dizendo que esse trabalho se justifica pela factualidade e instantaneidade com que o objeto de estudo se atualiza e se modifica, características intrínsecas ao jornalismo e ao processo de participação popular em um cenário de convergência, de fato, o que é uma justificativa adequada. Mas, acima de tudo, este é um tema que faz parte da minha

vida e da minha trajetória profissional. De alguma forma, eu sabia que em algum momento precisaria me dedicar à pesquisa para entender a relação entre público e telejornal em um contexto de convergência e busca de diferentes caminhos, tanto para a produção de conteúdo, quanto na participação das audiências.

## 1.2 SOBRE O OBJETO DA PESQUISA

Como bem lembra Vera Íris Paternostro (1999), a televisão surgiu no Brasil como um veículo elitista. Pelo menos três pontos são indicados como premissas para que as emissoras de TV buscassem fidelização do público e audiência. São eles: 1) o aumento na quantidade de aparelhos de TV pelo país; 2) a adesão ao modelo comercial; e 3) o surgimento do sistema de emissoras afiliadas. A audiência ainda é fator determinante para as inovações oferecidas ao público e faz parte do processo de fortalecimento e credibilidade das emissoras. Depois da televisão em cores e transmissões ao vivo, a internet se apresentou como uma aliada no modo de “fazer TV”. Mais do que isso, ela tem um papel importante na relação que se constrói todos os dias entre jornalistas, produtores de conteúdo e público. Com a internet, houve também a aceleração na comunicação e mais aproximação entre programas e telespectadores. As tradicionais cartas e ligações foram substituídas, ainda que não totalmente, primeiro pelo envio de e-mail, depois com a participação em canais exclusivos no próprio site das emissoras, e, na última década, mais fortemente, pelas publicações e comentários em redes sociais, blogs, sites e trocas de mensagens pelo WhatsApp, ferramenta primordial para a análise desenvolvida nesta dissertação.

A pesquisa TIC Domicílios 2021<sup>1</sup>, conduzida pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, mostra que os brasileiros estão mais conectados. Dados divulgados no primeiro semestre de 2022 apontam que 82% dos domicílios brasileiros têm acesso à internet. Com relação à região Sul do país, esse número é de 83%. Cerca de 138,8 milhões de brasileiros acessam a internet todos os dias ou quase todos os dias. O celular continua sendo o dispositivo mais utilizado para este acesso (99%). Entretanto, pela primeira vez, a televisão ultrapassou o computador como dispositivo mais utilizado para se conectar com a internet. Em 2014, 7% dos

---

<sup>1</sup> Essa pesquisa é realizada anualmente desde 2005, e os dados do estudo citado foram coletados entre outubro de 2021 e março de 2022, com pessoas com mais de dez anos. <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/analises/> acessado em 31/7/2022.

brasileiros usavam a TV para acessar a internet; hoje, o índice é de 50%. Em números, a TIC Domicílios 2021 mostra que 74,5 milhões de brasileiros usam a TV para esta finalidade. Em 2019, última vez que o questionamento havia sido feito, o número era de 49,5 milhões de brasileiros. Já com relação ao computador, em 2014, representava 80% dos acessos, e, atualmente, 36% das pessoas usam o computador para este fim.

Com relação às atividades realizadas pela internet, a TIC Domicílios 2021 mostra que 93% dos usuários mandaram mensagens pela internet; 81% usaram redes sociais (cinco pontos a mais que em 2019); 54% leram jornais, revistas ou notícias; e 50% acompanharam transmissões ao vivo de áudio ou vídeo, um crescimento de 12 pontos se comparado com 2016 – última vez em que o indicativo havia sido pesquisado.

Esses números refletem na maneira com que as pessoas podem interagir com os veículos de comunicação, especialmente com a televisão. Antes da popularização do WhatsApp no Brasil, as operadoras de telefonia celular cobravam por mensagem (SMS) enviada, havendo ainda limite na quantidade de caracteres que poderiam ser enviados em uma mensagem.

Com a expansão do WhatsApp no Brasil, a partir do ano de 2012, a comunicação instantânea passa por uma profunda transformação. Já não era mais preciso estar junto para compartilhar algo em tempo real, enviar e receber informações. O aplicativo, que está entre os mais utilizados no Brasil, aproximou as pessoas, auxiliou na formação de comunidades digitais e estreitou a relação entre pessoas e empresas. Na televisão não foi diferente. Essa aproximação e a facilidade de contato trouxeram uma mudança expressiva na relação entre telespectadores e jornalistas, principalmente quando falamos de telejornalismo regional. De aplicativo de comunicação instantânea entre familiares e amigos, o WhatsApp passou a ser utilizado comercialmente e serve como ferramenta tecnológica para contato direto entre o público e a televisão. São justamente essas relações construídas e desenvolvidas entre os telespectadores do *Balanço Geral Joinville* e a emissora NDTV, a partir da interatividade proporcionada por meio do WhatsApp, o objeto de estudo desta pesquisa.

O *Balanço Geral Joinville* (BG Joinville) é um telejornal da NDTV, que pertence ao Grupo ND, em Santa Catarina. A NDTV é uma emissora afiliada<sup>2</sup> à Record TV. O noticioso vai ao ar de segunda a sexta-feira, entre 11h50 e 13h15. Aos sábados, a emissora exibe o *Balanço Geral* diretamente da capital, Florianópolis, para todo o estado, com participações ao vivo de repórteres e reportagens das praças.

---

<sup>2</sup> São emissoras de TV que retransmitem a programação da emissora principal de uma rede de emissoras. Elas têm normas estabelecidas e seguem a programação original, mas podem, normalmente, produzir programação própria (PATERNOSTRO, 1999).

Além de ser um canal de comunicação em que o telespectador pode enviar sugestões de pauta, o WhatsApp também foi apresentado ao público como o meio pelo qual se consegue comentar os assuntos que estão sendo exibidos, expor pontos de vista a respeito das reportagens que é convidado a opinar, ou de qualquer outro tema que entenda ser relevante.

A utilização do WhatsApp pela emissora atendeu à necessidade de duas empresas. Primeiro, a NDTV tinha como objetivo ampliar o contato com o público. Segundo, a necessidade de uma empresa joinvilense de tecnologia testar o sistema que havia desenvolvido, pelo qual era possível receber mensagens no WhatsApp, editá-las e exibi-las com um *layout* adaptado especificamente para a linguagem televisiva. Essa troca entre as duas empresas fez com que o telejornalismo da NDTV fosse uma espécie de laboratório para o desenvolvimento e aprimoramento do *software* WhatsTV<sup>3</sup>.

Logo após os primeiros dias de uso, o WhatsApp bloqueou o número da emissora e foram necessários ajustes no sistema. O que em um primeiro momento foi sinônimo de desespero serviu para os profissionais da TV perceberem que o público desejava uma comunicação direta e que havia interesse em mais espaço para participação. Apesar de haver o receio de que as pessoas não adicionassem o novo contato, o movimento do público foi ao contrário. Logo após o novo número ser divulgado, diversas mensagens chegaram até a emissora por meio do WhatsApp.

Como a NDTV foi a primeira emissora a usar o aplicativo desenvolvido pela empresa joinvilense de tecnologia, jornalistas com experiência em televisão auxiliaram na adaptação do formato do sistema que hoje é usado por mais de 35 emissoras de TV no Brasil<sup>4</sup>.

Em Santa Catarina, com a utilização do WhatsTV, um novo marco na televisão regional começou a ser percebido. O telespectador conquistava ainda mais espaço, via a sua opinião ter relevância ao ser exibida durante o noticioso e tinha o direito de opinar, concordando ou não, com mais agilidade e facilidade.

Quase dez<sup>5</sup> anos depois que a primeira mensagem enviada pelo telespectador foi ao ar, a metodologia usada pelo telejornal para estimular a participação do público permanece a mesma. Logo que o noticioso<sup>6</sup> inicia, a apresentadora anuncia o número do telefone e convida

---

<sup>3</sup> As informações sobre o aplicativo estão disponíveis no site da empresa responsável pelo sistema, no link <https://www.whatstv.com.br/> Acesso em: 29/09/2022

<sup>4</sup> Essas informações são de conhecimento da autora da pesquisa, que trabalhava na emissora na época da implantação, e não estão formalmente descritas em livros ou gravadas.

<sup>5</sup> O ano exato em que a emissora começou a usar o WhatsApp é incerto, tendo sido em 2012 ou 2013. Apesar da tentativa, não foi possível identificar a data correta.

<sup>6</sup> Noticioso é um termo usado no jornalismo como sinônimo para telejornal.

o telespectador a enviar a mensagem. Em algumas edições, são apresentados temas específicos, ou até enquetes que o telespectador responde utilizando as palavras predefinidas pela produção. Uma pergunta é feita, e a resposta normalmente é sim ou não, acompanhada do símbolo da *hashtag* (#) para que o sistema contabilize. Mas há dias em que o convite para o envio de mensagem é feito sem um tema específico, usando a justificativa de que a opinião do telespectador é importante para a construção conjunta do telejornal. Ao longo da edição, as mensagens são exibidas, após passarem pelo crivo e edição da produção. Quando há enquetes, as parciais do resultado são mostradas ao vivo, com objetivo de estimular a participação de pessoas que ainda não votaram.

É justamente esse movimento e essa relação estimulada e desenvolvida a partir do uso do WhatsApp o nosso objeto de estudo nesta pesquisa. Pretendemos responder aos seguintes questionamentos: como pode ser entendida 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*?

O problema de pesquisa foi pensado a partir de três premissas: 1) mesmo sendo um canal aberto de contato entre público e emissora de TV, é necessário motivar a participação do telespectador por meio de convites para opinar; 2) o telespectador envia a mensagem e aguarda que outras pessoas compartilhem da mesma opinião que ele, ou que o apresentador comente a sua participação, sendo essa uma maneira de validar e reconhecer a importância do posicionamento emitido; 3) o telespectador reconhece a facilidade de comunicação, mas ao mesmo tempo não compreende este como sendo um processo de mudança inclusive cultural pelo qual a televisão passa, com a consequência de apresentar novas possibilidades para o telejornalismo local em um contexto de convergência midiática e motivação à participação popular.

Todo o percurso metodológico caminha para alcançar o objetivo geral, que é entender o que leva o telespectador a opinar diariamente, pelo WhatsApp, sobre diversos temas apresentados durante o *Balanço Geral Joinville* e investigar se isso faz com que o 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/regional.

Trilhamos o caminho com três objetivos específicos: 1) identificar, cadastrar e interpretar os motivos 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, se ele acredita que pode influenciar a opinião dos demais telespectadores quando tem a mensagem lida ao

vivo; 3) identificar de que forma a relação desenvolvida a partir das mensagens enviadas estimula o sentimento de pertencimento.

Além de ser o pioneiro na utilização do WhatsApp para o contato com o público na região Sul do Brasil, o *Balanço Geral Joinville* tem como sede a cidade mais populosa de Santa Catarina, com estimativa divulgada pelo IBGE de 617 mil habitantes.

Diante das constantes mudanças e evoluções na maneira com as quais público e emissora de TV interagem, este estudo se justifica pela factualidade do movimento vivenciado todos os dias por quem assiste e por quem produz telejornal. Não vamos observar apenas o que aconteceu e como se deu a implantação e o início da ferramenta, mas queremos entender as relações que se estabelecem, os acordos firmados entre o telespectador e a televisão, mesmo que para isso nenhum documento tenha sido assinado. É, sim, um acordo firmado na manutenção da confiança e da credibilidade entre as duas esferas. Uma relação que, a partir de análises, caminha para o fortalecimento do telejornalismo local. Outro ponto importante que justifica este estudo é voltar o olhar atento e aprofundado da universidade para o telejornalismo local/regional, que está presente e próximo das pessoas. Conteúdo televisivo que tende a falar a “língua” de um público que está perto territorialmente, mas também pelo espaço social (OLIVEIRA FILHO, 2019).

Durante esta pesquisa, nós nos propusemos a fazer um estudo de recepção, uma vez que temos como foco o resultado a partir das considerações apontadas por telespectadores do *Balanço Geral Joinville*. Por esse motivo, Jesús Martín-Barbero é o principal operador teórico. Os conceitos de tecnicidade e ritualidade, além do quarto mapa trazidos por Jesús Martín-Barbero no Mapa das Mediações<sup>7</sup> (2010; 2017), ajudam a entender que há, sim, tecnologia, mas há também mudança cultural para que o processo iniciado a partir da tecnologia se concretize e ganhe força entre as pessoas. É por isso que também transitamos pela quarta versão do Mapa proposto por Martín-Barbero.

Quando falamos de interatividade, interação, participação e convergência midiática, tratamos de conceitos que evoluem e se retroalimentam diariamente. Desta forma, estudar a participação é também falar de convergência. Processos que oferecem não apenas aos programas jornalísticos e de entretenimento formas para acelerar a comunicação, mas também são ferramentas para colocar o público em outro patamar no processo de construção da notícia.

---

<sup>7</sup> Os mapas de Jesús Martín-Barbero serão aprofundados nos capítulos 4 e 7 desta pesquisa. Esses mapas são propostos pelo pesquisador latino-americano que é referência em estudos de recepção para investigar como se dá o processo de recepção e participação nos meios midiáticos a partir de eixos sincrônicos e diacrônicos, tendo como premissa a comunicação, a cultura e a política.

Salaverría, García-Avilés e Masip (2010), além de Jenkins (2009), dentre os que realizaram estudos sobre a convergência, apontam que o fenômeno está em processo de transformação e diretamente relacionado às mudanças nos ambientes profissional, dos conteúdos, tecnológicos, empresarial e das audiências, sendo que os três últimos têm fundamental relevância para esta pesquisa. Esse marco resulta em importantes mudanças, tanto na prática jornalística, quanto no tradicional formato de ver TV, e aponta para a evolução nos modos de participação do público, que conquista espaço no telejornalismo. O *Balanço Geral Joinville* é um telejornal de abrangência regional, se considerarmos o território de alcance como parâmetro para essa definição. Com um foco voltado principalmente para as notícias de Joinville, ele também desponta na audiência e nos projetos comerciais e publicitários. Aliás, essa ligação com o comercial é uma característica do telejornalismo regional desde a sua concepção, na década de 1960, com o surgimento do videoteipe. Foi na década de 1980 que o telejornalismo regional ganhou força no Brasil com o modelo de emissoras afiliadas. Não que essa fosse uma exigência de produção de conteúdo para atender às demandas da população, mas sim uma necessidade de fortalecimento comercial (COUTINHO; EMERIM, 2019).

O conceito de telejornalismo regional<sup>8</sup> pode ser definido como “o espaço para a prática e a experiência televisiva do que é próximo, (...) produção simbólica e do trabalho de jornalistas identificados com aquele espaço físico e social”, (COUTINHO; EMERIM, 2019). Além disso, outro apontamento é feito pelas autoras: quem faz telejornalismo regional está perto do seu público e é reconhecido por ele. Essas características seriam responsáveis por reforçar as relações de identidade cultural, social e de pertencimento (2019). Em uma perspectiva das empresas de TV, uma relação que resulta em mais audiência e, conseqüentemente, em melhores cifras, visadas pelo setor comercial.

No jornalismo praticado pela NDTV, algumas premissas de jornalismo participativo ou comunitário (TRAQUINA, 2005) podem ser observadas. Principalmente na origem das pautas, que tendem a ser uma sugestão do público ou estarem alinhadas aos assuntos em discussão por determinados grupos sociais da região de abrangência do telejornal. Essa característica parece ser um dos motivadores e incentivadores da participação do público. “Essas temáticas sempre fizeram parte do cardápio dos telejornais (...) A diferença agora é que o cidadão registra e até, se for o caso, narra o problema (MUSSE; THOMÉ, 2015, p. 3).

Se no início desta pesquisa olhávamos os processos convergentes como peças-chaves para a análise, com o decorrer da discussão teórica percebemos que a evolução nos modos de

---

<sup>8</sup> O conceito de telejornalismo regional é discutido de maneira mais aprofundada no capítulo 3 desta dissertação.

participação do público desponta como pontos de análise para o resultado final. Por esse motivo, ao longo do trabalho desenvolvemos, com base em autores como Emerim (2014); Finger (2019) e Cajazeira (2020), as definições para interatividade, interação e participação no contexto do telejornalismo.

### 1.3 SOBRE O PERCURSO METODOLÓGICO DA PESQUISA

Esta pesquisa é um estudo de recepção iniciado no período em que o mundo viveu a sua pior crise humanitária e de saúde com a pandemia da Covid-19. Pontuamos essa situação por, ainda assim, ter sido possível realizar a pesquisa observando e ouvindo telespectadores. Como parte do percurso metodológico desta pesquisa, foram necessárias múltiplas técnicas (formulários e grupo de discussão) para levantamento de dados. A partir do contato prévio com a emissora NDTV Record Joinville, obtivemos autorização para contato direto com os telespectadores que enviam mensagens para o telejornal. Optamos, primeiramente, pela aplicação de dois questionários, preparados usando-se o formulário do Google. O primeiro formulário foi respondido por 26 telespectadores que participam do *Balanço Geral Joinville* por meio do WhatsApp, a fim de levantar os primeiros dados sobre essa participação e também selecionar oito telespectadores que posteriormente responderam ao segundo formulário e participaram do grupo de discussão (IBÁÑEZ, 1996; CALLEJO, 1998; MEINERZ, 2011; WELLER, 2013 e SILVESTRE *et al* 2018). O grupo de discussão teve dois momentos importantes, sendo compostos pelos mesmos integrantes. Em um primeiro momento, foi montado um grupo no próprio WhatsApp para que, durante uma semana, entre os dias 27 de fevereiro de 2023 e 3 de março de 2023, os participantes da pesquisa pudessem opinar e analisar o envio e a exibição de mensagens no jornal durante aquela semana. Na semana seguinte, nos reunimos presencialmente para uma discussão mais aprofundada sobre o tema.

Com as informações coletadas nesses quatro momentos (dois formulários e dois momentos do grupo de discussão), iniciamos a análise, utilizando como método a teoria barberiana, com enfoque no quarto mapa proposto por Jesús Martín-Barbero (2017), visto que esse trata das mutações comunicacionais e culturais no nosso tempo.

Esta pesquisa, portanto, está dividida em oito capítulos, além das considerações finais, referências e anexos. O capítulo 1 é dedicado à introdução. Na sequência, discutimos os conceitos de participação, interação e interatividade em um contexto de convergência midiática, sendo também apresentado um histórico dessa participação do público na TV brasileira e no *Balanço Geral Joinville*, objeto estudado aqui. O terceiro capítulo é dedicado ao debate sobre

o telejornalismo local, como os critérios de noticiabilidade servem de motivação à participação e os anseios do público em ver e se ver na TV. O próximo capítulo é voltado para a metodologia da pesquisa, detalhando o método utilizado tanto para a coleta de dados, quanto para a análise desse material. É aqui que apresentamos as ideias do principal operador metodológico do estudo, Jesús Martín-Barbero, e especificamos o caminho que será percorrido dentro do quarto mapa. O capítulo 5 trata dos dados coletados e inicia a interpretação dessas informações, que será também estendida para o capítulo seguinte da pesquisa. No capítulo 7, com base nas informações e dados coletados junto aos telespectadores participantes da pesquisa, percorremos o quarto mapa de Jesús Martín-Barbero esmiuçando as mediações e analisando o lugar em que elas se entrelaçam entre a produção e a recepção dos conteúdos. No último capítulo, apresentamos o resultado da pesquisa; na sequência, as considerações finais; e encerramos com as referências bibliográficas e anexos.

## 2. PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO E CONVERGÊNCIA MUDIÁTICA: UM DIÁLOGO NECESSÁRIO

O que hoje conhecemos como “jornalismo participativo” ou “cidadão” tem ainda outras denominações e permanece sendo objeto de estudo na área da comunicação, em busca de uma definição. Segundo Nelson Traquina (2005), este jornalismo foi também identificado como “jornalismo comunitário” (CRAIG, 1995), “jornalismo de serviço público” (SHEPARD, 1994); “jornalismo público” (ROSEN, 1994; MERRITT, 1995) e “jornalismo cívico” (LAMBETH e CRAIG, 1995) e emergiu nos Estados Unidos da América no final dos anos de 1980, após análise das coberturas eleitorais. No início da década de 1990, vários jornais começaram a fazer movimentos que demonstravam a necessidade de estar a par daquilo que era pauta para a sociedade. O objetivo era trazer para dentro dos jornais os temas propostos pelos leitores, mas em espaços bem maiores do que os tradicionalmente destinados nas seções “carta do leitor”.

Com estas iniciativas, acreditava-se que, ao deixar de ser apenas um “observador desprendido”, o jornalista, por meio da sua função social, estaria promovendo o reforço da cidadania e melhorando o debate público, indo além do objetivo de informar, e, em consonância com a população, buscando soluções para os problemas da sociedade (TRAQUINA, 2005).

Frazão (2012) deixa explícito o desenvolvimento e a notoriedade que o jornalismo participativo ganhou na década de 1990, principalmente na televisão.

Considerando a força deste recurso e sua importância junto ao poder público, meios tradicionais como a televisão passam a incorporá-lo na produção dos programas, inclusive nos de telejornalismo, seja contando com a participação do telespectador via redes sociais, seja convidando o público a participar ativamente na produção da notícia (FRAZÃO, 2012, p. 48).

Ainda citando Frazão (2012), a autora ressalta a importância do conhecimento e da formação do profissional de jornalismo na produção da notícia. Para ela, o telespectador pode fazer parte desse processo, mas não ser o responsável pela produção e condução da reportagem.

Especificamente, em Joinville, no estado de Santa Catarina, boa parte das reportagens produzidas nas principais emissoras de televisão diz estar alinhada ao jornalismo comunitário, ainda que o termo não seja comum no chão de fábrica das redações, com pautas que originariamente aparecem em demandas dos telespectadores que assistem à programação. Essa afirmação é possível a partir da observação dos telejornais, uma vez que rotineiramente os apresentadores convidam os telespectadores a enviarem sugestões de pauta e fazem questão de

informar quando o tema abordado em uma reportagem é oriundo de uma participação do público.

Com a popularização da internet e os avanços tecnológicos, essa participação do público mudou consideravelmente dentro dos veículos de comunicação. Se no fim da década de 1990 e início do ano 2000 o telespectador, leitor ou ouvinte precisava escrever uma carta ou fazer uma ligação para conversar com o jornalista e sugerir, opinar, corrigir ou questionar algo que havia sido publicado, hoje esse processo se dá por meio de aplicativos de mensagens instantâneas ou aplicativos dos próprios veículos de comunicação, além das redes sociais.

Ainda em 2009, Henry Jenkins dizia que a convergência "ocorre dentro dos cérebros de consumidores" (JENKINS, 2009, p. 30) e que não seria capaz de fazer com que as mídias tradicionais (como rádio e televisão) deixassem de existir. "(...) o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de forma cada vez mais complexa" (JENKINS, 2009, p. 32). O autor ainda aponta a definição adotada para convergência:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídias, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p. 32).

Outra definição, mais recente, para a convergência é apontada por Ramirez (2020, p. 12, tradução nossa). Para o autor, ela "deve ser entendida como um momento na evolução do desenvolvimento tecnológico da mídia".

O artigo "Convergência e telejornalismo regional: uma análise do Bom Dia das regiões Nordeste e Sul do Brasil"<sup>9</sup> traz a definição com foco no jornalismo proposta por Salaverría, García-Avilés e Masip (2010) e García-Avilés (2009). Para os autores, são cinco dimensões no processo de convergência que afetam o jornalismo diretamente: empresarial, tecnológica, profissional, de conteúdos e de audiências. Desta forma, também se subentende que a convergência transpassa a evolução tecnológica e está intrinsecamente ligada aos processos de produção, às estratégias de audiência, à distribuição de conteúdo, além da fusão de conteúdos de diferentes empresas que integram o mesmo grupo de comunicação. Processo que também é

---

<sup>9</sup> Artigo escrito pelos alunos Alan Milhomem da Silva, Tatiana de Souza Sabatke, Thaise da Silva Carvalho Serrano e Mirela Maganini Ferreira para conclusão e avaliação da disciplina Seminário Temático IV – Estudos e Tendências em Cibercultura, cursada durante o período do mestrado, no segundo semestre de 2021, oferecida pela Universidade Federal do Paraná e ministrada pela rede de pesquisadores integrantes do grupo JorTec.

percebido no *Balanço Geral Joinville*, quando, por exemplo, é exibido no telejornal a capa do site NDMais, que integra os veículos de comunicação do Grupo ND, ou reportagens específicas do portal e que geram interação também entre os telespectadores da TV. Mais intensamente na última década, vimos os equipamentos tecnológicos evoluírem e também a nossa relação com esses aparelhos mudarem. Nesse contexto, o público foi ocupando espaços na comunicação e deixando de ser classificado apenas como coadjuvante, mas sem ainda poder ser considerado protagonista.

Os telejornais regionais estimulam a participação da audiência não apenas como personagens ou como pauteiros, mas desta vez como produtores de conteúdo, ou como cinegrafistas de um cotidiano caótico. Nesta relação, em que é simulada uma parceria entre audiência e emissora, esses consumidores-produtores, no entanto, funcionam como apuradores e coletores de um material que pode ou não ser aproveitado no telejornal, de acordo com critérios dos jornalistas (MUSSE; THOMÉ, 2015, p. 8).

Ao acompanhar o *Balanço Geral Joinville*, é possível constatar que há produção de suítes<sup>10</sup> sobre assuntos que tiveram maior engajamento do público, medido por meio da quantidade de comentários e interações com o programa, quando o tema está em exibição. Atender a essa demanda do público por saber mais sobre um determinado assunto está relacionado aos números da audiência. O que, de certa forma, coloca o público em uma escala de relevância, que incentiva a participação em troca da exposição, do aparecimento e do aumento do diálogo sobre temas que geram interesse e interação. Porém, ao ceder esse espaço para a participação do público, a TV se aproxima de objetivos comerciais enquanto empresa de comunicação.

Em uma cultura cada vez mais participativa, a informação é um bem com valor crescente e disputado (MAGONI; MIRANDA, 2018). Para exemplificar como a tecnologia propicia um ambiente que tende a ser mais participativo, os autores fazem uso do conceito de tecnologia proposto por Castells (1996): a tecnologia perpassa a função das máquinas e alcança as habilidades humanas em “difundir e trocar informações, relacionando-as com o restante do mundo” (MAGONI; MIRANDA, 2018, p. 188).

É justamente neste ambiente que os pesquisadores identificam outra mudança no formato comunicacional. Segundo eles, as mídias tendem a adotar um perfil mais conversacional e menos informativo. “As trocas informativas interpessoais ocorrem mais

---

<sup>10</sup> São as reportagens que dão sequência a um assunto quando a notícia é quente e continua a despertar interesse nos telespectadores (PATERNOSTRO, 1999).

próximas ao diálogo entre amigos e conhecidos, do que à emissão – recepção impessoal, típica das velhas mídias” (MAGONI; MIRANDA, 2018, p. 190).

Do ponto de vista da participação do público, quando nos referimos ao meio televisivo, é possível mapear pontos de encontro entre o conceito de mídia conversacional e a prática adotada entre os telespectadores e a emissora. Um deles é a confiança que se fortalece à medida que os espaço para diálogo se abrem em ambas as pontas. Essa ideia é reafirmada por Lemos (2011), quando o autor cita que “a nova prática do jornalismo é mais um exemplo que ilustra a ampliação da conversação aplicada a uma dimensão mais local, permitindo maior engajamento comunitário e político” (LEMOS, 2011, *apud* MAGONI; MIRANDA, 2018, p. 190).

## 2.1 DEFINIÇÃO DOS CONCEITOS DE INTERAÇÃO, INTERATIVIDADE E PARTICIPAÇÃO

Com a participação ampliada do público, discutida nesta pesquisa, é importante apresentar as diferenças entre os conceitos de interação, interatividade e participação.

Em 2009, Jenkins propôs uma definição para interatividade e participação.

A interatividade refere-se ao modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao *feedback* do consumidor. (...) A participação, por outro lado, é moldada pelos protocolos culturais e sociais. A participação é mais ilimitada, menos controlada pelos produtores de mídia e mais controlada pelos consumidores de mídia. Permitir aos consumidores interagir com as mídias sob circunstâncias controladas é uma coisa; permitir que participem na produção e distribuição de bens culturais – seguindo as próprias regras – é totalmente outra (JENKINS, 2009, p. 189).

A interação, por sua vez, é investigada no campo da comunicação como um processo em que as respostas são dadas a partir de um estímulo, sendo, portanto, considerada uma reação de quem responde (PEREIRA, 2014). Com base em uma revisão teórica realizada pela autora, é possível identificar que a interatividade se dá por meio de um processo interpessoal, além de ser “viabilizada por determinada configuração tecnológica” (MIELNICZUK, 2004, *apud* PEREIRA, 2014, p. 50).

Os pesquisadores brasileiros Alex Primo e Márcio Cassol, ainda em 1999, se preocuparam em explorar o conceito de interatividade e fazer uma revisão das propostas que eram estudadas na época e que continuam em discussão. No artigo “Explorando o conceito de interatividade: definições e taxonomias” (1999), uma das perguntas feitas era se interfaces que restringiam a participação do público em responder apenas “sim” ou “não”, escolher uma ou outra alternativa estavam de fato promovendo a interatividade. A dúvida se dava pelo fato de

que, para o espectador, não havia possibilidade de alternativa diferente daquelas propostas que pudessem fazer sentido, mesmo que não se identificasse com nenhuma das opções propostas pelo veículo de comunicação. É por isso que Primo e Cassol recorrem à definição de reatividade, proposta por Machado (1990) para definir este movimento, sendo interpretada como uma espécie de reação a um determinado estímulo, mas sem possibilidade de avanço nas escolhas ou argumentação.

Os autores também trazem à luz da discussão a proposta de André Lemos (1997), que delimita o processo como ações entre homem e máquina. Desta forma, Lemos utiliza a evolução tecnológica da televisão para classificar os níveis de interação e pontuar em que momento a interatividade passa a ser percebida em programas televisivos.

Primeiramente, chama-se de interação nível zero o estágio em que a televisão expõe imagens em preto e branco e dispõe de um ou dois canais. A ação do espectador resume-se a ligar e desligar o aparelho, regular o volume, brilho e contraste, e trocar de um canal para o outro. Depois, no nível 1, a televisão ganha cores, maior número de emissoras e controle remoto – *zapping* vem anteceder a navegação contemporânea na *web*. Ele facilita o controle que o telespectador tem sobre o aparelho, mas, ao mesmo tempo, o prende ainda mais à televisão. No nível 2 de interação, alguns equipamentos periféricos vêm acopiar-se à televisão, como o videocassete (...). No nível 3 já aparecem sinais de interatividade de características digitais. O telespectador pode então interferir no conteúdo a partir de telefones (como o programa Você Decide), por fax ou correio eletrônico. Finalmente, no nível 4 é o estágio da chamada televisão interativa em que se pode participar do conteúdo a partir da rede telemática em tempo real, escolhendo ângulos de câmera, diferentes encaminhamentos das informações, etc (LEMOS, 1997 *apud* PRIMO, CASSOL, 1999, p. 67).

Outros três níveis de interatividade são propostos por Montez e Becker (2005) para complementar a definição de Lemos.

Nível 5: o telespectador pode ter uma presença mais efetiva no conteúdo, saindo da restrição de apenas escolher as opções definidas pelo transmissor. Passa a existir a opção de participar da programação enviando vídeo de baixa qualidade, que pode ser originado por intermédio de uma *webcam* ou filmadora analógica. Para isso, torna-se necessário um canal de retorno ligando o telespectador à emissora, chamado de canal de interação.

Nível 6: a largura de banda desse canal aumenta, oferecendo a possibilidade de envio de vídeo de alta qualidade, semelhante ao transmitido pela emissora. Dessa forma, a interatividade chega a um nível muito superior à simples reatividade, como caracterizado no nível quatro, de (Lemos, 1997). Nível 7: neste nível, a interatividade plena é atingida. O telespectador passa a se confundir com o transmissor, podendo gerar conteúdo. Esse nível é semelhante ao que acontece na internet hoje, onde qualquer pessoa pode publicar um site, bastando ter as ferramentas adequadas. O telespectador pode produzir programas e enviá-los à emissora, rompendo o monopólio da produção e veiculação das tradicionais redes de televisão que conhecemos hoje (MONTEZ, BECKER, 2005, p. 36).

Um adendo nessa discussão se faz necessário: repare-se que os próprios autores, ao definirem os conceitos de interação e interatividade, acabam por mesclar os dois processos, usando, inclusive, um termo como similar ao outro.

Entende-se a interatividade muito mais relacionada aos processos tecnológicos que possibilitam a interação. Sendo que a interação, por sua vez, gera uma ação sobre os dois extremos envolvidos. Já a participação se dá quando o público (no caso, o telespectador) consegue, além de sugerir e opinar, enviar conteúdo próprio, produzido por ele e que será usado na programação, com qualidade similar à que seria captada pelos equipamentos técnicos da TV, por exemplo.

Quem também contribui na discussão do tema é o pesquisador brasileiro Cajazeira (2020), que apresenta um histórico no processo de participação e interação no telejornalismo. Segundo o autor, "a internet trouxe diversos benefícios para a comunicação e ainda possibilitou a participação e a interatividade do meio de comunicação com o consumidor de notícias" (CAJAZEIRA, 2020, p. 244). É justamente por entender a importância da participação do público que as emissoras de TV investem em estratégias de interação. As formas ofertadas para contato entre emissora e público são diversas, incluindo desde os tradicionais "fale conosco" até aplicativos e redes sociais. Para Cajazeira (2020), são três as principais formas de interação: direta, indireta e simultânea, sendo que a direta se divide em duas: a) "fale conosco" e b) redes sociais.

Na definição do autor, a interação *direta* se divide entre o "fale conosco" e as redes sociais. O primeiro é normalmente oportunizado por um e-mail disponível nos sites dos veículos e aceita qualquer tipo de mensagem (crítica, sugestão, dúvida). Já as redes sociais são consideradas uma maneira para estreitar a relação entre o público e o veículo de comunicação por meio de interações em formatos de comentários, por exemplo, uma vez que há uma moderação por parte de um profissional autorizado pelo veículo.

A participação *indireta* ocorre quando o público compartilha conteúdos produzidos pelo veículo de comunicação em diferentes ciberespaços, como redes sociais ou aplicativos de mensagens espontâneas. Por fim, a participação simultânea se dá quando o público participa durante a transmissão, seja o programa ao vivo ou gravado. "O emissor (TV) converge os conteúdos na plataforma das redes sociais e possibilita ao receptor agir como um emissor, caso partilhe e interaja com o conteúdo" (CAJAZEIRA, 2020, p. 247).

Com a interação por meio do WhatsApp que é objeto de estudo neste trabalho, sugere-se uma junção das interações proporcionadas de forma *direta*, principalmente na linha B (redes sociais), com a *simultânea*.

Primeiramente, é necessário enfatizar que não consideramos o WhatsApp uma rede social, e sim um aplicativo para comunicação instantânea, já que as redes sociais pressupõem o fato de que aquela é uma conversa aberta, desde o início, pelo menos para um grupo restrito de pessoas. O que não ocorre com o WhatsApp do *Balanço Geral*, já que a mensagem enviada pelo telespectador para a produção do programa não está pública aos demais telespectadores. Isso ocorre apenas após a mediação, quando a produção opta por exibir a mensagem durante o telejornal. Porém, há outros pontos que se assemelham na definição proposta, como o fato de a mediação ser realizada por um profissional designado pela emissora e que o canal possibilita estreitar relações entre as duas esferas. Já a definição para a interação simultânea se aplica principalmente porque inclui a participação do público com o programa sendo exibido ao vivo, como é o caso do telejornal.

Para Cajazeira (2020), a participação é definida com base naquilo que o público envia, no conteúdo produzido e disponibilizado para o veículo de comunicação, que neste caso pode ser opinião, sugestão, mas também pode ser uma pré-apuração de um fato, um registro em vídeo ou foto feitos pelo telespectador.

Quem também nos conduz no processo de compreensão sobre a participação do público é Cristiane Finger, que tensiona a discussão de que o público atualmente busca por conteúdos e espaço específicos e que atendam aos seus desejos. “O público nômade busca o conteúdo em si” (FINGER, 2019, p. 111). Para a autora, com o protagonismo possibilitado pela internet, o público entendeu que a participação não se restringe apenas ao *like* ou *dislike* (FINGER, 2019). É possível ir muito além na participação, influenciando inclusive nas pautas. “Se antes a televisão dizia sobre o que falar, hoje são os usuários do Facebook, do Twitter e dos grupos de WhatsApp que influenciam as pautas dos telejornais” (FINGER, 2019, p. 112).

É justamente esse modo de participação sinalizado por Finger que se tornou objeto de estudo nesta pesquisa. Com o avanço nas possibilidades de participação, é urgente entender as apropriações que o público faz desses espaços, como ele absorve (ou não) e se relaciona com conteúdos gerados por outros telespectadores.

Em 2014, Emerim trouxe inquietações que ainda precisam ser levadas em consideração nesse contexto de interação e convergência na TV aberta. Segundo a autora, a possibilidade de escolhas e o acesso facilitado à informação por outros meios acarreta uma constante insatisfação

por parte do público. A pesquisadora aponta três pistas para o que pode ser a causa desse sentimento:

1) Está produzindo conteúdos defasados da realidade de um público que tem acesso “irrestrito” via uma comunicação horizontal, a internet e as redes sociais – não se supera o imediatismo destes modelos e plataformas; 2) mudaram e cresceram as expectativas desse público/receptor/consumidor e produtor (...) 3) muito recentemente, passou a preocupar-se, efetivamente, com o público telespectador, quer seja para produzir de forma direcionada ou para potencializar as características diferenciais da televisão aberta para visar um público distinto (EMERIM, 2014, p.17).

Para Emerim (2014), é inconcebível a possibilidade de se pensar audiência convergente sem que esteja associada a mudanças na estrutura produtiva da televisão. A adaptação nos formatos de produção e formas de oferecer espaço para a participação do público ocorre diariamente, porém, a dificuldade em mensurar o quanto as novidades agradam e vão ao encontro dos anseios do público é outro desafio enfrentado por quem faz televisão. Isso porque nem sempre o telespectador responde ou manifesta satisfação. E, por vezes, a insatisfação é medida por queda nos números da audiência.

## 2.2 UM HISTÓRICO DOS MODOS DE PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO NA TELEVISÃO ABERTA BRASILEIRA

Antes de falar sobre a participação do público na televisão, é preciso reconhecer que o leitor<sup>11</sup>, ou o ouvinte, desde muito antes da popularização da TV, mantinha relação com veículos de comunicação. Apesar do estudo sobre o histórico de participação dos leitores nos veículos impressos ainda ser de pouca tradição no Brasil e estar em desenvolvimento, é possível afirmar que a partir de 1960 os jornais passaram a observar com mais atenção esse fenômeno. A ideia da comunicação como um valor, desenvolvida justamente na década de 1960, trouxe consigo as “cartas do leitor” como um processo editorial. Há na comunicação duras críticas a esse modelo adotado pelo jornalismo de dar espaço para o que diz o leitor em locais delimitados dentro do jornal. Del Vecchio de Lima, Fernandes e Costa (2019) fazem uma revisão teórica sobre o assunto e apontam o resultado de análises indicando que esses espaços são pouco

---

<sup>11</sup> A participação do leitor em veículos tradicionais impressos, como jornais e revistas, e de ouvintes em programas de rádio não é objeto de estudo nesta pesquisa. Vale destacar que, durante este estudo, percebemos inclusive que a participação de leitores em mídias tradicionais tem pouca tradição em estudos no Brasil. Por isso, a construção de um histórico sobre a participação em veículos impressos pode ser tema de uma pesquisa voltada especificamente a este objetivo. Na pesquisa que realizamos nesta dissertação, temos como objeto a participação do público na televisão.

prestigiados e que as cartas passam por diversas edições em que o jornalista seleciona aquilo que ele considera mais importante, por vezes, tirando parágrafos do contexto em que havia sido proposto pelo leitor. Acredita-se que, a partir de 1995, com a expansão da internet e da produção de conteúdo jornalístico específico para o digital, a opinião do receptor e o que ele produz assumem um papel de maior relevância na imprensa.

É também Del Vecchio de Lima, Fernandes e Costa (2019) que apontam outro motivo pelo qual na segunda metade do século XIX as cartas dos leitores começam a ganhar espaço: a necessidade de formação de um público leitor. As cartas foram por muitos anos a forma como o leitor ou ouvinte poderia se comunicar tanto com jornais impressos e revistas, quanto com programas de rádio e televisão. Com a popularização do telefone, esse contato, principalmente no rádio, passou a ser também por meio de ligação em que o próprio ouvinte fazia as suas solicitações, por vezes relacionadas a pedidos de música, ou para comunicados importantes e com um destinatário definido. Até os dias de hoje, em emissoras de rádio populares e de cidades do interior, é comum o horário destinado aos avisos da comunidade, em que um ouvinte “avisa” o outro sobre temas que interessam apenas aos dois, ou a uma comunidade específica.

Na prática, o que se percebe é uma evolução nos modos de participação do público ao invés da extinção dos mais antigos. Ainda hoje, as pessoas enviam cartas e ligam para veículos de comunicação. Claro, em menor quantidade do que a participação por aplicativos de mensagem instantânea, porém a finalidade é a mesma: dialogar com o jornal, sugerir pautas, opinar, interagir e participar da programação.

Ainda durante o estado da arte desta pesquisa, encontramos artigo publicado por Monteiro e Pinheiro (2012) que traça a linha do tempo sobre os modelos de participação do público na televisão aberta brasileira, passando também pelos programas de auditórios, cartas e telefonemas e chegando à fase da TV conectada.

O programa *Você Decide* é descrito em livros e artigos (KOGUT, 2017; ZIERHUT e FERNANDES, 2015; LEMOS, 2019) como um marco dos processos de interação em programas de televisão brasileiros, em que o público poderia interferir diretamente na programação por meio de uma ligação telefônica. Não que este seja o primeiro programa a proporcionar interação. Em artigo publicado nos anais do Intercom de 2015, é possível encontrar uma linha do tempo com programas que praticaram a interação com o seu público. Os autores Zierhut e Fernandes (2015) apontam que os primeiros programas de auditório exibidos na televisão brasileira promoviam a interação ao solicitar a participação do público em quadros específicos. Mais tarde, vieram as participações por cartas e ligações telefônicas antes

do modelo que conhecemos hoje, que é a interação por meio de redes sociais, aplicativos, sites dos próprios programas e, muitas vezes, em tempo real.

QUADRO 1 – Traz programas da Rede Globo que incentivaram a participação do público

Ano	Nome do programa	Forma de participação
1965	Programa Silvio Santos	Participação do público no quadro Show de Calouros.
1965	Tevefone	Similar aos programas de rádio, o público ligava e pedia músicas.
1966	Dercy Espetacular	As pessoas tinham os desejos atendidos no quadro Consultório Sentimental.
1967	Chacrinha	Distribuía brindes para a plateia e fazia quadro de calouros.
1986	Xou da Xuxa	A apresentadora tinha um espaço específico no programa para a leitura de cartas enviadas pelos telespectadores, a maioria crianças.
1992	Você Decide	O público votava para escolher o final da história que estava sendo exibida.

Fonte: ZIERHUT e FERNANDES, 2015, p. 8

Além do Você Decide, na década de 1990 outros programas também passaram a utilizar o telefone para interagir com o público, somando-se às já tradicionais cartas. No SBT, o programa Fantasia<sup>12</sup> disponibilizava um número de telefone 0900 (havia cobrança pela ligação) em que as pessoas ligavam para participar de gincanas e ganhar prêmios em dinheiro. Na mesma linha, mas para o público infantil, o SBT tinha o Bom Dia & Cia, que, apesar de ter estreado na década de 1990 promovendo atividades que poderiam ser copiadas pelas crianças em casa, foi nos anos 2000 que iniciou com os primeiros indícios de interação. Além de ler as cartas enviadas pelas crianças, o programa lançou o quadro “Clubinho do Bom Dia & Cia”<sup>13</sup>, em que a

<sup>12</sup> O programa pode ser visto neste link [https://www.youtube.com/watch?v=VtjycJc4\\_nY](https://www.youtube.com/watch?v=VtjycJc4_nY). Acesso em 28/09/2022.

<sup>13</sup> O quadro pode ser assistido neste link: <https://www.youtube.com/watch?v=G0twalpViOE>. Acesso em 28/09/2022.

apresentadora exibia a foto das crianças que haviam enviado carta para o programa em um telão. Desde a década de 1990 até os dias atuais, a televisão aberta brasileira permanece investindo em formas que incentivam a participação do público. Podemos citar como exemplo os programas de auditório Domingo da Gente e Show da Gente, apresentados por Netinho de Paula, primeiro na Record e depois no SBT, respectivamente, em que o público enviava cartas para o programa contando a história de vida e pedia para realizar sonhos; o Programa do Gugu e Silvio Santos.

O programa *Você Decide*<sup>14</sup>, que foi um marco nas relações de interação na TV, ficou no ar durante oito anos, tendo exibido 323 histórias até o dia 17 de agosto de 2000. A vinheta de abertura exibia vários modelos de aparelhos de telefone, equipamento que, na época, representava o processo interativo. Por meio de um painel eletrônico, os votos eram contabilizados. Havia, durante o programa, participações ao vivo de diversas cidades brasileiras onde as emissoras afiliadas à Rede Globo exibiam o programa. O público frequentava esses espaços para assistir à trama e aguardar pelo desfecho.

FIGURA 1 – Captura de tela do primeiro programa *Você Decide*, que foi ao ar dia 8 de abril de 1992 e teve apresentação de Antonio Fagundes<sup>15</sup>



Fonte: Canal Youtube Baú da TV

<sup>14</sup> O programa pode ser assistido neste link: <https://www.youtube.com/watch?v=TrAc34Bkk8Q>. Acesso em 28/09/2022.

<sup>15</sup> Além de Antonio Fagundes, apresentaram o programa Walmor Chagas, Tony Ramos, Lima Duarte, Raul Cortez, Carolina Ferraz, Luciano Szafir, Cissa Guimarães, Renata Ceribelli e Celso Freitas (MEMÓRIA GLOBO, s/d).

Em termos de interatividade, nos primeiros anos do formato, um apresentador em estúdio, ao vivo, fazia a abertura e o encerramento de cada bloco do episódio e dava os números de telefone referentes às duas escolhas de finais possíveis para a história que estava sendo contada. Placares computavam os votos em tempo real e as ligações eram gratuitas. Já num segundo momento, o *Você Decide* passou a oferecer três opções de desenlace para o espectador escolher. As histórias, diferentes a cada semana, retratavam “um dilema ético e moral, como incesto, aborto, eutanásia, corrupção, relações familiares, assédio sexual, machismo, traição, justiça e sexo na adolescência” (MEMÓRIA GLOBO, s/d). O programa foi exportado para Portugal, Estados Unidos, Espanha, Suécia, Itália e outros, tanto na versão brasileira na íntegra quanto apenas o formato (LEMOS, 2019, p. 4).

Depois desse formato, outros programas de entretenimento utilizaram recursos semelhantes para promover a interatividade entre telespectadores e emissoras de TV.

Quando falamos em interatividade no telejornalismo brasileiro, KNEIPP; CUNHA (2012) relatam o que seria a primeira experiência em televisão aberta. Segundo as pesquisadoras, em agosto de 2010, a TV Integração, afiliada da Rede Globo em Uberlândia, Minas Gerais, apresentou aos telespectadores um aplicativo utilizando as tecnologias disponíveis no *middleware*<sup>16</sup> e Ginga<sup>17</sup>, que era usado pelo telejornal Minas Gerais TV. Estavam disponíveis para o telespectador a previsão do tempo, vagas de emprego, notícias e enquete. O aplicativo poderia ser usado por telespectadores com acesso à TV digital e que estivessem conectados com a internet.

Entretanto, ainda em 2008, a HXD Interactive Television, primeira empresa brasileira formada para desenvolver aplicativos baseados no Ginga, criou uma aplicação de interatividade para a Rede Bandeirantes que permitiu ao usuário responder perguntas relativas às eleições daquele ano (KNEIPP e CUNHA, 2012, p. 2)

A conclusão do artigo na época era de que a televisão brasileira dava os primeiros passos no caminho da interatividade. Apesar de permitir que o telespectador tivesse acesso a outros conteúdos além daqueles que estavam sendo exibidos, ainda não era possível que o telespectador pudesse comentar, enviar sugestões respondendo sobre aquele tema em tempo

---

<sup>16</sup> *Middleware* é o neologismo criado para designar camadas de *software* que não constituem diretamente aplicações, mas que facilitam o uso de ambientes ricos em tecnologia da informação. A camada de *middleware* concentra serviços como identificação, autenticação, autorização, diretórios, certificados digitais e outras ferramentas para segurança. Aplicações tradicionais implementam vários destes serviços, tratados de forma independente por cada uma delas. As aplicações modernas, no entanto, delegam e centralizam estes serviços na camada de *middleware*. Ou seja, o *middleware* serve como elemento que aglutina e dá coerência a um conjunto de aplicações e ambientes. (KNEIPP; CUNHA, 2012).

<sup>17</sup> O nome Ginga faz uma referência ao movimento e atitude que os brasileiros possuem e que é a marca registrada deste povo. O nome surgiu de um movimento da capoeira, pois faz uma analogia à forma do brasileiro lutar por liberdade e igualdade (SOARES, *apud* KNEIPP; CUNHA, 2012).

real, ou seja, não existia um caminho de retorno da mensagem no sentido telespectador-emissora.

Como veremos adiante, foi mais ou menos neste mesmo período que a NDTV Joinville iniciou os testes para oferecer mais um canal de interatividade com público, desta vez, em busca das mensagens instantâneas.

### 2.3 BALANÇO GERAL JOINVILLE

O *Balanço Geral Joinville*<sup>18</sup> é um telejornal da NDTV que pertence ao Grupo ND em Santa Catarina e é afiliada à Record TV. O telejornal é produzido e transmitido de Joinville para os municípios que integram as regiões Norte, Nordeste e Planalto Norte do estado. A programação local é de segunda a sexta-feira, das 11h50 às 13h15. Especificamente aos sábados, o programa é apresentado direto da capital de Santa Catarina para todo o estado e tem participação de repórteres das praças<sup>19</sup>, incluindo Joinville.

O nome Grupo ND é relativamente novo, visto que, até o final do ano de 2019, a empresa, que é de propriedade da família Petrelli, chamava-se Grupo RIC no Paraná e em Santa Catarina – além disso, a administração era interligada. Porém, após a separação das duas empresas, em Santa Catarina, passou a se chamar Grupo ND, que em Joinville engloba a NDTV, a rádio NDFM e o portal NDMais. A NDTV tem o maior tempo de programação local entre as emissoras de Joinville. A programação inicia-se às 11h50, com o *Balanço Geral Joinville*, continua com o programa Tribuna do Povo – de cunho policial e comunitário – e encerra-se, às 15h, com o Ver Mais, uma revista eletrônica que aborda variedades.

As mudanças de nomenclatura não são raras na emissora. Antes da inauguração da então RICTV Record no ano 2000, a empresa era afiliada ao SBT e se chamava SCC SBT. Na época, o principal telejornal chamava-se Jornal do Meio-Dia. Foi apenas em 2017 que o telejornal passou a se chamar *Balanço Geral*, seguindo uma tendência das emissoras afiliadas à Record TV que utilizam o mesmo nome para os jornais que vão ao ar no horário do almoço. Com essas mudanças, não é raro ouvir os telespectadores se referirem ao telejornal como *Balanço Geral da RICTV*.

---

<sup>18</sup> As informações incluídas aqui fazem parte do conhecimento adquirido pela pesquisadora durante os anos em que trabalhou na emissora, foram adquiridas por meio de entrevistas não estruturadas e, mesmo não estando publicadas oficialmente em livros, fazem parte do histórico da emissora.

<sup>19</sup> Assim são denominadas as emissoras que ficam localizadas em cidades onde não é a sede da emissora. Para a sede, o jornalismo utiliza também o termo “cabeça de rede”.

Desde a inauguração, há 22 anos, a direção identifica a emissora como um veículo de comunicação que faz jornalismo comunitário e que está próximo da comunidade. No próprio site do *Balanço Geral Joinville*<sup>20</sup>, onde fala sobre o programa, é possível perceber este viés quando a emissora se identifica como produtora de jornalismo voltado para Joinville e região. Com informação com sotaque e relevante para os moradores de cada município.

O telejornal tem cinco blocos e é apresentado pela jornalista Sabrina Aguiar, com participações da comentarista esportiva Drika Evarini, do comentarista político Moacir Pereira, além dos repórteres da emissora que fazem as participações ao vivo em externas e direto da redação.

Em março de 2022, a NDTV contratou o Instituto Mapa para a realização de pesquisa de audiência. O resultado foi entregue aos anunciantes e clientes da emissora e nesta pesquisa tivemos acesso aos números. Em Joinville, local de referência para a realização desta pesquisa, foram entrevistadas 2.420 pessoas na semana entre os dias 21 e 25. Deste montante, 999 estavam com a TV ligada no momento em que atenderam à ligação, com um *share*<sup>21</sup> de audiência de 32,7% para a NDTV, de segunda a sexta-feira, entre 8h e 23h. Considerando a audiência por faixa de horário, entre 12h e 13h, horário em que está no ar o telejornal *Balanço Geral*, o Instituto Mapa aponta índice de audiência de 43,1% para a NDTV Record e 32,4% para a NSC, principal concorrente e afiliada à TV Globo, que no mesmo horário exibe o *Jornal do Almoço*.

Em meados de julho de 2022, a NSC TV<sup>22</sup>, emissora concorrente da NDTV Record, também divulgou uma campanha publicitária afirmando ser a líder absoluta em audiência. Porém, os números não foram amplamente divulgados.

Em contexto histórico, econômico e social, são necessários alguns esclarecimentos sobre a localização onde a pesquisa é desenvolvida e qual público o telejornal *Balanço Geral Joinville* alcança.

Joinville é um município com 172 anos, completados no dia 9 de março de 2023, e se destaca por estar no pequeno grupo de municípios brasileiros em que a população é maior do

---

<sup>20</sup> O site pode ser acessado neste link: <https://ndmais.com.br/tag/balanco-geral-joinville/>. Acesso em 28/09/2022.

<sup>21</sup> Parcela de participação de determinado site, marca ou produto diante do total medido. Neste caso, a quantidade de aparelhos sintonizados em determinado canal.

<sup>22</sup> As informações divulgadas pela emissora sobre os índices de audiência estão disponíveis em matérias nos links: <https://redeglobo.globo.com/sc/nsc-tv/noticia/nsc-tv-joinville-segue-com-a-preferencia-do-publico-na-cidade-mais-populosa-de-sc.ghml>. Acesso em 07/11/2022. <https://negociossc.com.br/blog/nsc-tv-joinville-e-lider-absoluta-e-incontestavel-de-publico/>. Acesso em 07/11/2022. <https://acontecendoaqui.com.br/comunicacao/pesquisa-mostra-que-nsc-tv-joinville-mantem-lideranca-na-praca/>. Acesso em 07/11/2022.

que a da capital. Uma estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) aponta que, em 2021, Joinville tinha 604.708 moradores, em um território com 1.121.947m<sup>2</sup>. A prévia do censo, anunciada pelo IBGE na segunda semana de abril de 2023, indicava que o número de habitantes seria de aproximadamente 617 mil.

O último levantamento referente ao produto interno bruto (PIB) divulgado pelo IBGE levou em consideração dados de 2019 e colocou Joinville (R\$ 34,5 bilhões) como a cidade mais rica de Santa Catarina e entre as 30 com o maior PIB do Brasil. Isso representa um PIB *per capita* de R\$ 58.476,90. Destaca-se que, desde 2016, o índice teve aumento em todos os anos. Mesmo assim, a média salarial da população em 2019 foi de 2,8 salários mínimos e, em 2010, 26,5% da população viviam com renda mensal nominal de até meio salário mínimo. A partir desses dados e do histórico da cidade sobre a geração de emprego que concentra as vagas na indústria e na área de serviço, é possível afirmar que a distribuição de renda é desigual no município, havendo uma concentração de riquezas entre uma minoria. Conseqüentemente, a maior parte da população tende a sobreviver com salários menores, como apontado na pesquisa.

No quesito educação, os dados de 2010 indicavam que a taxa de escolarização das crianças e adolescentes entre 6 e 14 anos era de 97,3%. A nota do Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb), referente a 2019, é de 7 para os anos iniciais do ensino fundamental e 5,8 para os anos finais. Em 2020, a cidade tinha 92.811 pessoas matriculadas nos ensinos fundamental e médio, sendo 199 escolas para esses níveis de formação no município.

#### 2.4 A RELAÇÃO ESTABELECIDADA ENTRE O PÚBLICO E O BALANÇO GERAL JOINVILLE A PARTIR DOS PROCESSOS DE INTERAÇÃO

A partir do início da operação da TV em Joinville, a NDTV se aproximou da comunidade por meio de quadros jornalísticos populares e por ter um perfil que tende a se relacionar com os conceitos de jornalismo comunitário e participativo (TRAQUINA, 2005).

Como exemplo dessa parceria que a NDTV busca desenvolver com o telespectador, podemos citar os quadros “Meu Bairro é 10”<sup>23</sup> e “Me Chama que eu Vou”. O primeiro já teve duas edições. Na primeira vez, contou a história de todos os bairros da cidade, a partir do ponto de vista e informações de moradores que vivem nos bairros há muitos anos. Em momento algum

---

<sup>23</sup> Um exemplo de como foi produzido o quadro pode ser assistido neste link: [https://www.youtube.com/watch?v=u2ofKx\\_RhQI](https://www.youtube.com/watch?v=u2ofKx_RhQI). Acesso em 28/09/2022.

houve gravação de *off*<sup>24</sup> do repórter. O material foi editado a partir da entrevista feita com um morador muito conhecido ou mais antigo da região que relacionava as mudanças, falava do crescimento, sempre com foco nas questões positivas, e encerrava a gravação com a frase: “Eu me chamo (nome da pessoa), moro no bairro (nome do bairro) há (quantos anos) e o meu bairro é 10”. Na segunda edição, as reportagens seguiram o formato tradicional com *off* e passagem do repórter<sup>25</sup> e mostraram iniciativas que promoviam a integração, atividades sociais, culturais e esportivas nos bairros.

Já o “Me Chama que eu Vou”<sup>26</sup> é voltado para a produção de reportagens com a comunidade, mostra problemas, dá voz aos moradores para que cobrem soluções e também contempla curiosidades, como uma batata gigante colhida por um joinvilense, ou ainda exemplos de ações solidárias da comunidade. Desta forma, o quadro é exibido praticamente todos os dias.

Outro quadro que, segundo a produção do programa, fazia muito sucesso entre o público antes da utilização do WhatsApp era o Tele-Mural. Neste quadro, a população ligava para a emissora e fazia a gravação da mensagem que ela gostaria que fosse ao ar. O quadro se popularizou e foi utilizado por pessoas que precisavam de doações, queriam comprar ou vender algum produto ou ainda por quem buscava relacionamento. Diariamente, um técnico da TV ouvia as mensagens e fazia a seleção das que iriam ao ar. A partir disso, montava uma frase curta resumindo o que a pessoa falava na mensagem e o número de telefone que era informado pelo telespectador para a divulgação. Por exemplo: “Preciso de doação de cadeira de rodas. Meu telefone é 99999-9999”. Com um programa de edição, era colocado o áudio referente àquela mensagem. Normalmente, quatro ou cinco mensagens eram exibidas por dia, com duração média de um minuto e trinta segundos. A gerente de jornalismo da emissora e uma das responsáveis pela criação do Tele-Mural, Adriana Fermiano (2022), conta que, como a emissora está em um complexo de prédios empresariais, quando o Tele-Mural foi lançado, era comum as linhas telefônicas do complexo ficarem congestionadas devido à quantidade de ligações recebidas.

Por volta do ano de 2011, a equipe técnica da emissora NDTV Joinville fez a primeira tentativa de encontrar uma forma para que a TV pudesse receber comentários dos

---

<sup>24</sup> É o texto que o repórter grava e é coberto com imagens.

<sup>25</sup> Gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações, para ser usada no meio da matéria. A passagem reforça a presença do repórter no assunto que ele está cobrindo, e, portanto, deve ser gravada no desenrolar do acontecimento. (PATERNOSTRO, 1999).

<sup>26</sup> Um exemplo de como foi produzido o quadro pode ser assistido neste link: <https://www.youtube.com/watch?v=jqoSZFfeDdc>. Acesso em 28/09/2022.

telespectadores. O gerente técnico Haroldo Lazarda, em uma conversa com a pesquisadora, explicou que utilizou um *software* chamado *Bluestacks*, que serve como emulador de celular no computador. Na prática, era como se o computador assimilasse que poderia receber as mensagens como se fosse um celular. Por algumas vezes, a emissora chegou a fazer testes com comentários enviados pelo público no *Facebook* do programa.

Porém, foi com a plataforma WhatsTV, desenvolvida por uma empresa joinvilense de comunicação, que foi possível “abrir” caminho para a via telespectador-emissora (aquela que anteriormente vimos ser um dos desejos em Minas Gerais).

Até onde conseguimos pesquisar, a NDTV foi a primeira emissora de televisão do Sul do Brasil a utilizar o aplicativo de mensagens instantâneas (WhatsApp) da forma como é usado, com exibição das mensagens enviadas pelo público quase que em tempo real. Esse modelo de participação iniciou-se em 2012, ou 2013. Não foi possível precisar a data, mesmo em contato com a emissora.

Além de ser um canal de comunicação em que o telespectador poderia enviar sugestões de pauta, o WhatsApp também foi apresentado ao público como o meio pelo qual ele pode comentar os assuntos que estavam sendo exibidos, expor seu ponto de vista a respeito daquele assunto para o qual era convidado a opinar, ou de qualquer outro tema que entendesse ser relevante.

A partir de então, um novo marco na televisão regional catarinense começava a ser percebido. O telespectador, que já não era mais reconhecido como mero receptor, conquistava espaço, via a sua opinião ter relevância e tinha o direito de opinar, concordando ou não, com mais agilidade e facilidade. Já não era mais necessário sair da frente da TV para entrar em contato com os jornalistas. A segunda tela, que já fazia parte da rotina, passou a ser ferramenta para comunicação instantânea com os jornalistas responsáveis pelo que era produzido e ia ao ar nos programas da NDTV Record Joinville.

Com o avanço da internet e a popularização de outras telas, essas conversas perderam qualquer tipo de limitação física, imposta por longas distâncias, por exemplo. Como nos anos 40 e 50, hoje voltamos a nos reunir para assistir televisão. Porém, agora, a sala de casa ficou maior. É uma ressignificação da presença (FINGER, CANATTA 2012, p. 384).

Jenkins também reforça essa integração proporcionada pelas mídias. “Um homem com uma máquina (uma TV) está condenado ao isolamento, mas um homem com duas máquinas (TV e computador) pode pertencer a uma comunidade” (SELLA *apud* JENKINS, 2009, p. 327).

No caso da NDTV Record Joinville, a conversa é mediada por um jornalista que recebe as mensagens pelo WhatsApp, faz edições para diminuir o texto e corrigir questões ortográficas e exibe a opinião do público. Essa interação atinge inclusive os telespectadores que estão assistindo ao programa, mas que optaram por não enviar mensagem. Ou seja, a informação ou opinião que chega para o telespectador em geral não é exclusivamente aquela que foi produzida pela equipe da emissora.

A NDTV Record Joinville utiliza o número (47) 98884-6107 para o WhatsApp da emissora. Por esse número, o público pode participar e enviar mensagens para todos os programas exibidos localmente. Na prática, para o público, é como se fosse uma conversa tradicional do WhatsApp, basta adicionar o contato e iniciar o bate-papo.

Já na TV, a estrutura é montada da seguinte forma: as mensagens são recebidas por meio de um aparelho celular que fica conectado à internet todos os dias, 24 horas. As mensagens que chegam pelo celular são enviadas automaticamente para dentro de um software chamado WhatsTV, que está instalado em um computador. Este computador, por sua vez, está conectado com os demais equipamentos e, portanto, o que é visto nele pode ser exibido ao vivo, em tempo real, com o comando da equipe técnica.

Para quem olha o programa WhatsTV aberto na tela do computador, é como se estivesse vendo a tela do Web WhatsApp. A diferença é que quando o jornalista que está recebendo as mensagens, ao clicar em uma delas, abre uma tela de edição de texto, na qual é possível fazer alterações no texto enviado pelo público. Normalmente, o objetivo da edição é deixar o texto menor, com no máximo quatro ou cinco linhas e correção de questões ortográficas.

Segundo a gerente de jornalismo da NDTV Record Joinville, Adriana Fermiano<sup>27</sup>, que é jornalista por formação, não há alteração no sentido e na essência da mensagem enviada pelo telespectador. Após a edição, a mensagem é liberada para exibição. É possível editar várias mensagens e colocar texto e foto ou vídeo juntos, na mesma tela. Assim, quando há imagem, a frase é menor, com no máximo duas linhas, mas serve como uma legenda do assunto. No canto superior esquerdo (para quem está assistindo), aparecem o nome e a foto do telespectador que enviou a mensagem. Caso ele tenha informado o bairro, o jornalista também pode editar essa informação e ela aparecerá na tela. Todas as mensagens já editadas ficam em uma espécie de fila de exibição e é possível editar outras mensagens enquanto aquelas aguardam para serem exibidas. Este computador fica dentro da *switcher*<sup>28</sup>. Além de enviar as mensagens, o *software*

---

<sup>27</sup> As informações foram repassadas pela fonte durante uma entrevista não estruturada.

<sup>28</sup> É a sala de controle onde ficam o diretor de TV, o sonoplasta e o editor-chefe do telejornal no momento em que este está no ar. (PATERNOSTRO, 1999, p.151).

WhatsTV oferece a possibilidade de fazer enquete. Normalmente, a NDTV faz uma pergunta e coloca duas opções de voto com as *hashtags* sim ou não, e a apresentadora pede que o telespectador envie junto o motivo daquele voto. O símbolo da *hashtag* é importante para que o voto seja contabilizado pelo sistema. Quando o jornal faz enquete, a apresentadora exibe várias vezes a parcial da votação e as opiniões favoráveis e contrárias. No último bloco, é divulgado o resultado, que pode ser acompanhado de uma reportagem explicando sobre o assunto discutido. Um diferencial que foi implantado no início do ano de 2023 é a possibilidade de usar *emoji*<sup>29</sup> junto com a mensagem de texto. Na sequência, algumas imagens para ilustrar ao telespectador como ocorre a exibição das mensagens enviadas pelo público.

FIGURA 2 – Exemplo de como aparecem as informações na tela quando a apresentadora convida o público para enviar mensagem pelo WhatsApp.

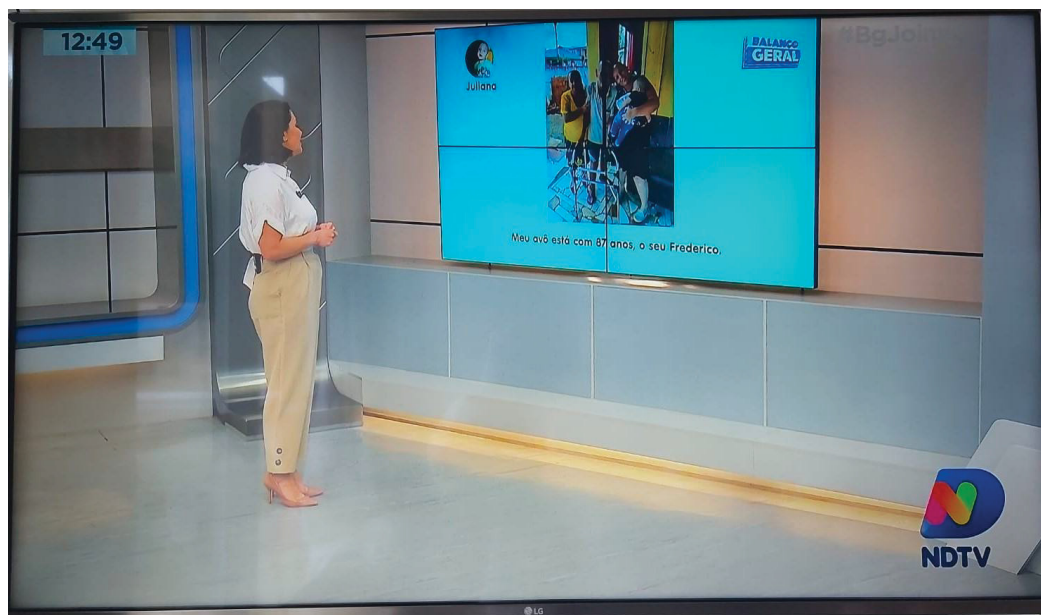


Fonte: a autora. 30/09/2022

---

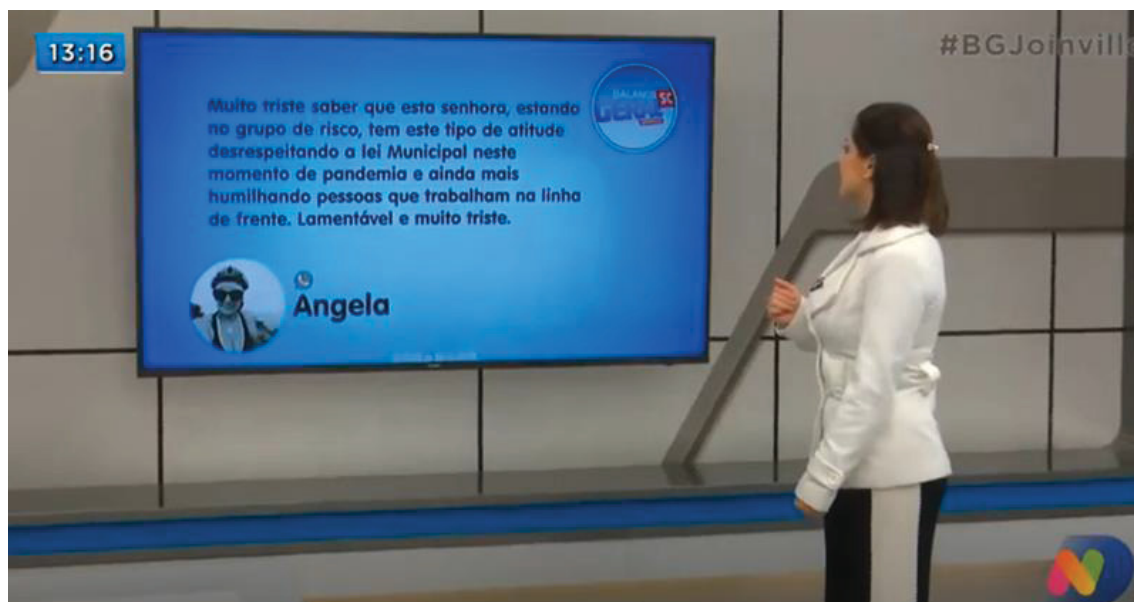
<sup>29</sup> São desenhos usados para representar uma palavra, ação ou sentimento.

FIGURA 3 – Exemplo de como a mensagem do telespectador aparece no telão e como é o enquadramento inicial, com a apresentadora aparecendo também.



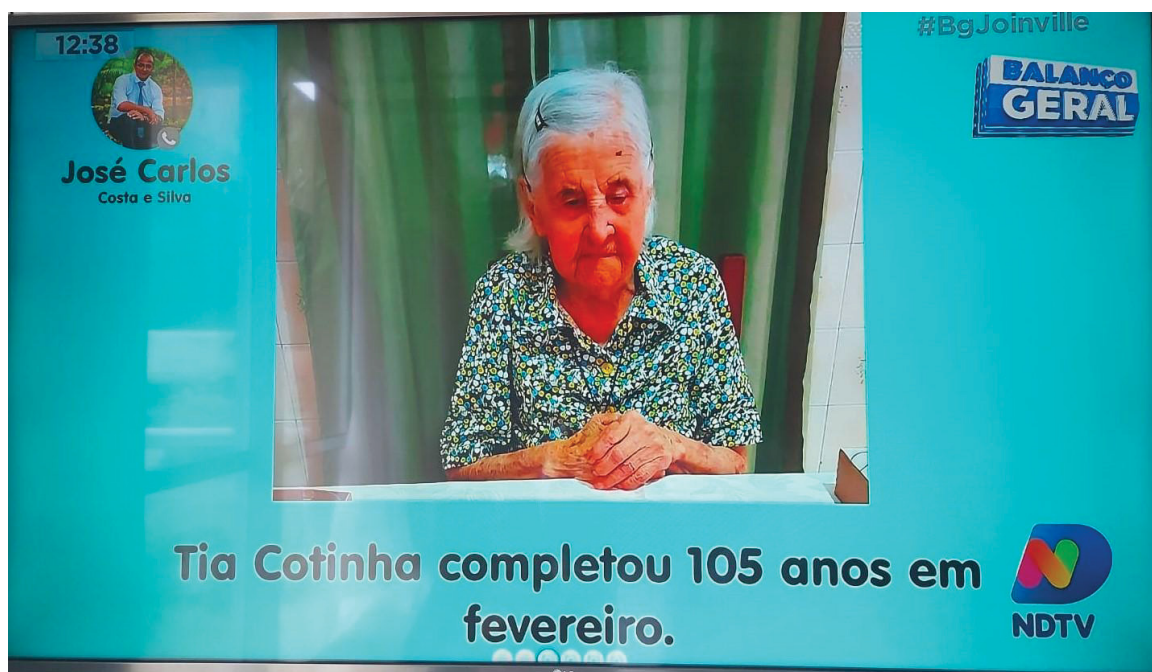
Fonte: a autora. 30/09/2022

FIGURA 4 – Enquadramento em que a aparece a apresentadora lendo a mensagem no telão.



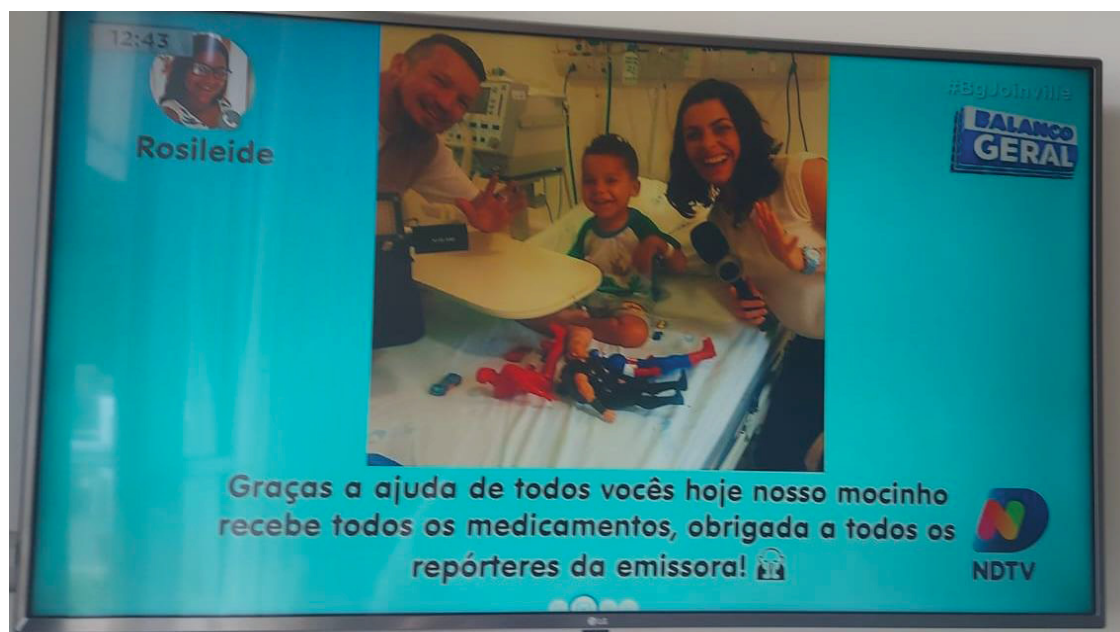
Fonte: a autora. Julho/2020

FIGURA 5 – Exemplo de como a mensagem é exibida em tela cheia, sem que a apresentadora apareça. Na parte inferior da tela é possível ver os símbolos que identificam que ainda há mensagens prontas para serem exibidas na sequência da que está no ar.



Fonte: a autora. 30/09/2022

FIGURA 6 – Exemplo de mensagem<sup>30</sup> que utiliza *emoji* junto com o texto.



Fonte: a autora. 16/02/2023

<sup>30</sup> A mensagem foi enviada no dia em que é comemorado o Dia do Repórter. Nessa mesma data, vários telespectadores aproveitaram para enviar fotos que fizeram com os repórteres da emissora e parabenizá-los pelo dia. Escolhemos essa por ser um exemplo de como os telespectadores reconhecem a ajuda da emissora em soluções de problemas do dia a dia. Em outra mensagem, o telespectador agradeceu por terem resolvido o problema na rua dele, contando que um dia após a reportagem, fizeram o asfalto no local. Obra de infraestrutura que exige planejamento para a execução, ou seja, não é possível afirmar que a melhoria foi feita em consequência da exibição.

François Jost (2010) debate sobre a autonomia do telespectador com a convergência digital e as diversas possibilidades que ele tem diante de aparelhos eletrônicos que são instrumentos facilitadores do processo de conversação proposto num cenário de uma mídia local e aberta à participação do público.

O telefone, a televisão e o computador não são mais objetos delimitados por fronteiras intransponíveis, com usos claramente distintos. Nesse contexto, torna-se algumas vezes difícil saber a qual desses meios deve-se reservar o nome televisão: certamente a tela que reina ainda na sala de estar parece merecer mais que os outros esse título (JOST, 2010, p. 56).

Cannito (2009) lembra que a TV sempre teve essa necessidade de interação desde a implantação no Brasil com intuito de manter a audiência, fidelizar o telespectador e ter relevância na sociedade, visto que na chegada da TV ao Brasil o veículo que estava nos lares das pessoas era o rádio. De certa forma, a TV precisava se mostrar necessária e relevante para conquistar o seu espaço. Para o autor, com a possibilidade de interação nos moldes que vemos atualmente, o telespectador tem a sensação de que “comanda um jogo”.

Esta interferência direta causa no espectador a impressão de que ele está no comando de um jogo. A televisão buscava criar essa sensação já nos seus primórdios, e hoje a interatividade do ambiente digital ajuda a potencializá-la. Ou seja, a interatividade do digital ajuda a efetivar o caráter da televisão (CANNITO, 2009, p.150)

Outro conceito que pode ser usado para definir este momento da televisão com mais possibilidade de interação no Brasil é o de TV Social, que surgiu justamente a partir dos anos 2000, sendo explorado inclusive por outras áreas além da Comunicação, como as Engenharias.

No campo da Comunicação, portanto, a ideia de TV Social está vinculada ao hábito de os telespectadores utilizarem as redes sociais on-line enquanto assistem à televisão para fazer comentários sobre o que está sendo exibido, em tempo real, utilizando dispositivos digitais móveis como *smartphones*, celulares e *tablets*. (...) Essa prática tem sido incentivada pelos próprios programas televisivos que exibem na tela da TV durante sua transmissão a *hashtag* da atração, estimulando a prática de integração na internet (ALMEIDA, 2020, p. 57).

A professora e pesquisadora Yvana Fechine (2017) fez uma revisão teórica do conceito e concluiu que para definir a TV Social é necessário observar três situações:

1) é um tipo de conversação em rede, nos termos aqui descritos (prioritariamente quando a conversação ocorre a partir de algo ou conteúdo televisivo; 2) envolve plataformas/ tecnologias digitais interativas; 3) é um tipo de estratégia de produção que explora a articulação entre TV e internet com objetivos mercadológicos (FECHINE, 2017, p 95).

No caso desta pesquisa, não são as *hashtags* que são utilizadas para incentivar a participação do público, mas sim a divulgação do número de telefone do WhatsApp da emissora na tela e convites frequentes da apresentadora para que o público participe do telejornal, enviando comentários, opiniões e sugestões.

Em outras redes sociais, há a possibilidade de que o público converse entre si, sem mediação, ao utilizar a mesma *hashtag* e encontre opiniões diferentes e convergentes. No caso analisado nesta pesquisa, a mensagem se torna pública após a validação da produção do *Balanço Geral Joinville* e a veiculação durante o programa exibido ao vivo.

Almeida (2020) reforça que nesse processo comunicacional se constroem comunidades virtuais que debatem o mesmo tema. O que presenciamos no *Balanço Geral Joinville* é quase isso, com a ressalva de que não há contato direto entre os telespectadores, mas por vezes se percebe a criação de uma comunidade de discussão a respeito de um mesmo assunto, mediada pela emissora de TV. A partir dessa definição, a mediação pode interferir no aprofundamento do debate e no imediatismo com que os temas ganham relevância ou não. Isso porque, mesmo que haja um profissional lendo as mensagens que são enviadas durante a programação ao vivo, há uma seleção por parte desse profissional daquilo que, na opinião dele, de acordo com a própria construção social, cultural e formação, é mais ou menos relevante, merece ou não espaço televisivo para que o discurso seja amplificado pela TV, junto a uma audiência consolidada.

Ou seja, indícios da definição de uma TV Social também são encontrados na forma como hoje o telespectador se relaciona com o *Balanço Geral Joinville*, mesmo sob mediação. Neste caso, a televisão é o local de encontro dessa comunidade que discute temas apresentados pela emissora, construindo um grupo heterogêneo, mas ao mesmo tempo conectado por conceitos como proximidade, relevância e interesse.

Na rede social é diferente. O assunto está posto, aberto para que receba outras interações sem que alguém edite a mensagem, ou, por vezes, deixe-a no limbo, como se nunca tivesse sido compartilhada. Aliás, a necessidade de resposta, mesmo para as mensagens que não são exibidas, é um dos pedidos feitos pelos telespectadores que participaram desta pesquisa. Isso significa que o público busca muito mais a interação e a participação do que a interatividade, conforme as definições apresentadas anteriormente.

Essa análise foi possível a partir da observação e acompanhamento de centenas de edições do *Balanço Geral Joinville*, enquanto jornalista contratada pela emissora por aproximadamente dez anos e também no período em que a pesquisa foi desenvolvida, quando a pesquisadora já não fazia mais parte do quadro de empregados da emissora. É importante ainda deixar registrado que esta pesquisadora tem como prática diária acompanhar os telejornais locais exibidos em Joinville. Além disso, por manter contato com outros jornalistas que atuam em Joinville, o debate sobre os modos de participação do público acaba por fazer parte das conversas, resultando em questionamentos e pontos a serem analisados na pesquisa.

### 3. TELEJORNALISMO LOCAL E PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO

A tecnologia, a globalização e uma cultura participativa (JENKINS; FORD; GREEN, 2014) fazem com que em poucos cliques o leitor se atualize sobre os mais diversos assuntos. Mas a facilidade de acesso à informação globalizada não resultou na extinção da necessidade ou vontade de estar informado sobre aquilo que ocorre na sua cidade, a poucos metros de distância da própria residência.

A curiosidade por aquilo que é próximo e que interfere diretamente na vida daquele grupo social dá fôlego para o que na área da comunicação está sob o escopo do jornalismo local.

Peruzzo (2005) contextualiza os estudos em mídia local. Segundo a autora, no Brasil o tema passou a receber atenção do meio acadêmico a partir da década de 1990. Antes disso, na década de 1980, confundia-se com comunicação alternativa, popular ou comunitária. Mesmo com a concentração da produção em nível nacional, principalmente na época da ditadura militar (PERUZZO, 2005), a produção local sempre existiu e, mesmo com tempo reduzido, boa parte do horário ainda nos dias de hoje é utilizado por noticiários.

As pesquisadoras Coutinho e Emerim auxiliam na compreensão desse conceito ao definir o telejornalismo local, objeto de estudo nesta dissertação, e que se configura como espaço de referência na sociedade.

O telejornalismo local assim pode ser conceituado como o espaço para a prática e a experiência televisiva do que é próximo, para a vivência da cidade e da região na tela de TV. Sua realização dependeria da produção simbólica e do trabalho de jornalistas identificados com aquele espaço físico e social, imersos, visíveis e reconhecidos por moradores e cidadãos com os quais estabeleceriam vínculos afetivos e de pertencimento, o que se efetiva e constitui reconhecimento (COUTINHO, EMERIM, 2019, p.34).

Para Pereira Júnior e Cerqueira (2019), esse lugar de referência que o telejornalismo ocupa faz com que ele se torne o local onde as pessoas encontram informações sobre o espaço onde a vida se efetiva. “Funciona também como espaço de orientação, de ajuda, quando instituições e poderes constituídos fracassam em suas tarefas” (PEREIRA JÚNIOR, CERQUEIRA, 2019, p. 47). Além disso, quando a população tem espaço e abertura para sugerir pautas, o conteúdo jornalístico recebe também pressão social.

Em referência ao conteúdo generalista da televisão (WOLTON, 1996), pode até causar certo estranhamento que em sociedades individualistas, mas integradas e conectadas virtualmente, alinhadas aos seus interesses pessoais e corporativos, as diferentes culturas e

classes demonstrem interesse pelo que diz respeito ao todo quando falamos de proximidade territorial ou afetiva. Ao se dar conta deste processo, percebe-se que estes grupos, mesmo distintos em determinados temas de interesse, se identificam com o processo de se informar sobre aquilo que acontece localmente. Um dos motivos que justificaria esse movimento seria o fato de que, ao entrar para a agenda midiática, o tema ganha relevância e se legitima como algo de interesse social (COUTINHO; EMERIM, 2019). Quando falamos em televisão aberta, a abrangência proporcionada pelo veículo faz com que o alcance de diferentes públicos também seja maior.

No Brasil, desde o início da implantação, na década de 1950, a televisão foi regida pelo interesse privado. Com o telejornalismo local, que ganhou força no país a partir dos anos de 1980, não foi diferente. “A programação de uma emissora de TV do interior nasce de uma necessidade de atender a um mercado regional” (BAZI, 2001 *apud* COUTINHO; EMERIM, 2019, p. 32). Opinião também de Peruzzo:

O interesse da grande mídia pelo local, num primeiro momento, apresenta-se mais por seu lado mercadológico do que pela produção de conteúdo regionalizado. A televisão, por exemplo, explora a diferenciação local como nicho de mercado, interessada que está em captar os recursos provenientes da publicidade do interior do país (PERUZZO, 2005, p. 71).

Nessa perspectiva, o conteúdo de interesse público precisa agradar ao telespectador, que é o responsável por validar o programa do ponto de vista da audiência. Consequentemente, um programa bem assistido é também um programa com chance maior de ser comercializado e assim a programação da televisão se complementa e se inicia a cada novo ciclo. De forma bastante simplificada, é como se seguisse a fórmula: conteúdo de interesse público - aceitação do público - fidelização da audiência ou retorno positivo da audiência - números positivos para o comercial e lucro - investimento em novos negócios - reinício do ciclo.

Vera Íris Paternostro (1999) lembra que é no final da década de 1980 que o SBT se torna vice-líder de audiência, exibindo uma programação popular. A televisão se firma como o veículo de comunicação no qual as pessoas encontram notícias e entretenimento. É nesse mesmo período que os canais por assinatura chegam ao Brasil, provocando desestabilidade no que havia sido consolidado como fórmula para conquistar a audiência.

Algumas emissoras enfrentam momentos difíceis, e em crise passam a ser alvo fácil de fortes grupos religiosos; em outras, a solução passa pelo aparecimento de vários programas de auditório de estilos semelhantes, sensacionalistas e apelativos, que discutem em público a privacidade das pessoas (...) sempre prevendo menos recursos gastos e mais popularidade. É uma época marcada pelo vale-tudo para as emissoras brasileiras em nome da conquista de pontos nos índices de audiência (PATERNOSTRO, 1999, p. 34).

A televisão se torna especialista em dar sentido àquilo que vai ao ar com o objetivo de, também, construir a própria identidade junto ao público. “A seleção, como a sucessão e aproximação dos programas são criadores de sentido e contribuem para forjar a identidade da emissora” (JOST, 2007, p. 52). É nesse processo de escolha da programação e de conteúdos que vão ou não ser exibidos que emissoras de TV se veem diante da possibilidade de criarem a própria identidade e demonstrarem isso ao público, aproximando-se ou se distanciando de determinados segmentos ou grupos, de acordo com as escolhas editoriais. Movimento muito visto em emissoras de televisão regionais ou locais que se identificam como produtoras de conteúdo comunitário, uma referência ao jornalismo cívico (TRAQUINA, 1995).

No dia a dia do jornalismo, o conteúdo comunitário pode ser traduzido como aquilo que está próximo e é de interesse do telespectador, é dar voz ao público diante da importância e centralidade que o cidadão ocupa quando o conceito é descrito. Normalmente, são demandas relacionadas às situações do cotidiano do público e que, por algum motivo, quem deveria estar prestando ou oferecendo não o faz. Essa ausência de fornecimento do serviço, por vezes, está relacionada às ações do poder público.

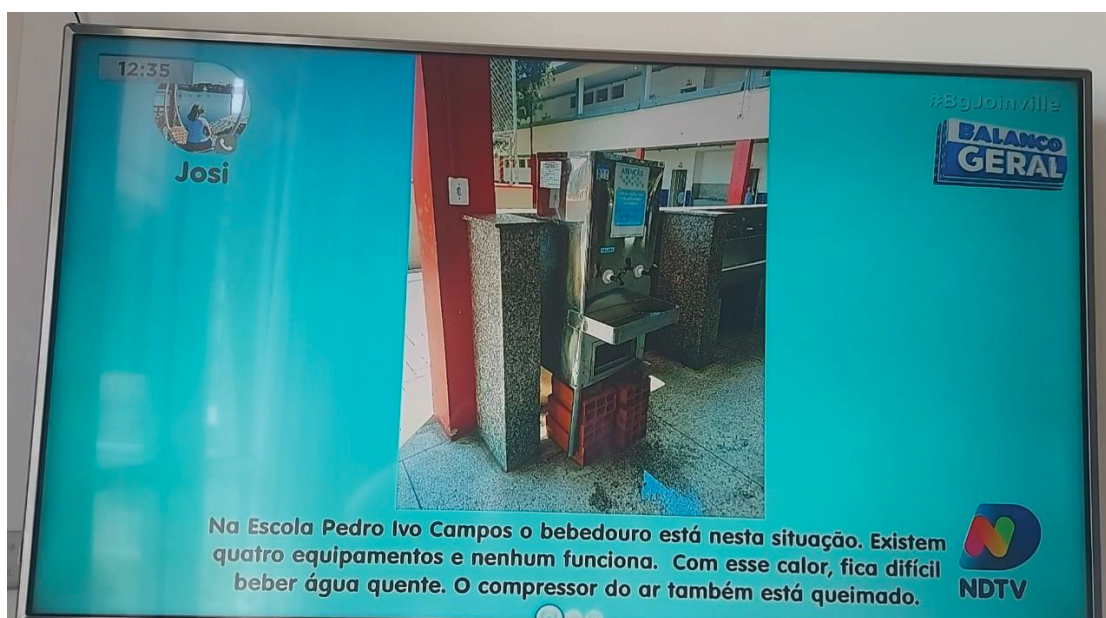
Pressupõe-se que o jornalismo local seja aquele que retrate a realidade regional ou local, trabalhando, portanto, a informação de proximidade. O meio de comunicação local tem a possibilidade de mostrar melhor do que qualquer outro a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais etc. Por vezes, se cerca de distorções, como as que têm origem em vínculos com interesses político-partidários e econômicos, mas, mesmo acarretando vieses de informação, acaba contribuindo na divulgação de temas locais. Está num contexto vantajoso para o leitor ou telespectador, ou seja, a proximidade da informação. As pessoas acompanham os acontecimentos de forma mais direta, pela vivência ou presença pessoal, o que possibilita o confronto entre os fatos e sua versão midiática de forma mais natural (PERUZZO, 2005, p. 77-78).

É justo nessas ausências que a emissora de televisão se identifique como próxima ao telespectador, como aquela que dá espaço àquilo que precisa ser dito e amplifica a voz da população. “Fazendo as escolhas (...) a emissora afirma-se não só como responsável editorial, mas contribui para construir uma imagem de si própria como pessoa e como parceira do telespectador” (JOST, 2007, p. 53).

O telespectador conquista espaço durante a programação tanto para assuntos particulares, quanto de interesse da população inserida naquele território e contexto. Veja-se o exemplo exibido no dia 14 de fevereiro de 2022, quando Joinville passava por um período longo de altas temperaturas, diariamente acima dos 35 graus.

Como tradicionalmente ocorre, a apresentadora Sabrina Aguiar se posicionou próxima ao telão no qual faz a leitura das mensagens enviadas pelo público. Na tela, a mensagem de uma moradora identificada como Josi dizia o seguinte: “Na escola Pedro Ivo Campos, o bebedouro está nessa situação. Existem quatro equipamentos e nenhum funciona. Com esse calor, fica difícil beber água quente. O compressor do ar também está queimado”.

FIGURA 7 – Exemplo de participação em que a emissora se posiciona como parceira do telespectador (JOST, 2007).



Fonte: a autora. 14/02/2023

Uma foto ilustrava a situação narrada pela moradora. A imagem mostrava o bebedouro sem estar na tomada e apoiado em seis tijolos. Logo após exibir a mensagem, a apresentadora leu a nota que havia sido enviada pela prefeitura como forma de dar uma satisfação para a telespectadora, inclusive com comentários acrescentados pela apresentadora.

Em tom de conversa e não de leitura, a resposta anunciada pela apresentadora foi:

Bom, Josi... Situação que veio até a gente pelo nosso WhatsApp e nós fomos atrás de uma resposta sobre essa situação. A Secretaria de Educação de Joinville trouxe a informação, viu? Dois novos bebedouros dos grandes (*com ênfase em “dos grandes”*) foram instalados ontem nas áreas do pátio e da quadra. Um terceiro bebedouro acessível está na fase final de instalação, enquanto um outro grande já foi solicitado, só que ainda não chegou na unidade escolar. Até Josi, se quiser mandar uma foto aí dos bebedouros, já lá o grande, tal, é legal para a gente poder mostrar, viu? (*comentário inserido pela apresentadora, incentivando a continuidade na interação.*) Em relação ao compressor de ar, será necessário trocar o aparelho de ar condicionado. Aí entra o quê? A licitação, né? (*comentário inserido pela apresentadora*) A licitação já foi concluída, a Secretaria de Educação aguarda os trâmites contratuais para efetuar a substituição do aparelho. Quando se trata de poder público, não é simplesmente comprar, ir lá e trocar. (*comentário inserido pela apresentadora.*) Enquanto isso, foram instalados dois ventiladores na sala de aula como uma ação paliativa, mas que já está encaminhada para a solução. Por isso que eu abri até, inclusive, falando do quanto a sua participação chega até aqui e a gente traz essas respostas. Porque a gente vai atrás mesmo, viu? Participe”. (*comentário inserido pela apresentadora finalizando aquele momento de participação pelo WhatsApp*). (AGUIAR, 2023, transcrição)<sup>31</sup>

O fato de ter uma resposta na sequência da mensagem mostra também que a produção do programa buscou um retorno para que a situação não fosse apenas exposta, mas que a telespectadora fosse informada sobre a solução, sinalizando para o telespectador que eles se posicionam como defensores da sociedade e assumem um papel de pessoa (JOST, 2007). Nesse tom de conversa, a apresentadora se torna próxima do público; é como se fosse alguém conhecido passando a informação. A exibição da mensagem e leitura da nota durou 1 minuto e 27 segundos. Quem trabalha em TV ou desenvolve pesquisas nessa área sabe que o tempo é suficiente para a exibição de uma reportagem, por exemplo.

O assunto, que poderia ter virado tema de uma reportagem, por decisão editorial do veículo de comunicação foi exibido como participação pelo *WhatsApp*, mas nem por isso perdeu as características de uma notícia, tendo, por exemplo, critérios como relevância, proximidade e contexto social.

Quando isso ocorre, o público também se sente mais próximo, é como se estivesse protegido pelo guarda-chuva da televisão e como se o questionamento que ele tem fosse amplificado pelo microfone de um veículo de comunicação com quem vem construindo relação de pertencimento e afeto. Passa-se também pelo fato de que quando o tema entra para a agenda midiática, ganha importância para um número maior de pessoas. É como se, ao tornar público, a televisão imprimisse também o carimbo de “relevante” para a pauta daquela sociedade em que está inserida.

---

<sup>31</sup> Essa participação foi gravada pela pesquisadora enquanto era exibida ao vivo no *Balanço Geral Joinville* do dia 14 de fevereiro de 2023. A pesquisadora transcreveu a mensagem a partir dessa gravação.

Entretanto, para Peruzzo (2005), é também na mídia local que podem ser vistas com mais clareza algumas tendências pouco positivas, como os laços políticos que podem comprometer a informação. É também nesse ambiente que, pela proximidade, a informação repassada pelo veículo de imprensa pode melhor ser contestada pelo público. Nos dias atuais, esses laços políticos podem também resultar no que o pesquisador brasileiro André Lemos (2021) chama de “*invisible news*”. Na tradução, seriam notícias que não aparecem nos veículos de comunicação de massa devido a interesses corporativos ou ideológicos das empresas ou de pessoas responsáveis pelo jornalismo.

Outras tendências negativas podem ser encontradas na mídia local, segundo Peruzzo (2005). A pesquisadora cita a falta de ampla cobertura, que pode estar relacionada à redução das equipes e à falta de profissionais devidamente capacitados para exercer as funções de jornalistas. E, por fim, a naturalidade com que se aceita o jornalismo baseado em fontes oficiais, por vezes relacionados aos laços políticos citados anteriormente, podendo ainda ser reflexo da redução na quantidade de profissionais nas redações e/ou atrelados à falta de capacitação quando não jornalistas se propõem a fazer jornalismo.

Quando falamos dos laços formados entre emissora e público, no contexto de convergência midiática, o aumento da interação pode ser considerado um fator que contribui para a consolidação da audiência. É por meio dos canais de interação que público e emissora de televisão estreitam relacionamento e criam laços de afeto. Ao enviar a mensagem para a TV comentando sobre um tema que foi exibido, respondendo a um questionamento feito pelo apresentador, ou ainda sugerindo pauta e disponibilizando vídeo ou foto que possam ser exibidos, o telespectador se coloca na posição de alguém que contribui para a produção do programa, que está envolvido com a elaboração do telejornal.

É neste contexto que um dos critérios propostos por Muniz Sodré (2006) merece ser avaliado quando estudamos telejornalismo local ou regional. É o critério do afeto. Para o autor, não é possível estudar apenas a mídia como meio que leva a informação e que se atualiza com os novos dispositivos tecnológicos e, sim, debruçar-se sobre as relações desenvolvidas em comunidades de afeto.

É que o vínculo atravessa o corpo, o afeto, passa por sentimento, por ódio, enquanto a relação entre pessoas pode ser completamente impessoal, ou seja, são indivíduos atomizados, separados, que se relacionam juridicamente e politicamente, por direito e por etiqueta. O vínculo pode até ser atravessado pelo direito, mas ele é emocional, é libidinal, é afetivo (SODRÉ, 2002, on-line).

Sodré também chama a atenção para outro fenômeno inerente à sociedade e que se soma ao afeto quando analisamos as relações estabelecidas entre público e telejornal. Estamos falando do “bios virtual”, que é evidente na dimensão midiática, levando em consideração os avanços tecnológicos. “(...) surge uma verdadeira forma de vida – o bios virtual, uma espécie de comunidade afetiva de caráter técnico e mercadológico, onde impulsos digitais e imagens se convertem em prática social” (SODRÉ, 2006, p. 99). Ou seja, a relação se estabelece de uma forma que resulta em participação, contribuição para a produção do programa, ou comentários de cunho opinativo, como se o telejornal fosse elevado a um posto de “amigo” daquele público que já absorveu como rotina a conversa diária com o programa, estimulando e alimentando a comunidade formada, mesmo que a distância ou sem vínculo presencial.

Para o autor, o homem está ligado à mídia, no sentido de ela (a mídia) criar subjetividades inerentes à cultura e ao cotidiano, dando sentido às coisas e se tornando dependente, insaciável por mais informação para se manter no patamar da relevância. “O novo bios (...) se torna socialmente relevante porque intervém nas relações espaciotemporais, estas por meio das quais percebemos o mundo e agimos sobre ele” (SODRÉ, 2006, p. 99).

É particularmente visível a urgência de uma outra posição interpretativa para o campo da comunicação, capaz de liberar o agir comunicacional das concepções que limitam ao nível de interação entre forças puramente mecânicas e de abraçar a diversidade da natureza das trocas, em que se fazem presentes os signos representativos ou intelectuais, mas, principalmente, os poderosos dispositivos do afeto (SODRÉ, 2006, p. 13).

Portanto, para Sodré, ao analisar as relações desenvolvidas em um contexto midiático, deve-se observar o ser humano na sua singularidade, considerando não apenas o fato de ele ser um sujeito que recebe informação e as entende de acordo com os conhecimentos previamente adquiridos, ou pelo fato de estar inserido em determinadas comunidades. É necessário olhar – no nosso caso, o telespectador – na sua integralidade, a partir do passado, o que ele vive hoje e do que imagina para o futuro. Tudo isso sem desconsiderar a mídia como esse “novo bios” que se retroalimenta justamente pela notícia, sabendo que a informação faz parte da maneira como o ser humano se relaciona com as outras pessoas. A mídia não é mais apenas o meio por onde a informação é levada entre uma pessoa e outra, mas ela está inserida nesse processo comunicacional, inserida no cotidiano de forma que a sociedade já não consegue mais romper esses laços. Está envolta nessa experiência e construindo as teias que aumentam os pontos de encontro e convergência onde o conteúdo alcança o receptor e onde ocorre a virada de chave, ao tornar o receptor também propagador ou produtor de conteúdo.

### 3.1 COMO OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE SÃO OBSERVADOS A PARTIR DA PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO

Ainda tensionando as discussões propostas por Sodré (2009), a definição de como um fato é “embalado” para se tornar notícia no jornal merece atenção porque passa por diferentes etapas, critérios e considerações até que se transforme naquilo que as pessoas leem, assistem ou ouvem. Para o autor, “o mundo dos fatos (...) é o mundo da experiência empírica, isto é, de relações contingentes, do fenômeno que pode acontecer ou não” (SODRÉ, 2009, p. 28). Porém, para que faça sentido a uma sociedade e tenha relevância midiática, é importante que esteja relacionado à existência humana. Aí sim será considerado *fato social* (2009). Outro item que para Sodré não pode ser ignorado pelo jornalismo é o senso comum. “A lição implícita do jornalismo, entretanto, é não se poder fazer pouco-caso do senso comum, por ser ele estabilizador da consciência e mobilizador do pertencimento à comunidade” (SODRÉ, 2009, p. 45). Portanto, são os fatos relacionados à condição humana que se transformam em acontecimentos, embalados em forma de notícia, (com o rigor técnico) que vemos publicado no jornal. Lembra-se que essa condição de notícia precisa de alguma forma fazer sentido para a sociedade, precisa ter relações com aquilo que a população entende fazer parte do seu cotidiano, com envolvimento histórico, cultural ou social.

Esta é uma consideração fundamental para a presente pesquisa, que se propõe a entender como o público se relaciona com o telejornal e o que é necessário para que se sinta motivado a participar do programa. As propostas apresentadas por Sodré sobre a necessidade de o conteúdo fazer sentido para o público e ser próximo ao ponto de estimular o sentimento de pertencimento a uma comunidade auxiliam a compreender o motivo de determinados assuntos, que no dia a dia jornalístico teriam pouca relevância ou espaço, despontarem quando observamos o engajamento do público. Exemplos disso são as participações relacionadas aos animais de estimação. Durante os períodos de observação do objeto empírico, não foram raras as vezes que, convidado a participar enviando fotos de seus animais de estimação, o público respondeu prontamente.

É neste momento que entramos em um percurso não linear, com diferentes caminhos e perspectivas a serem abordados. Estamos falando sobre os critérios consolidados para definição da notícia. Vejamos algumas definições propostas por Nelson Traquina (2012). “Um exame da maioria dos livros e manuais sobre jornalismo define as notícias em última análise como tudo o que é importante e/ou interessante” (TRAQUINA, 2012, p. 19). Ou ainda: “O jornalismo tem

sido um negócio, e as notícias, uma mercadoria que tem alimentado o desenvolvimento de companhias altamente lucrativas” (TRAQUINA, 2012, p. 27). O artigo “Para pensar critérios de noticiabilidade” (SILVA, 2005) apresenta os critérios propostos por 12 pesquisadores, e um dos pontos que chamam a atenção é o critério da “proximidade” elencado por dez estudiosos do tema: Stieler, Lippman, Galtung e Ruge, Golding-Elliot, Gans, Hetherington, Shoemaker *et al*, Erbolato, Chaparro e Lage. O jornalismo local ou regional se vale deste critério, entre outros, como basilares na hora de decidir o que vai ou não ao ar.

Peruzzo também faz uma definição:

O conceito de proximidade pode ser explorado a partir de diferentes perspectivas, mas, quando se trata de mídia local e regional, ele se refere aos laços originados pela familiaridade e pela singularidade de uma determinada região, que têm muito a ver com a questão do *locus* territorial (PERUZZO, 2005, p. 76).

Ainda sobre a questão da proximidade, outros autores ampliam a discussão diante dos processos convergentes que a mídia vivencia, já que agora não é mais necessário assistir ao programa ao vivo, na ordem em que foi pensado pela produção e apenas na área de abrangência territorial em que o canal pode ser sintonizado. As emissoras não só publicam as reportagens em redes sociais ou site próprio, como transmitem aquele conteúdo ao vivo por estes canais e, portanto, o território de abrangência é muito maior do que aquele que tínhamos antes da internet.

(...) os sentidos que antes eram atribuídos exclusivamente em relação a uma determinada área geográfica se tornam mais complexos. Passam a envolver costumes, línguas, hábitos, engajamento político, legislação e o próprio sentimento de pertencimento ao lugar (OLIVEIRA FILHO, 2019, p. 62).

Vale destacar ainda que, para Silva (2005), não é possível afirmar que apenas esses critérios de noticiabilidade ou valores-notícia sejam levados em consideração. Aliás, ao referenciar Fernando Correia, Silva faz um alerta:

Valores-notícia se aplicam em todas as fases da atividade jornalística; não se constituem necessariamente como impedimentos ao trabalho do jornalista; não funcionam isoladamente; mas em diferentes combinações e de forma negociada; fazem parte da cultura profissional dos jornalistas, constituindo-se não em critérios abstratos ou pontuais, mas sim num quadro de avaliação racionalizado e interiorizado pelo jornalista; (...) valores-notícia evoluem com o tempo, não constituindo arquétipos imutáveis (SILVA, 2005, p. 105).

Podem, inclusive, ser alterados de acordo com a relevância e a identificação do público do telejornal com determinado assunto, a exemplo das fotos dos animais citadas anteriormente. Isso não quer dizer que, a partir daquele momento, sempre que o telespectador enviar a foto do seu animalzinho terá espaço no programa, mas que na tentativa de manter a fidelidade da audiência, temas diversos acabam tendo destaque na programação e são levados em consideração pela emissora na hora das escolhas editoriais.

Essa decisão editorial está relacionada também à formação de audiência e serve de indicativos que tendem a apontar por que o público quer e gosta de ser ver na TV. Em 2021, com a campanha de vacinação contra a Covid-19, esta pesquisadora escreveu um artigo sobre a divulgação das fotos das pessoas recebendo o imunizante nos dois principais telejornais de Joinville, em Santa Catarina. “Do ‘Click’ ao ‘Tá no Ar’: as Fotos da Vacinação Contra a Covid-19 como Evidência da Convergência Midiática no Telejornalismo”<sup>32</sup> discute os motivos que levam o público a querer enviar fotos para a televisão. Além dos pontos identificados anteriormente como uma mudança cultural e as questões relacionadas à convergência midiática, Dominique Wolton afirma que há motivos intrínsecos à condição humana que levam à necessidade de comunicação. São elas: compartilhamento, sedução e convicção. A primeira condição (compartilhamento) “é uma necessidade humana fundamental e incontornável. Viver é se comunicar e realizar trocas com os outros de modo mais frequente e autêntico possível” (WOLTON, 2010, p. 17). A segunda (sedução) e a terceira (convicção) são, respectivamente, “inerente a todas as relações humanas e sociais” e “ligada a todas as lógicas de argumentação utilizadas para explicar e responder a objeções” (WOLTON, 2010, p. 17).

Se aliarmos essa definição da necessidade de ser visto com o fato da credibilidade que a notícia carrega consigo, pode-se afirmar que o telespectador também utiliza o espaço para reafirmar suas opiniões e se colocar como relevante perante a sociedade em que está inserido.

Dominique Wolton (1996) afirma que, ao reunir a audiência em torno de si, mesmo sem proporcionar formas de interatividade entre o público, a TV cria um laço invisível entre esses telespectadores, o que o autor chama de laço social (idem).

Atualmente, diante da evolução tecnológica, não só esses telespectadores conversam entre si, em redes sociais com discussões abertas ou fechadas para um determinado grupo, como também utilizam o próprio espaço da televisão como mediador para esta conversa e podem se identificar e se reconhecer na opinião do outro. Mesmo com a mediação de um profissional que

---

<sup>32</sup> Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – virtual – 4 a 9/10/2021 e publicado nos anais do evento.

naquele momento assume a identidade da emissora, a troca de mensagens e o alcance que elas têm ao serem exibidas propiciam uma rede para as discussões baseadas em conteúdos elencados pelo programa de TV.

Há diversas discussões sobre como pode ser descrito esse telespectador contemporâneo. Jenkins (2014) classifica quais são os grupos dispostos a produzir e fazer circular materiais midiáticos.

(...) Os ativistas, que buscam mudar a percepção do público a respeito de questões de interesse para esses grupos; os religiosos, que buscam difundir “a Palavra”; os apoiadores das artes – especialmente da mídia independente –, que buscam construir uma base que incentive formas alternativas de expressão cultural; os entusiastas de alguma marca particular; que se tornam marcos localizadores para a identidade e o estilo de vida de muitas pessoas; os blogueiros, que almejam engajar mais pessoas nas necessidades de comunidades locais; os colecionadores, o público retrô e membros de subculturas interessados em construir identidades alternativas (JENKINS, 2014, p. 56).

No telejornalismo, os perfis do público se confundem e nem sempre é possível classificá-los, visto que a participação pode ocorrer de diferentes maneiras e a partir de diversas motivações. É possível afirmar que o *Balanço Geral Joinville* tem, ao menos, três perfis de telespectadores. O primeiro deles é aquele telespectador que opta por se limitar a consumir o conteúdo exibido. Na sequência, aparece o telespectador que interage pontualmente quando é convidado a opinar em enquetes ou compartilha reportagens exibidas nas próprias redes sociais. Já o terceiro perfil é o que buscamos entender nessa pesquisa, sendo a pessoa que participa enviando conteúdo, opinião e estabelecendo laços com a emissora. Por esse motivo, realizamos o estado da arte em busca de estudos já concluídos nessa linha que pudessem trazer apontamentos a respeito desse processo que vem se intensificando no Brasil desde 2010.

### 3.2 PESQUISAS VOLTADAS PARA A INTERAÇÃO ENTRE PÚBLICO E EMISSORAS DE TV UTILIZANDO O WHATSAPP

No repositório de Teses e Dissertações da Capes<sup>33</sup>, plataforma Sucupira, com o termo “WhatsApp” foram encontradas 218 pesquisas. Destas, 34 estão relacionadas à área de conhecimento da Comunicação; dez discutem especificamente o jornalismo; e seis tratam da

---

<sup>33</sup> O catálogo de teses pode ser acessado por este link: <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#!/>. Acesso em 29/09/2022.

utilização do aplicativo em televisão. Os trabalhos analisam as mudanças na produção telegenérica e como os conteúdos enviados pelo público são utilizados pelos jornalistas. Nenhum dos estudos encontrados se dedicou a ouvir e entender o posicionamento do público diante desta mudança na participação dos programas proporcionada pela evolução tecnológica e convergência midiática, o que não significa que não existam estudos nessa área, diante da complexidade das buscas que precisam ser feitas para finalizar o *corpus*. Já no repositório da Universidade Federal do Paraná foram encontradas duas pesquisas com o termo “WhatsApp” no título. Elas estão relacionadas aos programas de pós-graduação em Antropologia e Arqueologia, Setor de Ciências Humanas e pós-graduação de mestrado profissional em Filosofia. Como não estão na área de conhecimento da Comunicação, optou-se por não explorar os dois estudos.

Sobre as pesquisas encontradas na plataforma Sucupira, a dissertação “Jornalismo e público: reconfigurações no contexto digital. WhatsApp do Extra como ferramenta histórico-tecnológica”<sup>34</sup>, de Cristina Gerk Pinto Carneiro (2016), apresenta o *Jornal Extra* como o primeiro veículo de imprensa a utilizar o WhatsApp para contato com o público. O aplicativo começou a ser usado pelo jornal em junho de 2013.

Outro trabalho de conclusão de curso de mestrado é da pesquisadora Cláudia Regina Ferreira Anelo (2018), com o título “TV e tecnologias digitais: a participação do público no telejornal MS Record por meio do WhatsApp”<sup>35</sup>. O estudo traz um mapeamento de como o WhatsApp ganhou espaço e foi implantado nas redações brasileiras. A autora relata que a principal expansão ocorreu em 2014 e utiliza dados do Núcleo de Mídias Digitais do site de notícias da Faculdade Cásper Líbero, informando que o *Diário Catarinense*, de Santa Catarina; *O Dia*, do Rio de Janeiro; *Correio*, da Bahia; a emissora Bandeirantes; e a *Folha de S. Paulo* aderiram à ferramenta em 2014.

Esta pesquisa também fez buscas no repositório de teses de dissertações do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina<sup>36</sup> (UFSC) devido à proximidade geográfica com o objeto de estudo deste trabalho, o *Balanço Geral Joinville*. No repositório da UFSC, foram encontradas 149 dissertações e 29 teses publicadas. Em nenhuma das pesquisas se constatou o termo “WhatsApp” no título. A dissertação “O telejornal *Balanço*

<sup>34</sup> [https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id\\_trabalho=3456590](https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=3456590). Acesso em 30/09/2022.

<sup>35</sup> [https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id\\_trabalho=3773873](https://sucupira.capes.gov.br/sucupira/public/consultas/coleta/trabalhoConclusao/viewTrabalhoConclusao.jsf?popup=true&id_trabalho=3773873). Acesso em 30/09/2022.

<sup>36</sup> O repositório de teses e dissertações da Universidade Federal de Santa Catarina pode ser acessado neste link: <https://ppgjor.posgrad.ufsc.br/>. Acesso em 30/09/2022.

*Geral Florianópolis* e os modelos de apropriação na produção da notícia no telejornalismo”<sup>37</sup>, da pesquisadora Luciana Wasun Carvalho (2019), chega a citar que o WhatsApp é usado para receber materiais do público que podem ser transformados em notícias ou usados para a cobertura de *offs* e também para a conversa entre a equipe de reportagem, mas não se atém ao relacionamento desenvolvido entre telespectadores e emissora e não tem como objetivo fazer essa análise do ponto de vista do público.

A mesma busca foi realizada no repositório do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Entre as 49 dissertações publicadas, três abordam o telejornalismo, sendo que uma delas tem como foco o formato televisivo em produções do *YouTube*.

Durante a realização do estado da arte, encontramos um artigo que se assemelha ao estudo que realizamos e contribuiu para esta dissertação. Em abril de 2015, o telejornal *RJTV* e o *Bom Dia RJ* lançaram um número de WhatsApp para que os telespectadores pudessem enviar materiais para o programa. Cerca de um mês após o lançamento, a emissora comemorou a marca de 1 milhão<sup>38</sup> de contribuições recebidas. As pesquisadoras Musse e Thomé (2015) analisaram a forma como ocorria a participação do público e constataram que, mesmo com o envio de recortes do cotidiano, o telespectador ainda está longe de definir o que vai ou não ser exibido.

(...) o telespectador produz então conteúdo para o telejornal e passa a definir a agenda midiática, mas será importante observar que todo esse material ainda passa por uma triagem na central da emissora, deixando esse público no lugar de produtor de pauta e conteúdo, mas ainda à margem do que os teóricos denominam de *gatekeepers* da informação (MUSSE; THOMÉ, 2015, p. 6).

A mesma situação pode ser constatada no *Balanço Geral Joinville*. As mensagens enviadas por meio do WhatsApp passam pelo crivo da produção jornalística, que, na prática, é quem dá o aval para que aquele tema entre ou não na agenda midiática. Conteúdos que se assemelham ao fazer jornalístico televisivo, como vídeos narrados ou imagens que podem ser usadas para cobrir *off* ou ilustrar uma participação do repórter, têm maior probabilidade de serem utilizados (MUSSE; THOMÉ, 2015).

---

<sup>37</sup> <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/215692>. Acesso em 30/09/2022.

<sup>38</sup> A reportagem pode ser acessada neste link: <https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/05/whatsapp-e-viber-do-rjtv-e-bom-dia-rj-recebem-1-milhao-de-colaboracoes.html>. Acesso em 30/09/2022.

O público participa do agendamento do que merece ser mostrado e discutido, uma estratégia que é enunciativa, mas também comercial, trazendo o receptor para o outro lado, atraindo não só sua atenção, mas também sua presença. O telejornal, assim, passa a ser, neste discurso, um produto feito por todos, digno de confiança e capaz de defender os interesses e cobrar das autoridades uma solução para os problemas da população (MUSSE; THOMÉ, 2015, p. 2).

Percebe-se que ainda há um longo caminho a ser percorrido quando falamos de estudos voltados para a utilização do WhatsApp em programas jornalísticos televisivos, principalmente aqueles voltados ao viés dos estudos de recepção, que tratam o telespectador como protagonista nesse processo de convergência.

#### 4. METODOLOGIA E ANÁLISE DA PESQUISA

Sendo essa pesquisa um estudo de recepção, procuramos operadores teóricos e metodológicos que pudessem contribuir para a análise proposta. Para isso, mapeamos outros estudos com vieses semelhantes que já foram desenvolvidos no Brasil. O Núcleo de Pesquisa Recepção e Cultura Midiática/PPGCOM-UFRGS dedica-se a acompanhar as pesquisas que são realizadas nesta área desde a década de 1990, e um dos resultados percebidos é justamente o aumento de pesquisas na área dos estudos de recepção. Até o momento, foram publicados três livros *Meios e audiência* I, II e III.

Durante uma aula on-line<sup>39</sup>, a professora e pesquisadora Nilda Jacks apresentou um histórico das pesquisas desde a década de 1990 e relacionou com a introdução do pensamento de Jesús Martín-Barbero no Brasil. Segundo Jacks (2022), na década de 1990, das 1.769 teses e dissertações, 49 eram estudos de recepção, e Martín-Barbero era o pesquisador mais citado nesses trabalhos. Indicativo que se manteve na década de 2000, apesar de que os autores dos estudos ainda utilizavam as três primeiras mediações (publicadas em 1987), mesmo com uma atualização já proposta por Martín-Barbero em 1998.

A última edição<sup>40</sup> de *Meios e audiência III* traz um retrato das pesquisas de recepção realizadas entre 2010 e 2015, justamente quando se intensifica (o início foi nos anos 2000) o processo comunicacional por redes sociais. Por ser o período em que o WhatsApp, aplicativo pelo qual ocorre a interação investigada nesta pesquisa, é implantado no Brasil, vamos nos ater a ele.

Nesse período, os autores de *Meios e audiência III* identificaram 11 trabalhos dedicados à internet, com predominância dos estudos de recepção e consumo de jornalismo; além de outros 41 que se debruçaram sobre a convergência midiática, sendo predominantes os estudos de consumo de telenovela. Para o grupo de pesquisa, aumento na quantidade de programas de pós-graduação em Comunicação, além de maior relevância dada ao tema no período, resultaram na quantidade de estudos realizados.

Entre os autores mais citados nos estudos realizados entre 2010 e 2015 estão Henry Jenkins, Pierre Lévy, Manuel Castells, André Lemos, Adriana Braga, Lucia Santaella, Néstor Garcia Canclini, Guillermo Orozco Gómez, Stuart Hall e Jesús Martín-Barbero, que nos

---

<sup>39</sup> A aula pode ser acessada por meio deste link: <https://www.youtube.com/watch?v=dRE-RZrwxhg>. Acesso em 14/02/2023.

<sup>40</sup> Um quarto livro mapeando as pesquisas realizadas mais recentemente está em produção pelo grupo de pesquisa.

auxiliará nas próximas reflexões, já que temos o autor como operador metodológico dessa pesquisa, com base na teoria barberiana.

Desde as primeiras publicações, a teoria barberiana propõe que os estudos de recepção avancem além daquilo que o próprio Jesús Martín-Barbero classifica como uma maneira superficial de análise: identificar o avanço das tecnologias como principal motivo para as mudanças. Para o pesquisador, que é referência na área, esta análise deve ser feita com o olhar voltado às mediações. “A teoria barberiana das mediações não se confunde com uma teoria da recepção, e seu alcance está em compreender o inteiro processo da comunicação” (LOPES, 2018, p. 14).

Mediações que, conforme definição de Martín-Barbero e Sonia Munhoz, têm mais de um significado:

As mediações são esse ‘lugar’ de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e da recepção: o que [a mídia] produz não responde unicamente a requerimentos do sistema industrial e a estratégias comerciais, mas também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver (MARTÍN-BARBERO; SONIA MUNHOZ, 1992 *apud* LOPES, 2018, on-line).

As atualizações nos mapas das mediações ressaltam a forma como a sociedade interage e reage a cada novo movimento. Por este motivo, Lopes (2018) sugere que os pesquisadores que utilizam os mapas das mediações estejam sempre atentos às discussões e a cada atualização.

Em 1987, Jesús Martín-Barbero publicou a primeira edição do que o próprio autor chama de Mapa Noturno e revela em entrevistas que se dedicou durante dez anos à produção do material. Nos anos seguintes, ocorreram as atualizações do mapa feitas em 1998, 2010 e 2017. O último livro foi motivado pelo professor Omar Rincón, a partir de um evento organizado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, em comemoração aos 30 anos da primeira publicação. O livro *Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural* (JACKS; SCHMITZ; WOTTRICH (orgs) RINCÓN [ed.] 2019)<sup>41</sup> apresenta uma fusão dos mapas que facilita para o leitor a visualização e compreensão das mudanças e adequações que foram realizadas em cada uma das edições. Além de que cada uma das mediações e polos buscou na raiz das propostas pesquisadores que pudessem discutir de onde Martín-Barbero buscou inspirações para as discussões.

---

<sup>41</sup>O livro pode ser acessado por este link: <http://www.ufrgs.br/obcomp/noticias/12/820/livro-com-reflexoes-sobre-cultura-e-comunicacao-a-partir-do-pensamento-de-martin-barbero-e-lancado-com-download-gratuito/>. Acessado em 15/02/2023.

FIGURA 8 – Fusão dos três últimos mapas



**Fonte:** Silva; Baseio, 2019 (Adaptado de Martín-Barbero 1998;2010; 2017)

Ao publicar “*Dos medios às mediações*”, Jesús Martín-Barbero reconhece que a comunicação deixa de ser um único campo de estudo e passa a ser um conceito interdisciplinar (2006). Para o autor, os consumos e produções comunicacionais estão diretamente relacionados com a cultura que faz parte daquela sociedade no momento. Além do mais, para Martín-Barbero não se pode imaginar que os meios massivos atuem apenas com a reprodutibilidade técnica, conceito apresentado por Walter Benjamin (1955), e que estão inseridos no dia a dia da sociedade.

Martín-Barbero afirma que é preciso ir além das teorias funcionalistas de recepção. “Não se trata apenas de medir a distância entre as mensagens e seus efeitos, e sim de construir uma análise integral do consumo, entendido como o conjunto de processos sociais de apropriação dos produtos” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 292).

Ou seja, para Martín-Barbero, as mediações surgem pela sociedade, dão-se por meio dos processos culturais e sociais, sendo resignificadas e revistas a todo momento. Ainda nesta linha, Certeau, citado por Jacks, Toaldo e Oikawa (2016), defende que não se pode classificar um consumidor apenas pelo que consome, mas é necessário levar em consideração o uso que faz desses itens consumidos e as práticas de consumo.

Jesús Martín-Barbero está na lista dos mais importantes pensadores dos estudos culturais na América Latina e contribuiu significativamente para os estudos de comunicação. Se antes se olhava o emissor como dominador, e o receptor como dominado, sem que houvesse sequer um ato de resistência ou uma necessidade de atração, Martín-Barbero (2006) apresenta os polos e as mediações, que para o autor são opções metodológicas para entender como se estabelecem as relações em uma sociedade, tendo como centralidade a cultura, a comunicação e a política.

Na discussão teórico-metodológica, esta pesquisa tende a dialogar com os conceitos apresentados tanto no terceiro quanto no quarto mapas, visto que na última atualização algumas mediações foram incorporadas e remodeladas e outras ganharam status de polos, como é o caso da *tecnicidade*.

#### 4.1 O PAPEL DA TELEVISÃO PARA OS ESTUDOS CULTURAIS NA AMÉRICA LATINA

Ao discutir a televisão, parece extremamente atual o questionamento de Martín-Barbero ao afirmar que para produtores e programadores, ou então os “fazedores de televisão”, importam apenas as novas tecnologias de vídeo e internet e menos as relações sociais formadas a partir ou por meio delas. Por isso, o autor aconselha que se inverta a ordem da pesquisa:

Em vez de fazer a pesquisa a partir da análise das lógicas de produção e recepção, para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento, propomos partir das mediações, isto é, dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 294).

Para o autor, na América Latina a televisão tem a família como *unidade básica de audiência* (2006) e se organiza nos eixos da *proximidade e da magia de ver*.

(...) o espaço da televisão é dominado pela magia do ver: por uma proximidade construída mediante uma montagem que não é expressiva, e sim funcional, sustentada na base da “gravação ao vivo”, real ou simulada. Na televisão, a visão predominante é aquela que produz a sensação de imediatez, que é um dos traços que dão forma ao cotidiano (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 297).

A televisão manteve sua base de audiência em núcleos familiares e não deixou de buscar a proximidade com o público. O que houve foi a atualização dos processos mediante as

inovações tecnológicas e mudanças culturais da sociedade. Com base na interatividade proporcionada por meio da internet, percebemos a necessidade de constantes debates a respeito dos caminhos que a televisão adota na tentativa de estar e ser participante na vida do seu público. Se a estética persuasiva passa pelo envolvimento das pessoas com os programas, mais uma vez Martín-Barbero é referência para as discussões atuais.

Na televisão, nada de rostos misteriosos ou encantadores demais; os rostos da televisão serão próximos, amigáveis, nem fascinantes nem vulgares. Proximidade dos personagens e dos acontecimentos: um discurso que familiariza tudo, torna próximo (...). Um discurso que produz seus efeitos a partir da mesma forma que organiza das imagens: do jeito que permite maior transparência, ou seja, em termos de simplicidade, clareza e economia narrativa (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 297).

A questão dos rostos familiares é um dos pontos que precisa ser considerado quando falamos em participação do público, da forma como vemos no *Balanço Geral Joinville*. As mensagens sempre têm identificação do emissor, inclusive com foto. Isso só não ocorre quando a pessoa pede para não ser identificada e que tenha uma justificativa para tal, como exposição de situações que podem gerar danos ao telespectador. Além disso, a forma como o discurso é moldado (editado) por quem recebe a mensagem na TV torna a linguagem muito similar à que é usada diariamente pela TV, por exemplo, as questões ortográficas, uma vez que a própria emissora afirma editar as mensagens para evitar erros de ortografia. A frase do público, que tende a ser maior, na edição é encurtada e colocada na ordem direta, conforme a Língua Portuguesa.

Outro ponto é aquele apresentado por Musse e Thomé (2015) de que os vídeos e fotos que mais se assemelham à técnica jornalística têm maior probabilidade de serem usados. Claro, sem desconsiderar que apresentadores e repórteres são figuras familiares e próximas em um contexto de telejornalismo local. Eles vivem a cidade, estão nos mesmos locais que os telespectadores, vão ao mercado, shopping, caminham pela rua e, por vezes, se encontram com o público que diariamente os assiste.

O tempo em televisão ocorre mediante a repetição e fragmentação. Repetição de gênero e programa, e fragmentação de histórias e narrativas. Mesmo em telejornais, a notícia que vai ao ar não é a realidade, mas um recorte do que aconteceu, ou seja, um fragmento.

Esse processo, para o autor, faz com que os públicos não se percam na programação, que reconheçam o gênero e a narrativa. Para exemplificar, Martín-Barbero faz inclusive uma

analogia com os folhetins do século XIX, ao afirmar que “o leitor popular transita entre o conto e o romance ‘sem se perder’” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 298).

Qualquer telespectador sabe quando um texto/relato foi interrompido, conhece as formas possíveis de interpretá-lo, é capaz de resumi-lo, dar-lhe um título, comparar e classificar narrativas. Falantes do “idioma” dos gêneros, os telespectadores, como nativos de uma cultura textualizada, “desconhecem” sua gramática, mas são capazes de falá-lo (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 304).

Isso é percebido diariamente nos conteúdos enviados pelos telespectadores do *Balanço Geral Joinville*. O telespectador pode não ter o conhecimento da técnica, mas reconhece o “idioma” televisivo e, de certa forma, procura se adequar nesse método para fazer parte do sistema, sentindo-se incluído em uma comunidade midiática.

No âmbito da competência cultural, o autor responde se a televisão pode ser considerada um meio cultural ou de promoção da cultura. “ – gostemos ou não, para o bem ou para o mal – é a própria noção de cultura, sua significação social, o que está sendo transformado pelo que a televisão produz e em seu modo de reprodução”. (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 300). Na própria história da televisão, essa movimentação é percebida. Sejam as vezes em que houver mudanças na programação, de acordo com os costumes da sociedade, ou de acordo com os anseios do mercado, sejam as adaptações de sotaque, cenário, modos de fazer, até mesmo mais recentemente com as variadas formas e opções para que o telespectador participe da programação. Este último quesito, por sinal, é reflexo das mudanças culturais vivenciadas pela sociedade. Tem-se, de fato, um ciclo que se retroalimenta pelas mediações em cada eixo.

Por fim, o autor reflete sobre a maneira como o público vê televisão, de que lugar acompanha, ou qual a relevância, o espaço e a importância que o meio recebe, quanto tempo é destinado para a programação, se é uma programação que fica ligada o dia todo ou apenas em determinado horário para consumo de um único programa. Ou seja, os hábitos dos telespectadores e as formações culturais são também mediações que devem ser observadas quando tratamos de um estudo de recepção. Não é possível ignorar a história do sujeito e se ater apenas à mensagem, forma como ela é transmitida e significação que é feita.

## 4.2 NA TRILHA DO TERCEIRO E DO QUARTO MAPAS PROPOSTOS POR MARTÍN-BARBERO

Atualizado em 2010, o terceiro mapa traz pelo menos dois conceitos de mediações fundamentais para a discussão proposta nesta dissertação. São eles a ritualidade e a tecnicidade, que mais tarde, no último mapa, foram atualizados.

Lopes (2018) ajuda a compreender o sentido amplo de tecnicidade que Martín-Barbero sugere no terceiro mapa, não ficando restrito apenas à técnica ou aos avanços tecnológicos, mas perpassando pelas imbricações proporcionadas pelas mudanças culturais diante destas novas possibilidades apresentadas pelas novas tecnologias. Ou seja, de nada adianta a indústria investir em diferentes processos tecnológicos, avanços em sinal de internet e conectividade e aparelhos cada vez mais modernos se não houver uma mudança, um entendimento e uma aceitação por parte do público para que de fato tudo isso passe a fazer sentido e tenha significado na produção de novos conteúdos, participação do público e ocupação de espaço nas mídias.

A estratégica mediação da tecnicidade se coloca atualmente em um novo cenário, o da globalização, e em sua conversão em conector universal do global (Milton Santos). Isso se dá não só no espaço das redes informáticas, como também na conexão dos meios – televisão e telefone – com o computador, restabelecendo aceleradamente a relação dos discursos públicos e os relatos (gêneros) midiáticos com os formatos industriais e os textos virtuais. As perguntas abertas pela tecnicidade apontam então para o novo estatuto social da técnica, ao restabelecimento do sentido do discurso e da práxis política, ao novo estatuto da cultura, e aos avatares da estética (MARTÍN-BARBERO *in* CASTILHO; LOPES, 2018, p. 18).

Por sua vez, a mediação da ritualidade, no terceiro mapa, se dá entre a espacialidade e os fluxos. Espacialidade que pode ser traduzida como o território e suas proximidades, os espaços comunicacionais, imaginados, subjetivos e apropriados. Já os fluxos se dão justamente mediante o que é produzido pelo público, imagens, interações, conteúdo (LOPES, 2018).

A mediação das ritualidades nos remete ao nexo simbólico que sustenta toda comunicação: à sua ancoragem na memória, aos seus ritmos e formas, seus cenários de interação e repetição. Em sua relação com os FI (discursos, gêneros, programas e grades ou palimpsestos), as ritualidades constituem gramáticas da ação – do olhar, do escutar, do ler – que regulam a interação entre os espaços e tempos da vida cotidiana e os espaços e tempos que conformam os meios (MARTÍN-BARBERO *in* CASTILHO; LOPES, 2018, p. 18).

Concomitante a essa reflexão, Jacks, Toaldo e Oikawa (2016) discutem as práticas culturais em um contexto de convergência midiática. Para as autoras, os consumidores utilizam

as práticas culturais para o efetivo fazer acontecer, porém de acordo com seus interesses e levando em consideração as suas experiências e saberes.

Com a internet, essas diferentes “maneiras de fazer” dos consumidores tornam-se visíveis e rastreáveis. Mais do que isso, as tecnologias digitais e a internet possibilitam uma maior descentralização nas formas de produção e de distribuição de conteúdos, permitindo que os consumidores produzam não apenas “maneiras de empregar” os produtos que lhe são impostos, mas, também, seus próprios produtos (JACKS; TOALDO; OIKAWA, 2016, p. 8).

Ao se dedicar a enviar uma informação para a televisão, o telespectador está também gerando e produzindo conteúdo. Produz algo que vai ser consumido por outros milhares de telespectadores em condições semelhantes à dele, mas que, ao enviar a mensagem, se posicionam como alguém que também gera conteúdo, ou seja, está na posição de emissor do conteúdo. Ao inverter a lógica da televisão, que já foi considerada o polo emissor de um para muitos (WOLTON, 1996), o telespectador está também imprimindo mudanças culturais de consumo e práticas comunicacionais.

É, porém, o quarto mapa, “Mutações culturais e comunicacionais contemporâneas”, proposto por Martín-Barbero (2017), que conduz à discussão mais recente sobre os estudos culturais latino-americanos e está relacionado ao tempo que vivemos. “O mapa propõe novos eixos e mediações para compreender as mutações comunicacionais e culturais do nosso tempo”<sup>42</sup> (RINCÓN; JACKS; SCHMITZ; WOTTRICH, 2019, p. 11)

Por esse motivo, e como orienta Lopes (2018), indicando que os pesquisadores devem estar atentos às atualizações, vamos nos aprofundar nesse mapa e utilizá-lo como percurso metodológico para a discussão dos resultados da pesquisa. Antes, portanto, faz-se necessária uma discussão sobre os conceitos que serão usados nessa pesquisa, posto que, como um cartógrafo a explorar um mapa, podemos seguir por um ou outro caminho, não sendo obrigatória a passagem por todos, a depender do que o objeto indica como essencial para a análise.

No quarto mapa, ao se referir às mediações fundantes de comunicação, cultura e política, o autor coloca no centro do mapa o termo “cartografia do contemporâneo”, que se articula em

---

<sup>42</sup> Tradução nossa, livre do espanhol.

El “mapa para investigar el *sensorium* contemporáneo”, entre confluencias y divergencias con los modelos anteriores (1987, 1998, 2009), propone nuevos ejes y mediaciones para la comprensión de las mutaciones comunicacionales y culturales de nuestro tiempo.

quatro eixos, sendo o diacrônico composto por sensorialidade e tecnicidade, e o sincrônico articulado entre a temporalidade e a espacialidade.

Uma breve descrição sobre o que Martín-Barbero entende por cada um destes eixos se faz necessária. Quando o autor se refere à sensorialidade, busca compreender os aspectos humano, emocional e cultural. Já a tecnicidade é muito mais que a técnica, sendo compreendida como as mudanças que permeiam a sociedade. Trata-se de uma maneira de entender como as mudanças são desde percebidas até explicadas. “A sensorialidade nem sempre é um sujeito ativo, muitas vezes é passivo porque sofre as consequências da tecnicidade”<sup>43</sup> (MARTÍN-BARBERO; RINCÓN, 2019, p. 21).

A definição de tempo se dá como aquele que é medido desde os primórdios pela humanidade. “Falar de tempo é falar da vida cotidiana, dos tempos de guerra, dos tempos das cidades, dos tempos de criar os espaços. Vivemos uma diversidade de tempos”<sup>44</sup> (MARTÍN-BARBERO; RINCÓN, 2019, p. 20). Para o autor, não há como pensar tempo e espaço sem que eles estejam relacionados. Segundo Felippi, Villela e Silveira (2019), caso seja feita uma retrospectiva nos mapas de Martín-Barbero, percebe-se que a espacialidade tem sido considerada pelo autor desde a primeira edição do Mapa Noturno, por vezes citada metaforicamente e em outras versões literalmente, sendo um conceito com raízes na geografia. “É no espaço geográfico que ocorrem as relações de produção e de reproduções sociais que são geradas por meio das interações socioculturais”<sup>45</sup> (FELIPPI; VILLELA; SILVEIRA, 2019, p. 103). Portanto, assim como o tempo é diverso, propõem-se “múltiplas espacialidades: o espaço habitado, o espaço produzido, o espaço imaginado e o espaço praticado”<sup>46</sup> (FELIPPI, VILLELA; SILVEIRA, 2019, p. 104).

É possível apontar que a atualização do novo mapa da teoria barberiana traz ainda mais imbricações entre o contexto atual em que a sociedade contemporânea vive, diante de um cenário cada vez mais virtual e mercadológico, mas que não se afasta das relações desenvolvidas entre tempo e espaço, tecnicidades e sensorialidades.

Para o jornalismo local, uma das principais aproximações propostas pelo autor é justamente sobre a ressignificação das produções feitas nos espaços das cidades, sendo estes

---

<sup>43</sup> La sensorialidad no es siempre el sujeto activo, muchas veces es pasivo porque sufre las consecuencias de las tecnicidades. Tradução nossa, livre do espanhol.

<sup>44</sup> Hablar de tiempo es hablar de tiempos en la vida cotidiana, los tiempos de la guerra, los tiempos de las ciudades, los tiempos de crear los espacios. Habitamos diversidad de tiempos. Tradução nossa, livre do espanhol.

<sup>45</sup> En el espacio geográfico ocurren las relaciones de producción y de reproducción social que se generan por medio de las interacciones socioculturales. Tradução nossa, livre do espanhol.

<sup>46</sup> Propone así múltiples espacialidades: el espacio habitado, el espacio producido, el espacio imaginado y el espacio practicado. Tradução nossa, livre do espanhol.

espaços (cidades/bairros) considerados “espaços de resistência e de uma singularidade que expressam suas particularidades<sup>47</sup>” (FELIPPI; VILLELA; SILVEIRA, 2019, p. 109). Neste contexto, a espacialidade é reconhecida como um local de disputa, resistência, produção e reconstrução tanto de identidades quanto de organizações que se estabelecem no território, reforçando as mutações presentes nos processos sociais.

O quarto mapa de Jesús Martín-Barbero traz as mediações e eixos tão intensamente interligados que fica difícil, diante do objeto empírico observado nesta dissertação, definir sobre quais mediações ele transita a fim de delimitar o percurso para análise dos resultados. Partiremos, portanto, das orientações que diferentes professores passaram durante a jornada acadêmica: a de que é necessário deixar o objeto falar e de que o pesquisador precisa estar atento para compreender o que o objeto está dizendo. Foi a partir dos primeiros resultados encontrados nos dois formulários enviados aos participantes que se deu o recorte teórico-metodológico proposto para a dissertação.

Ao traçar um percurso para ser seguido dentro do último mapa de Martín-Barbero, é como se tivéssemos a imagem de um triângulo-retângulo. Como sugere a pesquisadora Nilda Jacks<sup>48</sup> (2022), nosso caminho de entrada no mapa se dá justamente pelas mediações: as narrativas. Desenrola-se pelo eixo da tecnicidade, passando pela mediação de redes, seguindo pelo eixo da espacialidade, com enfoque na mediação da cidadania, cortando o mapa ao meio, retornando para a mediação das narrativas.

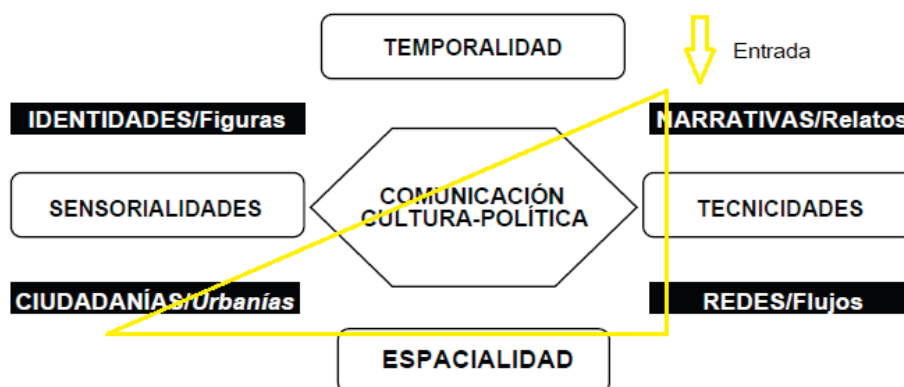
---

<sup>47</sup> Espacio de resistencia y de una singularidad que expresa sus particularidades. Tradução nossa, livre do espanhol.

<sup>48</sup> Durante uma aula on-line, a professora afirmou que, para a utilização do mapa como operador metodológico, é necessário que se entre sempre por uma das mediações e não pelos eixos.  
<https://www.youtube.com/watch?v=dRE-RZrwxhg>. Acesso em 14/02/2023.

FIGURA 9 – Percurso a ser percorrido dentro do mapa para análise

**Mapa 2017: sobre *El Sensorium* contemporáneo para investigar la mutación cultural que habitamos**



Fonte: adaptação da autora de mapa ilustrado no livro “Um novo mapa para investigar a mutação cultural” (2019)

#### 4.2.1 Narrativas

Nesta versão do mapa, a mediação narrativa assume a posição que nas duas versões anteriores era dedicada à tecnicidade.

“Tecnicidade” refere-se a inovações intrínsecas ao campo da produção e o modo como afetam as linguagens midiáticas, para que, ao transformar o material discursivo e o ambiente de onde vem, derivem novas práticas sociais que se associam simbolicamente a valores coletivos, incorporados aos ritos, investidos em certo significado simbólico até chegar às narrativas (SILVA; BASEIO, 2019, p. 171).

Em termos práticos, tecnicidades e narrativas se estabelecem em um contexto de articulação, de modo que a tecnicidade está também relacionada à habilidade de se comunicar por diferentes formas que se atualizam constantemente (SILVA; BASEIO, 2019), e as narrativas são os reflexos, enredos, criações e articulações desta comunicação. Como as próprias autoras argumentam ao citar Lopes (2018), não significa que estejam enraizadas, mas que se articulam na realidade como no formato de um rizoma.

Para chegar à discussão proposta, Martín-Barbero dialoga com conceitos propostos por Walter Benjamin (1994) e Roland Barthes (2001), por exemplo. Desta forma, é necessário entender que narrativas são, também, um conceito plural que passa por mutações e têm aplicações em disciplinas diferentes da comunicação, como a antropologia e a linguística.

Na comunicação, as narrativas ocorrem em um contexto de ritualidade e estão presentes em várias formas de conversação, como na escola, no trabalho, na política e em diferentes

lugares. A expansão dos gêneros que abrangem desde as fofocas, filmes, circulação de notícias, entre outras, mostram o quanto a narrativa evoluiu nos últimos anos (SILVA; BASEIO, 2019). “Cabe ressaltar que, atualmente, essas narrativas têm sido recriadas e viabilizadas por meio das tecnologias da comunicação”<sup>49</sup> (SILVA; BASEIO, 2019, p. 175). Por todos esses motivos, a narrativa é interpretada como uma necessidade humana que se relaciona com a cultura, independentemente do tempo ou do espaço.

A necessidade de compartilhar experiências se incorpora às novas mediações, reiterando a ideia de que as narrativas funcionam como uma metamorfose, jamais morrem, dado que a narrativa é um alimento de sustentação da cultura, sobretudo na América Latina. (...) Deste modo, as novas formas de estar junto, com as maneiras com que se reinventa a cidadania e reconstitui a cidadania, são atravessadas pelas narrativas (SILVA; BASEIO, 2019, p. 181 e 182. Tradução livre do espanhol nossa).

Observa-se a partir desta definição a proximidade da mediação com o objeto estudado nesta pesquisa, visto que o público utiliza meios tecnológicos para conversar entre si e com a emissora de TV, com o intuito de fortalecer os laços comunitários, mas também a cidadania da comunidade que dialoga em diferentes espaços, e sobre assuntos que interferem no cotidiano da sociedade como um todo.

#### 4.2.2 Redes

Segundo Brignol, Cogo e Martínez (2019), é a partir de 2008 que Jesús Martín-Barbero passa a destacar a importância de se observar os processos comunicacionais a partir do paradigma de rede. Sendo o próprio Martín-Barbero, quem explica o contexto em que se dá essa definição:

Uma noção de comunicação muito mais ancorada no conceito de rede e interface; de uma conexão que possibilita não apenas uma transformação interna, mas uma voz mais potente na hora de falar e se projetar para o país ou para o mundo e que, ao mesmo tempo, já está repercutindo na concepção do político nesses lugares” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 17, *apud* BRIGNOL; COGO; MARTÍNEZ, 2019, p. 201. Tradução livre do espanhol nossa).

Os estudos relacionados às redes trazem consigo a perspectiva de que a comunicação digital não se finda no ciberespaço, mas que gera imbricações no sentido de que se relaciona

---

<sup>49</sup> Cabe destacar que, actualmente, esas narrativas han sido recreadas y visibilizadas por medio de las tecnologías de comunicación. Tradução livre do espanhol nossa.

diretamente com os hipertextos também nas mídias tradicionais como rádio e TV. Essa conexão por diferentes plataformas, como *WhatsApp, Facebook e Twitter*, supera a conversação nestes ciberespaços, “gerando formas inovadoras de organização e comunicação que fluem de forma integrada entre os ambientes on-line e off-line”<sup>50</sup> (BRIGNOL; COGO; MARTÍNEZ, 2019, p. 197).

É também nesse novo modelo de espaço que surgem novas formas de estarmos juntos, aceleradas pelos fluxos e redes e em outros contextos propostos por Martín-Barbero, o das migrações, “(...) conectando diversos atores a um novo espaço público de intermediação”<sup>51</sup> (BRIGNOL; COGO; MARTÍNEZ, 2019, p. 203). Entretanto, não se pode deixar de lado os problemas enfrentados em decorrência, como as *fake news* e a falta de privacidade. Além disso, é com base neste conceito de redes que encontramos significações para a maneira como transformamos a nossa relação com os diferentes espaços e tempos que vivemos.

#### 4.2.3 Cidadania

Apesar de não existir acordo sobre uma definição para o termo cidadania, uma vez que é estudado por diferentes aspectos e áreas de conhecimento, na discussão de Jesús Martín-Barbero a palavra surge da reflexão que o autor realiza sobre as relações entre os campos da cultura e comunicação, sobretudo quando a mediação tecnológica ocupa um aspecto estrutural na sociedade (BONIN; MORIGI; VALAREZO, 2019).

É em um cenário de mudança cultural relacionado à globalização e avanços tecnológicos ao qual o autor direciona especial atenção em compreender “os novos sujeitos da cidadania vinculados ao campo cultural e ao papel dos meios”<sup>52</sup> (BONIN; MORIGI; VALAREZO, 2019, p. 224). Sujeitos esses que estariam sendo inseridos em larga escala em uma representação de estilos e valores desterritorializados, boa parte pelos meios de comunicação em um contexto de convergência acelerado por novas tecnologias.

Entretanto, para Martín-Barbero, é também nesse cenário de globalização que se percebe uma revolução na formação de identidades, quando “se abrem caminhos contra as antigas exclusões que funcionam como espaços de pertencimento, de reconhecimento, de

---

<sup>50</sup> generando formas innovadoras de organización y comunicación que fluyen de forma integrada entre los ambientes *online* y *offline* . Tradução livre do espanhol nossa.

<sup>51</sup> conectando diversos actores en un nuevo espacio público de intermediación. Tradução livre do espanhol nossa.

<sup>52</sup> (...) de nuevos sujetos de ciudadanía vinculados al campo cultural y al papel de los medios. Tradução livre do espanhol nossa.

memória, de solidariedade”<sup>53</sup> (BONIN; MIRIGI; VALAREZO, 2019, p. 227). Ao discutir a mediação da cidadania, neste livro que pode ser considerado uma enciclopédia sobre a trajetória percorrida por Martín-Barbero na produção de sua vasta obra, os autores identificam a comunicação como o local em que podem ser expostas as diferentes opiniões e interações, permitindo espaço para o debate público.

A mídia virou nas nossas sociedades ambientes constituintes da vida pública e de reconhecimento social. São espaços fundamentais para a expansão ou restrição do público, que se configura a partir de suas gramáticas, lógica e operações. Certamente o público se fortalece quando é possível que diversos atores possam ser reconhecidos, quando a sociedade civil pode se expressar em sua pluralidade, quando os cidadãos têm seus problemas ou as orientações dos governantes, quando eles contribuem para a sua constituição baseada na isonomia cidadã (BONIN; MIRIGI; VALAREZO, 2019, p. 229. Tradução livre do espanhol nossa.).

Para que essas diferenças culturais e sociais se façam presentes na sociedade, Martín-Barbero aponta que é necessária uma efetiva participação por parte dos diferentes grupos e agentes sociais. Além disso, precisamos ter uma comunicação que efetivamente informe e esteja disposta e preparada para abrir espaços para debates que façam sentido para a sociedade. Na América Latina, o autor reconhece que há avanços no processo, apontando dois deles: o primeiro como sendo o aumento dos espaços para comunicação comunitária, o que chama de “rede de cidadania para debate do espaço público, onde cabe aquilo que não tem espaço nos meios privados”<sup>54</sup> (BONIN; MIRIGI; VALAREZO, 2019, p. 230); e em segundo, as possibilidade de formação dessas redes por meio da internet, que, além de serem espaços para o fortalecimento da cidadania, constituem-se como locais para o compartilhamento de experiências, diferentes visões e interações (BONIN; MIRIGI; VALAREZO, 2019).

Percebe-se em cada um dos conceitos analisados o entrelaçamento direto com a tecnicidade, tendo esse eixo recebido atenção especial de cada uma das mediações propostas por Martín-Barbero para estudos teórico-metodológicos realizados em objetos empíricos comunicacionais na América Latina e que se relacionam diretamente com as mediações fundantes de cultura, comunicação e política.

---

<sup>53</sup> abren camino contra las viejas exclusiones, y funcionan como espacios de pertenencia, de reconocimiento, de memoria, de solidaridad. Tradução livre do espanhol nossa.

<sup>54</sup> una red ciudadana de espacio público de debate de todo aquello que no cabe en los medios privados Tradução livre do espanhol nossa.

#### 4.3 PERCURSO METODOLÓGICO: APROXIMAÇÃO COM O PÚBLICO

O objetivo desta pesquisa é fazer uma análise qualitativa para identificar o perfil do telespectador que participa e interage com o *Balanço Geral Joinville*, apontar as motivações que revertem efetiva participação, além de identificar se o telespectador reconhece esse espaço como importante para o debate de temas relevantes para a sociedade. A primeira etapa foi composta pela coleta de dados por meio de formulário eletrônico com perguntas fechadas, que resultaram em dados quantitativos para a pesquisa e auxiliaram na definição dos participantes da segunda fase, na qual realizamos grupo de discussão, um método qualitativo referenciado por autores como (IBÁÑEZ, 1996; CALLEJO, 1998; MEINERZ, 2011; WELLER, 2013 e SILVESTRE *et al*, 2018).

Conforme definido previamente com a emissora NDTV Record Joinville e aprovado pelo Comitê de Ética, tivemos acesso aos telespectadores que enviam mensagens para o *Balanço Geral Joinville*, da NDTV Record, pelo próprio aplicativo de mensagens da TV. Com relação à parte técnica de envio e troca de mensagens, a pesquisadora não teve dificuldade, visto que trabalhou por mais de dez anos na emissora (2010 a 2021); e enquanto trabalhava, era uma das jornalistas responsáveis por esse contato com o público. Conforme combinado com a diretoria da empresa, no entanto, um estagiário da emissora acompanhou o envio das mensagens para se certificar de que estava sendo cumprido o acordo de envio do *link* com o formulário apenas aos telespectadores que aceitassem participar.

Nos dias 14 e 15 de setembro de 2022, após o fim da transmissão ao vivo da programação local, por volta das 15h15, enviei mensagem para os telespectadores pelo WhatsApp da TV, perguntando se gostariam de participar de uma pesquisa acadêmica. A mensagem inicial foi a seguinte: “Olá, boa tarde. Gostaríamos de convidá-lo a participar de uma pesquisa sobre a sua participação pelo WhatsApp da NDTV Record. Você aceita?”.

Apenas as pessoas que responderam positivamente receberam outra mensagem com a seguinte informação: “Essa pesquisa não tem custo nenhum e está sendo feita pela jornalista Tatiana de Souza Sabatke para o mestrado. Você responde à pesquisa pelo *link* (endereço do *link* do *Google Forms*). Obrigada.”

Nos dois dias de seleção dos telespectadores, optei por entrar em contato com pessoas que haviam enviado mensagem durante o horário em que o *Balanço Geral Joinville* estava sendo exibido ao vivo, das 11h50 às 13h20. Quarenta pessoas foram convidadas a participar. Trinta e cinco pessoas aceitaram responder à pesquisa e receberam o *link*. Uma disse que não

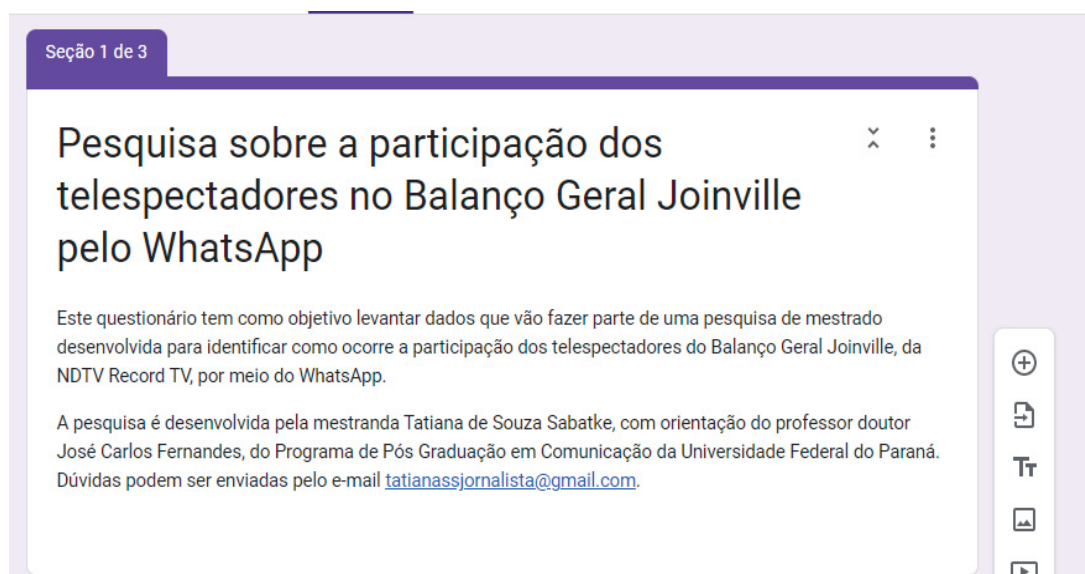
gostaria de responder e quatro pessoas não retornaram o nosso contato e, por isso, não receberam o *link* com o primeiro formulário.

Das 35 pessoas que disseram que responderiam, contabilizamos o retorno de 27 telespectadores, sendo que um deles não era morador de Joinville, efetivando 26 telespectadores participantes. A primeira pergunta era justamente a cidade de residência e servia como uma condicionante para a continuidade das respostas. Caso o participante não fosse morador de Joinville, o formulário era encerrado automaticamente. Isso se deve ao fato de que no início da pesquisa delimitamos a participação exclusivamente a moradores de Joinville, cidade-sede da NDTV Joinville.

Entendemos que os telespectadores tinham total autonomia para dar continuidade à participação ou não. Sendo, desta forma, interpretado que, ao responder ao questionário, ele estava ciente da realização de uma pesquisa acadêmica e científica que não teria custo algum ao participante.

Assim que abria o *link* do *Google Forms* para responder ao formulário, o participante se deparava com a informação contida na figura 9. As perguntas com as respectivas respostas estão disponíveis no ANEXO 1 desta pesquisa.

FIGURA 10 – mensagem inicial explicando aos telespectadores sobre o que se tratava a pesquisa



Fonte: a autora

O primeiro questionário era composto por 14 perguntas, e a última delas investigava se a pessoa tinha interesse em continuar participando da pesquisa. Caso tivesse, solicitamos que

deixasse o nome e o número de telefone para contato. Essa foi a estratégia usada a fim de delimitar o público para as próximas etapas.

Das 26 pessoas que responderam ao primeiro formulário, 18 disseram que aceitariam continuar participando da pesquisa. Com a proximidade das festas de fim de ano, período em que sabidamente as pessoas estão com foco em outras atividades, optou-se, em consonância com o orientador deste trabalho, a retomar o contato com os telespectadores para dar continuidade ao levantamento de dados após o dia 15 de janeiro de 2023.

Desta forma, nos dias 23 e 24 de janeiro, liguei para as 18 pessoas que haviam sinalizado que tinham interesse em continuar na pesquisa. É importante ressaltar que esse foi nosso primeiro contato telefônico. Da outra vez, havia sido apenas pelo WhatsApp da TV e com eles respondendo ao formulário.

Dos 18 telespectadores que haviam aceitado, consegui falar com 11 pessoas. Duas mulheres disseram que, devido ao horário de trabalho e a outros compromissos, não assistem mais ao telejornal e um homem afirmou que estaria de férias, fora da cidade, e que por isso não gostaria de assumir o compromisso. Nos três casos, não insisti para que participassem, visto que o método adotado exige que o participante esteja acompanhando a programação para a efetiva discussão. Por isso, agradei por terem colaborado até ali e dei continuidade à pesquisa com a participação de oito telespectadores que aceitaram continuar contribuindo para o estudo.

Em conversa com o orientador, optou-se por fazer esse primeiro contato por telefone para se apresentar ao participante, explicar os objetivos e andamento da pesquisa, relatar sobre o “consentimento livre e esclarecido”, visto que da outra vez o contato havia sido pelo *WhatsApp* da TV e havia ocorrido quatro meses atrás.

Vale ressaltar, que após o contato telefônico, a pesquisadora enviou mensagem pelo *WhatsApp* para que os contatados tivessem o número de telefone e pudessem falar com a autora, caso tivessem dúvida. Aliás, no primeiro momento da ligação, era perceptível a dúvida sobre a veracidade da ligação e da pesquisa. Não se pode ignorar que a população fica receosa diante dos casos de golpe que são aplicados por telefone ou pela internet. Justamente por esse motivo, antes de fazer as ligações, avisou-se à gerente de jornalismo da NDTV Joinville que daria continuidade ao estudo. Caso alguém questionasse pelo *WhatsApp* da TV, seria possível confirmar que alguém estava fazendo os contatos. Não houve nenhum tipo de questionamento enviado à TV.

Ainda dentro da primeira etapa da pesquisa, fizemos o envio do segundo formulário, também com perguntas fechadas. O formulário foi enviado no dia primeiro de fevereiro, pelo *WhatsApp*, para cada um dos participantes. Com 16 perguntas, o objetivo era aprofundar ainda

mais os dados, com o objetivo de saber se essas pessoas que participam assistem ao jornal na companhia de alguém, se têm referência de outros modos de participação em outros meios tradicionais, se já tinham o hábito de manter contato com veículos de comunicação antes do surgimento do *WhatsApp*, entre outros temas direcionados aos objetivos específicos da pesquisa.

Quando foi feito contato com os telespectadores por telefone, informou-se que tínhamos outros momentos da pesquisa: o envio do segundo formulário, como especificado anteriormente; a formação de um grupo de *WhatsApp* para que eles pudessem conversar sobre a participação do público durante uma semana, entre os dias 27 de fevereiro e 3 de março; e a realização de um encontro presencial. A data para a realização do grupo de discussão pelo *WhatsApp* foi escolhida a fim de evitar que a programação tivesse alterações em decorrência do Carnaval.

Para a segunda fase da pesquisa, composta justamente pelo grupo no *WhatsApp* e encontro presencial, utilizamos como método o grupo de discussão (IBÁÑEZ, 1996; CALLEJO, 1998; MEINERZ, 2011; WELLER, 2013 e SILVESTRE *et al* 2018), com algumas adaptações. Dividimos a segunda fase da pesquisa nas etapas A e B. A etapa A consistiu em fazer um grupo de *WhatsApp* para que pudessemos promover a discussão entre os participantes da pesquisa durante uma semana sobre as participações exibidas pela emissora e o conteúdo abordado no *Balanço Geral*.

A opção de fazer o grupo de discussão no *WhatsApp*, que é o “local de fala” desse público, se deu a partir da qualificação, quando uma das professoras avaliadoras apresentou um exemplo de pesquisa<sup>55</sup> feita no Paraná e que utilizou o aplicativo de mensagem instantânea para contato com os participantes. Foi também a partir da qualificação que optamos pelo método do grupo de discussão.

Entendemos que o grupo de *WhatsApp* para esse momento de discussão foi uma alternativa viável e que trouxe bons resultados para a pesquisa pelos seguintes motivos: a) os participantes possuem o hábito de utilizar o *WhatsApp*; b) presumimos que este é um ambiente em que se sentem à vontade para comentar, visto que são ativos no envio de mensagens para o *Balanço Geral Joinville*; c) opção encontrada para evitar constantes deslocamentos e reuniões presenciais do grupo para análise diária das participações no telejornal; d) imediatismo com que o comentário pode ser realizado, por vezes ainda durante a exibição do telejornal.

---

<sup>55</sup> A pesquisa pode ser acessada por este link:

<https://tede.utp.br/jspui/bitstream/tede/1444/2/MEIO%20E%20MENSAGEM.pdf>. Acessado em 05/01/2023

Durante a semana em que tivemos o grupo de discussão pelo *WhatsApp*, uma das participantes saiu do grupo. Tentei contato com ela para entender o que havia ocorrido, mas não tive retorno. Como especificado no processo de submissão da pesquisa ao Comitê de Ética, o participante era livre para continuar ou não na pesquisa, e a saída dele, no momento em que optasse, não acarretaria nenhuma penalidade ao participante. A partir desta desistência, continuamos a pesquisa com sete integrantes no grupo, sendo dois homens e cinco mulheres.

Na semana seguinte à realização do grupo de discussão pelo *WhatsApp*, realizamos a etapa B da segunda fase da pesquisa. Reunimo-nos para um encontro presencial com os participantes para que pudéssemos aprofundar a discussão feita durante a semana.

O convite com endereço em local centralizado, próximo ao Terminal Urbano Central de Joinville, foi enviado ao grupo e também reforçado individualmente aos participantes. Apesar de cinco integrantes terem confirmado a participação, duas mulheres avisaram minutos antes do encontro que não poderiam estar presentes por motivos pessoais. Desta forma, o encontro presencial do grupo de discussão contou com a participação de três telespectadores, sendo um homem e duas mulheres.

Por sugestão do professor orientador, cheguei a convidar os participantes que não puderam estar presentes naquele dia para que agendássemos outra data, porém, não houve interesse do grupo, mesmo após contato individual. A justificativa é de que ficaria difícil encontrar uma data possível e que compromissos pessoais impediam o deslocamento para encontro presencial. Vale ressaltar que os participantes, tanto pelo *WhatsApp*, quanto os que participaram presencialmente, fizeram importantes contribuições para a pesquisa, causando inquietações que mereceram especial dedicação para a análise.

#### **4.3.1 Grupo de discussão como estratégia para coleta de dados sobre a participação do público**

Com base na sociologia, mas para além dela na aplicação e utilização, sendo usado para pesquisas em áreas como comunicação e educação, o grupo de discussão tem como princípio o fato de gerar conversa entre os participantes que estão de fato envolvidos com o objeto a ser estudado. Nesta pesquisa, utilizamos o método de grupo de discussão apresentado Jesús Ibáñez (1996) e trabalhado por autores como CALLEJO, 1998; MEINERZ, 2011; WELLER, 2013 e SILVESTRE *et al*, 2018.

Neste método, o pesquisador assume o papel de moderador no grupo, tendo como principais responsabilidades: apresentar ideias que possam ser discutidas sem a finalidade de

chegar a um resultado comum a todos os membros; garantir que a conversa mantenha o foco no objeto analisado; e ser responsável por “aquecer” a discussão quando esta estiver passando por momentos mais mornos.

O grupo de discussão exige planejamento das ações. A primeira delas é a definição dos participantes do grupo, sendo fundamental que estes tenham envolvimento com o objeto estudado e que não sejam pessoas que já mantenham contato ou tenham relação de proximidade, a fim de evitar que se sintam inibidas a comentar algum tema. Por esse motivo, a primeira etapa desta pesquisa, composta pelo envio dos dois formulários, foi fundamental para que se chegasse a um grupo engajado e que, de fato, conhecesse os modos de participação do público do *Balanço Geral Joinville*. Outros requisitos indicados foram que o número de integrantes variasse entre seis e dez e o tempo de duração dos encontros fosse de aproximadamente 1h30 (CALLEJO, 2001; MEINERZ, 2011).

Para que o mediador possa conduzir o debate, é importante que ele utilize o tópico-guia<sup>56</sup>, porque esse “assegura que a discussão não desvie de sua rota e auxilia na análise” (SILVESTRE, *et al*, 2018, p. 39). Porém, vale destacar que o tópico-guia não precisa necessariamente ser seguido à risca, já que o moderador deve prezar pelo discurso espontâneo, com o mínimo de interferência possível.

Por ser um método que resulta em grande quantitativo de dados coletados, o grupo de discussão exige do pesquisador atenção não apenas ao que foi dito pelos participantes, mas as expressões e as ausências de comentários também devem ser analisadas. Com a utilização desse método, temos material para análise do discurso desse grupo de telespectadores participantes do *Balanço Geral Joinville*. Nesta pesquisa, para a análise final, dialogamos com a proposta do quarto mapa das mediações, de Jesús Martín-Barbero, sendo, portanto, utilizados múltiplos métodos para a conclusão do estudo.

---

<sup>56</sup> Ver anexos com dois tópicos-guia utilizados nesta pesquisa. Um deles foi norteador da discussão durante a semana de conversa do grupo pelo WhatsApp e o outro para o encontro presencial.

## 5. O QUE DIZ O PÚBLICO SOBRE O MODO DE PARTICIPAÇÃO

A primeira etapa da pesquisa se constitui em um levantamento de dados quantitativos e que apontam os primeiros indicativos sobre quem é o público que participa, por meio do *WhatsApp*, do *Balanço Geral Joinville*. Nesta etapa, foram aplicados dois formulários, com objetivo de coletar informações que pudessem ajudar a identificar o perfil do público que envia mensagem e também selecionar participantes para a fase do grupo de discussão.

Vinte e seis moradores de Joinville responderam ao primeiro formulário, sendo dez homens e 16 mulheres. Estes números demonstram certo engajamento do público com o telejornal, visto que, para responder à pesquisa, composta por 14 perguntas, precisaram interromper suas atividades do dia a dia para atender à solicitação que chegou por meio do contato do próprio jornal.

O engajamento fica ainda mais explícito quando perguntamos sobre a frequência do envio das mensagens para o jornal. Mais de 50% (16) dos respondentes optaram por respostas como “mais de uma mensagem por jornal”, “todos os dias”, “duas ou três vezes por semana” ou “pelo menos uma vez por semana”. Confirmando a observação inicial que apontava existir um grupo com frequência alta de participação periódica.

Além de a maior parte dos participantes estar na faixa etária entre 50 e 69 anos, outro dado que também chama a atenção é que, desde o início da pesquisa, foram identificadas mais mulheres que homens como participantes ativos. Essa característica, como o leitor verá adiante, permanece sendo notada até a última fase da pesquisa de campo.

As respostas do primeiro formulário indicam ainda que a participação do público está diretamente ligada não apenas ao conteúdo que é exibido, mas também ao envolvimento e à relação que desenvolvem com apresentadores e repórteres. São os rostos que são vistos diariamente na TV e que não são estranhos, se identificam e são familiares ao público, como enfatizado por Coutinho e Emerim (2019) e também por Martín-Barbero (2016).

É importante destacar também que esse público espera para ver a sua mensagem exibida e fica feliz quando ela vai ao ar. A exibição é entendida como uma participação importante, já que foi escolhida entre as demais enviadas. O próprio público reconhece as mensagens enviadas por outros telespectadores como assunto importante e que merece espaço na programação. O principal motivo, conforme mostram os dados, é o fato de o jornal ser um interlocutor e auxiliar na resolução das demandas da comunidade, amplificando a voz do telespectador. Além disso, a credibilidade (COUTINHO, 2022) é outro fator determinante na hora de decidir interagir com a programação. Mesmo aqueles telespectadores que não têm certeza de que a solução pode vir

por meio de uma reportagem, alegam que pelo menos o tema ganha um espaço de discussão e pode ser visto por quem é responsável pela solução. Há, ainda, os respondentes que informaram já terem tido situação solucionada por meio de reportagens televisivas. Essa afirmação demonstra que o sentimento de pertencimento a uma comunidade se constrói também pela credibilidade que o público deposita nas escolhas editoriais da emissora de televisão, conforme pontua Coutinho (2022).

Os dados do primeiro formulário continuarão sendo discutidos posteriormente, e os resultados, em números absolutos<sup>57</sup>, podem ser observados a seguir:

QUADRO 2 – Detalhamento do público participante



<sup>57</sup> As mensagens foram transcritas exatamente como os telespectadores escreveram no formulário. O número ao lado de cada uma das respostas indica quantas vezes aquela opção foi escolhida pelos participantes da pesquisa.

QUADRO 3 – Faixa etária do público participante



QUADRO 4 – Quantidade de participações por semana

**Quantas vezes você manda mensagem para o WhatsApp do Balanço Geral Joinville?**

- Raramente (9)
- Envio mais de uma mensagem por jornal, dependendo do assunto que eles estão falando (6)
- Pelo menos 1 (uma) vez por semana (5)
- Duas ou três vezes na semana (3)
- Todos os dias (2)
- Nunca enviei (1)

QUADRO 5 – Há quanto tempo participa?

**Há quantos anos você participa do Balanço Geral Joinville enviando mensagem pelo WhatsApp?**

- Comecei a enviar mensagem quando começou a pandemia, em 2020 (10)
- Não lembro, mas faz mais de cinco anos (5)
- Não sei responder (5)
- A primeira vez que enviei foi esse ano (3)
- Desde que o WhatsApp começou a ser usado pelo Balanço Geral (3)

QUADRO 6 – O que motiva a participação?

**Você envia mensagem para o jornal quando:**

- A Sabrina Aguiar pede para comentar algum assunto (9)
- Quando falam de algum assunto polêmico e quero mostrar a minha opinião (6)
- Em qualquer horário. Se vejo alguma coisa interessante durante o dia, já encaminho (6)
- Algum assunto que interessa muito (3)
- Quando tenho alguma foto ou vídeo que acho legal para o jornalismo (2)

QUADRO 7 – Qual é o sentimento quando a mensagem é exibida?

**O que você sente quando a sua mensagem aparece na televisão?**

- Sinto que fiz um comentário importante porque escolheram a minha mensagem (15)
- Muito feliz e aviso a minha família e amigos que apareci na televisão (4)
- Fico feliz e já quero enviar outro whats (4)
- Eu tiro foto da televisão para compartilhar nas redes sociais que apareci na TV (1)
- Não sei responder (1)

## QUADRO 8 – Temas que mais gosta de comentar

**Qual assunto você mais gosta de comentar no Balanço Geral Joinville?**

- Comento sobre qualquer assunto que a Sabrina falar que é para comentar (13)
- Gosto de enviar parabéns para amigos e familiares no dia do aniversário (4)
- Gosto de enviar sugestão de pauta (3)
- Enviar fotos dos animais de estimação (3)
- Gosto de enviar fotos de belezas naturais e passeios (2)
- Não sei responder (1)

## QUADRO 9 – Papel de liderança na comunidade ou família

**Você se considera uma liderança na sua família, bairro, igreja ou grupo de amigos?**

- Sim (9)
- Não (7)
- É comum perguntarem a minha opinião e pedirem conselho (5)
- Não sei responder (3)
- Eu tenho função de liderança na minha comunidade. Sou líder comunitário, ou participo de associação de moradores, ou faço parte das lideranças da minha igreja. (1)

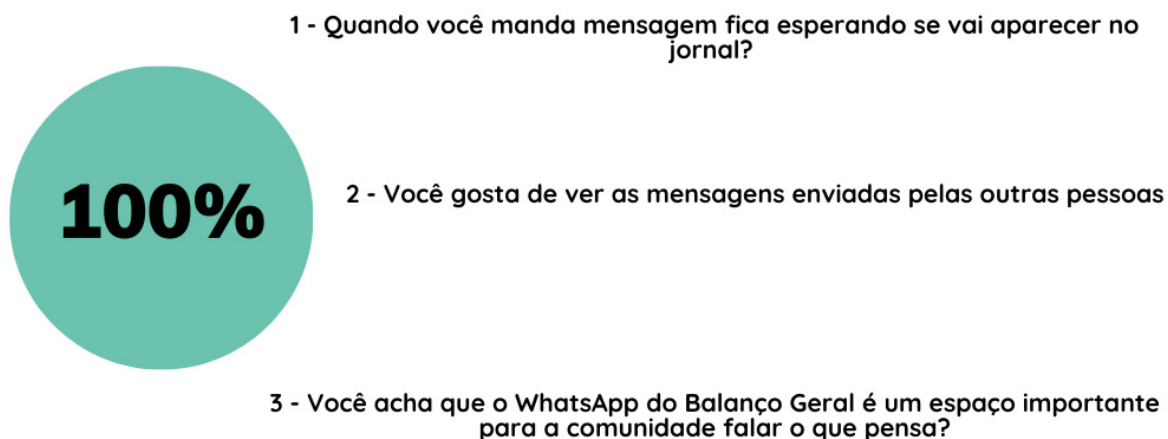
## QUADRO 10 – Função da TV na solução das demandas

**Quando envia uma reclamação para o WhatsApp, acredita que a TV pode ajudar a resolver?**

- Sim, ajuda a resolver (13)
- Com certeza, inclusive já fizeram reportagem e resolveu (8)
- Não sei se ajuda, mas pelo menos outras pessoas ficam sabendo (5)

## QUADRO 11 – Perguntas com respostas “Sim”

### Perguntas que tiveram 100% de respostas "sim"



Outra observação que deve ser registrada é que já na primeira análise junto aos telespectadores foi possível perceber que os participantes assumem também papel de liderança na comunidade em que estão inseridos. Esse perfil vai ao encontro das premissas indicadas no início da pesquisa, mostrando que a relação se constrói tanto entre esse participante e a TV, quanto entre o participante e o grupo social em que está inserido. A influência da apresentadora do programa também é percebida, já que metade, 13 respondentes da pesquisa, disseram comentar qualquer assunto, desde que motivados pelo convite da apresentadora.

### 5.1 INTERESSADOS E COLABORATIVOS: UM PERFIL DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA

A fase B da etapa 1 da pesquisa foi feita a partir da definição de quem seriam os integrantes que continuariam até o fim da coleta de dados. Como explicado anteriormente, ao fim do primeiro formulário, os telespectadores poderiam dizer se aceitavam continuar na pesquisa. Desta forma, para a resposta do formulário 2 e para a fase do grupo de discussão, tivemos a participação de oito telespectadores, conforme perfil:

**Participante A:** Mãe de um filho, com formação em técnico-administrativo, atualmente é dona de casa. A mulher de 59 anos é uma das telespectadoras que não perde o *Balanço Geral*, programa que ela afirma assistir todos os dias da semana, inclusive aos sábados. Para ela, a televisão é importante porque a deixa conectada com as notícias da cidade dela. Nascida em Joinville, ela viu a cidade mais populosa de Santa Catarina se desenvolver.

**Participante B:** Costureira por formação, não foi a aposentadoria que fez com que ela interrompesse a profissão que sempre desenvolveu ou que deixasse de fazer atividades domésticas. “Até pinto a minha casa quando precisa. A mulher não para”, diz. Moradora de Joinville há 47 anos, e com 63 anos, é natural da cidade de São Ludgero, no Oeste de Santa Catarina. Assistir à televisão é uma atividade que ela faz sozinha em casa, mas nem por isso se sente sozinha. “As minhas amigas dizem que estou ficando famosa”, diz, ao falar sobre a participação pelo *WhatsApp* do *Balanço Geral Joinville*.

**Participante C:** Em 1994, o morador de Maringá, no Paraná, escolheu Joinville para viver. A esposa, já falecida, era natural de Barra Velha, e os irmãos moravam em Joinville. “Tinha bastante vagas de emprego, isso foi também um dos motivos pra vir pra Joinville”, conta. Pai de duas filhas, é vigilante aposentado e tem ensino médio completo. A televisão, para ele, é a maneira de se manter conectado e informado sobre o que está acontecendo tanto em Joinville, quanto no mundo. Enviar mensagem para o *Balanço Geral*, na opinião dele, é uma maneira de contribuir com outras pessoas.

**Participante D:** Com 47 anos, a participante assiste ao *Balanço Geral* de segunda a sexta-feira na companhia do marido. Ela mesma diz que pode ser considerada uma telespectadora “interessada” porque sempre presta atenção nos assuntos e comenta aqueles que a apresentadora pede para comentar.

**Participante E:** Aos 64 anos, é uma telespectadora assídua do *Balanço Geral*. Assiste ao programa atentamente, deixando de lado outras atividades enquanto o jornal está sendo exibido. Rotina que segue diariamente, de segunda a sábado, acompanhada pelo marido.

**Participante F:** Natural de Joinville, aos 44 anos, a participante conta que viu a cidade se desenvolver e que a mãe era uma pessoa muito preocupada com as causas da comunidade, sendo responsável por articular junto ao poder público a iluminação pública em ruas da região em que moravam. A mulher tem quatro filhos e trabalhava como balconista. Desde o nascimento da filha mais nova, atualmente com três anos, optou por trabalhar em casa para dar atenção à filha. Assistir ao *Balanço Geral* é definido como o momento para ficar atualizada e aprender coisas novas, “ainda mais agora, que fico somente em casa”, afirma.

**Participante G:** O aposentado se orgulha ao dizer que já rodou muito pelo país quando trabalhava como caminhoneiro. Casado, pai de dois filhos, nasceu em Apiúna (SC) e mora em Joinville desde 1976. É morador do bairro mais populoso da cidade, o Aventureiro, que tem aproximadamente 40 mil moradores, segundo o IBGE. Sobre a relação com a televisão, ele é categórico: “Somente tenho interesse em notícias”. Assistir ao *Balanço Geral* é uma atividade que faz sozinho, pois nesse horário as outras pessoas da casa estão trabalhando.

**Participante H:** Aos 62 anos, a comerciante se considera uma participante “colaborativa” do *Balanço Geral Joinville*. Assiste ao programa enquanto trabalha na própria loja na região central de Joinville. No horário em que a programação está no ar, a atenção é dividida entre o que passa na TV e o atendimento aos clientes. Natural do Ceará, a relação com Joinville começou em uma viagem que fez para visitar parentes em 1980. “Fiquei 15 dias aqui e me apaixonei pela cidade”, conta, ao justificar a mudança para Joinville. A mulher é solteira e tem uma filha.

## 5.2 ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS NO FORMULÁRIO 2

O segundo formulário foi enviado para as oito pessoas com quem conseguimos conversar por telefone e que atenderam ao convite para dar continuidade ao estudo. Este formulário foi composto por 16 perguntas que tinham o objetivo de conhecer melhor os hábitos, práticas e contexto social e histórico de cada um sobre o envolvimento com veículos de comunicação, especialmente sobre a interação por meio do *WhatsApp* do *Balanço Geral Joinville*. As duas primeiras perguntas eram específicas, solicitando nome e idade do participante. Uma das perguntas tinha resposta livre e questionava por que a pessoa achava que era importante mandar mensagem para o *Balanço Geral Joinville*.

QUADRO 12 – traz as respostas<sup>58</sup> de cada um dos participantes sobre a importância de participar do *Balanço Geral Joinville*

Participante A	Dependendo do assunto, as mensagens nos ajudam a conseguir respostas que muitas vezes não são atendidas
Participante B	Eu acho muito legal enviar mensagem eu fico toda feliz .as minha amigas dizem que eu estou ficando famosa kkkk
Participante C	Eu acredito que estou ajudando enviando mensagens.

<sup>58</sup> As mensagens foram transcritas exatamente como os telespectadores escreveram no formulário.

Participante D	Gosto de interagir e contribuir com minha participação
Participante E	Gosto de dar minha opinião sobre os assuntos e participar
Participante F	Porque é um jornal de alta qualidade e uma audiência sem igual por isso acho importante sempre participar sempre estar presente
Participante G	Porque sempre fui bem atendido
Participante H	Eu gosto porque acho muito importante a opinião pôr exemplo as vezes quando alguém envia mensagem se eu não concordar eu mando mensagem e falo na minha opinião poderia ser diferente um exemplo

Fonte: a autora

A partir da fala dos participantes, fica evidente o perfil colaborativo de todos eles, ao afirmarem categórica ou subliminarmente que têm como principal objetivo contribuir com as suas considerações, de forma que outras pessoas da comunidade sejam beneficiadas com essa atitude. Outro indicativo que é percebido no discurso dos telespectadores é a relevância que a mensagem ganha ao ser exibida. Quando o participante A diz que a exibição pode ajudar a conseguir respostas que antes não seriam conhecidas, dá indícios que apontam para a credibilidade e também poder que a emissora tem ao assumir o papel de mediadora no debate de assuntos relevantes para o cotidiano. Esse mesmo apontamento foi percebido no envio do primeiro formulário. É o caso das reportagens ou participações com viés comunitário que citamos anteriormente neste trabalho. É a emissora assumindo o papel de pessoa (JOST, 2007) e parceira do público na tentativa de solucionar demandas que, por vezes, a voz solitária do morador não consegue fazer ecoar até chegar em quem teria condições de atender.

Entre as perguntas, uma delas teve 100% de respostas iguais. Quando questionados se enviam mensagens para outros veículos de comunicação, todos disseram que enviam apenas para a NDTV. Esse resultado é mais um indicativo do quanto os telespectadores se sentem próximos da emissora, desenvolvendo uma relação de fidelidade com os programas exibidos. Outras respostas corroboram essa interpretação, como o fato de a maioria dos participantes afirmar que assiste ao telejornal todos os dias da semana, inclusive aos sábados, quando o jornal é exibido de Florianópolis para todo o estado de Santa Catarina.

Outro aspecto interessante é o fato de o público parar outras atividades enquanto o telejornal é exibido para assistir à programação. Essa percepção chama a atenção principalmente em um momento em que despontam estudos sobre a utilização de diversas telas enquanto se assiste à TV. Por outro lado, esse telespectador do *Balanço Geral*, mesmo

afirmando interromper outras atividades, é um público que está conectado, ao menos, com a programação de maneira on-line, já que, diante de algum fato relevante, utiliza o aplicativo *WhatsApp* para se comunicar com a emissora.

Outro indicativo importante apontado nas respostas é que a utilização do *WhatsApp* pode ser considerada uma evolução no modo de participação junto aos veículos de comunicação, já que cinco respondentes indicaram que antes de usar o *WhatsApp*, já faziam ligação telefônica para veículos de comunicação. Ou seja, o entendimento sobre o motivo e como manter essa relação com um veículo de comunicação não é uma novidade para esse público. Eles adaptaram uma prática que já era vivida por eles. Assim como a televisão foi evoluindo à medida que novos formatos de participação iam surgindo, o público da televisão também acompanhou essa atualização, mantendo viva a relação de proximidade e pertencimento.

As demais respostas, em números absolutos<sup>59</sup>, podem ser conferidas a seguir:

#### QUADRO 13 – Periodicidade com a qual assiste ao telejornal

##### **Você assiste ao Balanço Geral Joinville quantos dias na semana?**

- Todos os dias, inclusive sábado (4)
- De segunda a sexta-feira (3)
- Pelo menos 3 vezes na semana (1)
- Pelo menos 1 vez na semana (0)

#### QUADRO 14 – Comportamento enquanto assiste ao telejornal

##### **Como é o seu comportamento enquanto assiste ao Balanço Geral Joinville? (pode escolher mais de uma resposta)**

- Normalmente eu paro outras atividades, sento e assisto o jornal inteiro (5)
- Vou assistindo e fazendo outras atividades (3)
- Troco de canal várias vezes para encontrar assuntos que me interessam (0)
- Não costumo assistir ao Balanço Geral Joinville (0)

---

<sup>59</sup> O número ao lado da alternativa indica quantas vezes aquela opção foi escolhida pelos participantes.

#### QUADRO 15 – Uso do celular enquanto assiste ao telejornal

##### **Enquanto assiste ao Balanço Geral você costuma olhar o celular?**

- Pego o celular para enviar alguma mensagem para a TV (7)
- Sim, vejo o WhatsApp ou outros aplicativos como Facebook, Instagram (1)
- Não fico com o celular por perto (0)

#### QUADRO 16 – Como se classifica enquanto telespectador

##### **Como você classifica a sua participação no Balanço Geral Joinville?**

- Interessado (presto atenção nos assuntos que eles pedem para comentar e comentário) (4)
- Colaborativo (sempre tenho opinião, envio outros assuntos interessantes para o jornal) (2)
- Observador (mais assisto e observo a participação de outros telespectadores) (1)
- Ocasional (envio mensagem raramente para o Balanço Geral) (1)

#### QUADRO 17 – Companhia enquanto assiste ao telejornal

##### **Outras pessoas assistem ao Balanço Geral Joinville com você? Quem? (pode escolher mais de uma resposta)**

- Assisto sozinha ou sozinho (3)
- Marido ou companheiro (3)
- Filho ou filha (2)
- Mãe (1)
- Pai, esposa ou companheira, irmão ou irmã, avó, avô, outro familiar, vizinho (0)

## QUADRO 18 – Comportamento antes de enviar a mensagem

**Você conversa com essas pessoas sobre a tua opinião antes de mandar mensagem para o WhatsApp do Balanço Geral?**

- Não converso com eles (3) - as três pessoas que escolheram essa resposta, na anterior disseram que assistem sozinho ao jornal
- Às vezes converso, depende o assunto (3)
- Sim, primeiro converso com quem assiste comigo sobre o que vou mandar (2)

## QUADRO 19 – Como iniciou a participação

**O que fez com que você começasse a enviar mensagens para o WhatsApp do Balanço Geral Joinville? (pode escolher mais de uma resposta)**

- A minha opinião pode ajudar outras pessoas que estiverem assistindo (7)
- Tinha curiosidade de ver se iam exibir a minha mensagem (2)
- Sempre quis participar do jornal (0)

## QUADRO 20 – Histórico da participação em outros veículos

**Antes de surgir o WhatsApp, você já tinha contato com algum veículo de comunicação, como rádio, TV ou Jornal?**

- Sim (3)
- Não (3)
- Eu tinha vontade, mas não sabia como participar (2)

## QUADRO 21 – Modos da participação em outros veículos

**Você costumava enviar cartas ou ligar para emissoras de rádio, televisão ou para o jornal antes do WhatsApp? (pode escolher mais de uma resposta)**

- Fazia ligação de telefone (5)
- Não (3)
- Mandava carta (0)
- Eu ia pessoalmente no jornal, rádio ou TV para conversar como jornalista (0)

## QUADRO 22 – Modos da participação em outros veículos de familiares e amigos

**Quando você era criança, alguém da sua família fazia ligação ou enviava carta para a rádio, TV ou jornal?**

- Não (6)
- Não lembro (1)
- Sim (1)

## QUADRO 23 – Quem foi referência em participação em veículos de imprensa

**Se a tua resposta anterior foi "SIM" quem era a pessoa que enviava carta ou ligava? (pode escolher mais de uma resposta)**

- Mãe (1)
- Outra pessoa (1)

Esta pergunta teve apenas 2 respostas

A partir das respostas apresentadas, percebe-se que mesmo quem não teve exemplos de modos de participação na infância, com o decorrer da vida, teve algum tipo de vontade de participar ou então reconheceu nos veículos de comunicação uma oportunidade de se expressar de forma que mais pessoas fossem alcançadas pela mensagem.

### 5.3 - A REALIZAÇÃO DO GRUPO DE DISCUSSÃO: ON-LINE E PRESENCIAL

A segunda etapa da coleta de dados foi composta por dois momentos. Primeiro, um grupo de discussão do qual participaram os mesmos oito telespectadores identificados anteriormente. Durante uma semana, o grupo discutiu sobre os conteúdos exibidos no *Balanço Geral* e a participação dos telespectadores por meio do *WhatsApp*. A coleta de dados, nessa fase, ocorreu entre os dias 27 de fevereiro e 3 de março. A escolha da semana é por ela estar fora de períodos comemorativos, como ocorreu no Carnaval e no aniversário de Joinville, comemorado no dia 9 de março. Ao optar por essa semana, constatou-se que ela não teria datas que pudessem alterar a programação significativamente.

Os oito telespectadores já participavam da pesquisa desde o início da coleta de dados empírica e, por esse motivo, conheciam as etapas. Desta forma, já estavam cientes sobre a formação de grupo de *WhatsApp* para proporcionar esse momento de discussão. A escolha do grupo de *WhatsApp*, nesse momento, se deu por entendermos que aquele já é um espaço conhecido, o local de fala desse público, visto que os componentes chegaram até essa fase da pesquisa justamente por participarem ativamente por meio do *WhatsApp* do *Balanço Geral*.

Logo após a criação do grupo, optei por enviar uma mensagem reforçando qual era o objetivo do grupo. A primeira mensagem foi em texto<sup>60</sup> e depois enviei dois áudios explicando que todos poderiam conversar à vontade sobre os assuntos referentes ao *Balanço Geral Joinville*, dizer de quais temas gostavam e de quais não gostavam de ver no *WhatsApp* do telejornal. A ideia de fazer parte da mensagem em texto e outra em áudio foi para incentivar a participação daqueles que se sentissem mais à vontade mandando áudio. Essa estratégia de incentivar a participação das duas formas foi utilizada mais de uma vez durante a semana. Todos os participantes responderam dizendo que haviam gostado da maneira como a proposta havia sido feita. A segunda-feira, 27 de fevereiro de 2023, foi o primeiro dia de discussão no grupo. Sempre que necessário, enquanto responsável pelo grupo, reforcei o objetivo da pesquisa, as formas como eles poderiam participar e o quanto era importante o comentário de cada um deles.

Entretanto, mesmo sendo o *WhatsApp* um aplicativo de mensagem utilizado frequentemente pelo grupo, durante a semana em que esta coleta de dados foi realizada, foram necessárias várias intervenções a fim de motivar a participação. De fato, não foi um processo

---

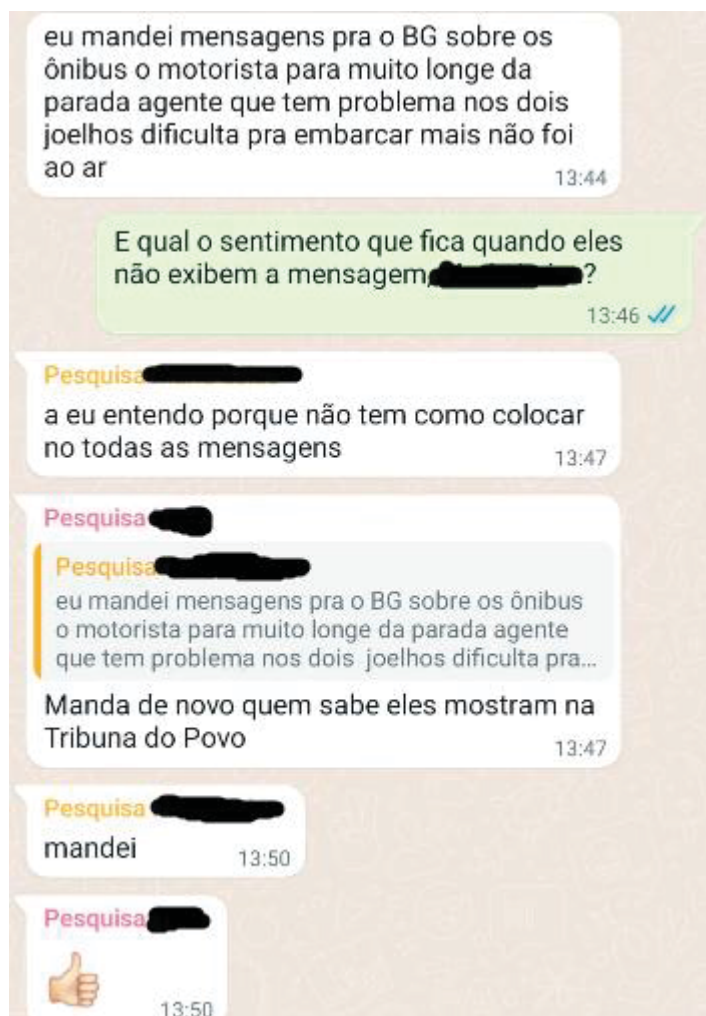
<sup>60</sup> Boa noite, pessoal. Tudo bem? Como falamos esses dias, chegou a hora de montarmos o grupo para conversarmos um pouco sobre as participações pelo *WhatsApp* do *Balanço Geral*. Optei por adiar um pouco essa análise, para esperar passar o feriado de Carnaval, que pode alterar a programação da emissora. Vou mandar um áudio explicando como pensei em fazer e vocês me dizem se pode ser assim.

simples e fácil. Em momentos específicos, foram usadas técnicas que estimulam o engajamento, como elogio e agradecimentos pela participação, além de perguntas direcionadas feitas a cada um dos participantes. Também foi necessário fazer intervenções individualizadas com os participantes para incentivar que os comentários continuassem sendo feitos. Essa prática, apesar de não recomendada por estudiosos do grupo de discussão, foi necessária diante da utilização de um formato on-line, no qual a efemeridade se faz presente o tempo todo. Na internet, o tempo das coisas é instantâneo, e deixar passar a oportunidade de perguntar ou incentivar que se fale mais sobre um tema faria diferença no resultado da pesquisa. Por esse motivo, em consonância com o orientador, optamos por deixar que a experiência enquanto produtora de telejornalismo também direcionasse o caminho da pesquisa, reconhecendo a necessidade do público em ter sua opinião valorizada e incentivada.

Com as técnicas adotadas, foi possível coletar dados relevantes para a pesquisa que, somados aos coletados durante o encontro presencial, resultaram em achados importantes para os estudos de recepção em televisão regional. As participações ocorreram, de forma mais intensa, quando eram abordados assuntos de interesse da comunidade ou questões que envolvem o lado emocional do ser humano. No APÊNDICE 1 desta pesquisa está a transcrição do grupo de discussão pelo *WhatsApp*, separada por dia e pela fala de cada um dos participantes. Em notas de rodapé há apontamentos sobre reações que aquela mensagem recebeu e detalhes de momentos importantes em que foi necessário utilizar diferentes métodos para manter o engajamento dos participantes da pesquisa.

A coleta de dados com o grupo de discussão pelo *WhatsApp* trouxe apontamentos que reforçaram algumas participações que já vinham sendo observadas desde a aplicação dos formulários.

FIGURA 11 – conversa entre os participantes mostra a fidelidade à emissora e como entendem a lógica de exibição das mensagens.



Neste recorte feito sobre a participação, a pesquisadora havia questionado no grupo se alguém chegou a enviar mensagem para o *Balanço Geral* naquele dia. Uma das participantes diz que sim, mas relata que não foi exibida. Nesse momento, a pesquisadora aproveita a oportunidade para questionar qual é o sentimento que fica quando a mensagem não vai ao ar. A resposta ocorre praticamente no mesmo instante e reflete um conhecimento do público sobre o tempo na televisão. A contribuição da participante mostra que ela entende que são feitas escolhas sobre o que vai ou não ser exibido. Na sequência, outra participante orienta para que envie novamente, talvez para ser exibido no programa *Tribuna do Povo*, que vai ao ar logo após o *Balanço Geral*. Com essa conversa, percebemos dois apontamentos importantes. O público é fiel à emissora da TV, e não apenas a um programa específico. Além de entender sobre a lógica do tempo na televisão, que é limitado, também sabe que as mensagens são lidas em tempo real

quando a programação está no ar, portanto, precisa enviar de novo porque a anterior já ficou para trás.

FIGURA 12 – recorte de mensagens coletadas no grupo de discussão on-line

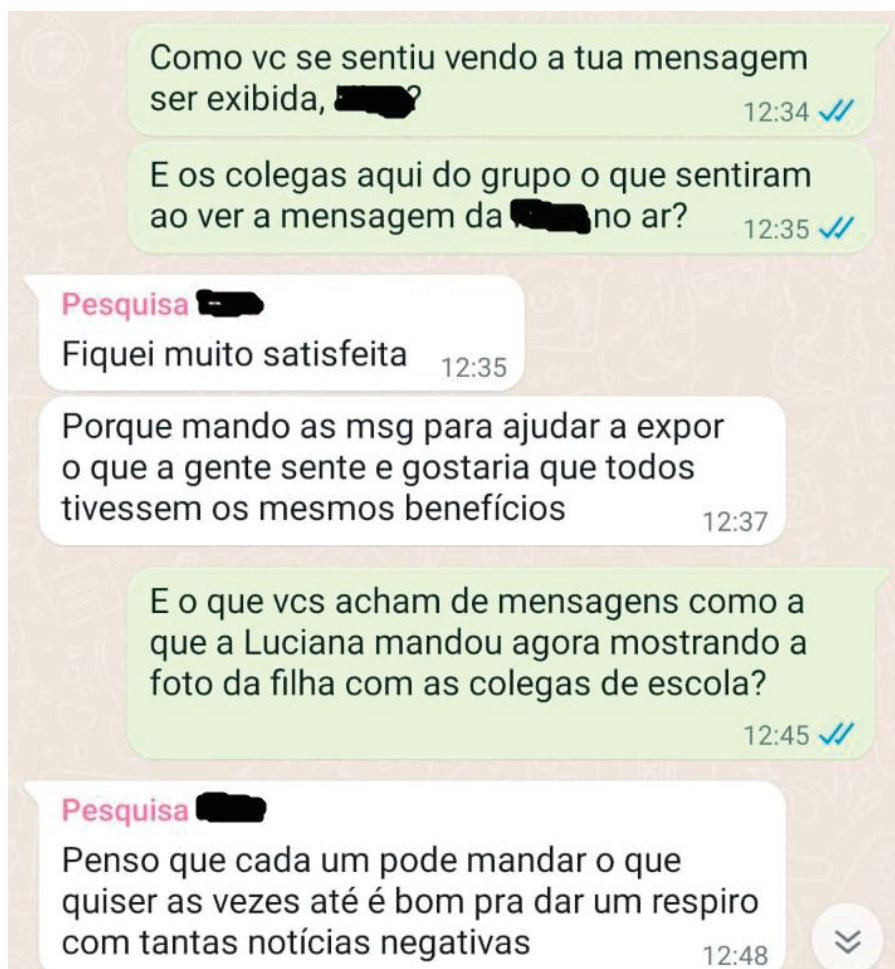
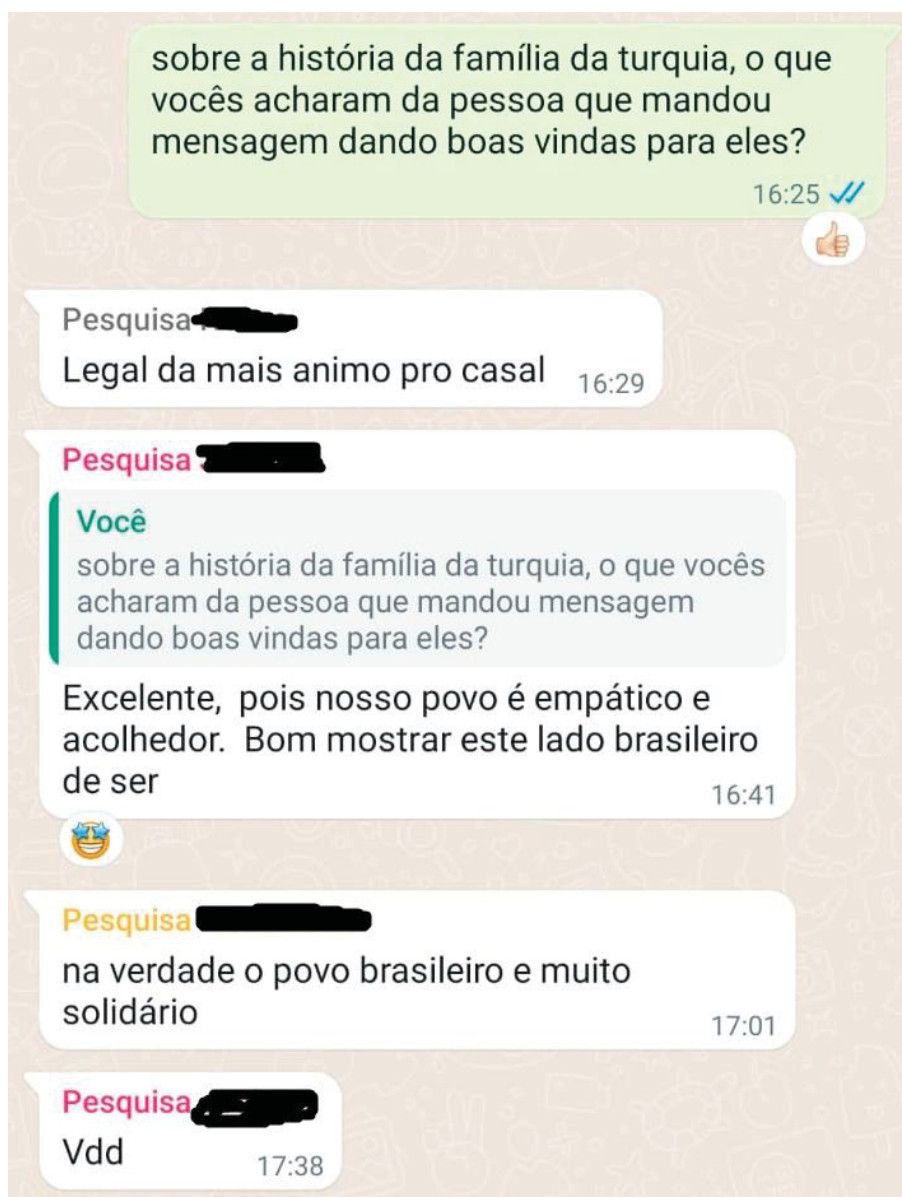


FIGURA 13 – recorte de mensagens coletadas no grupo de discussão on-line

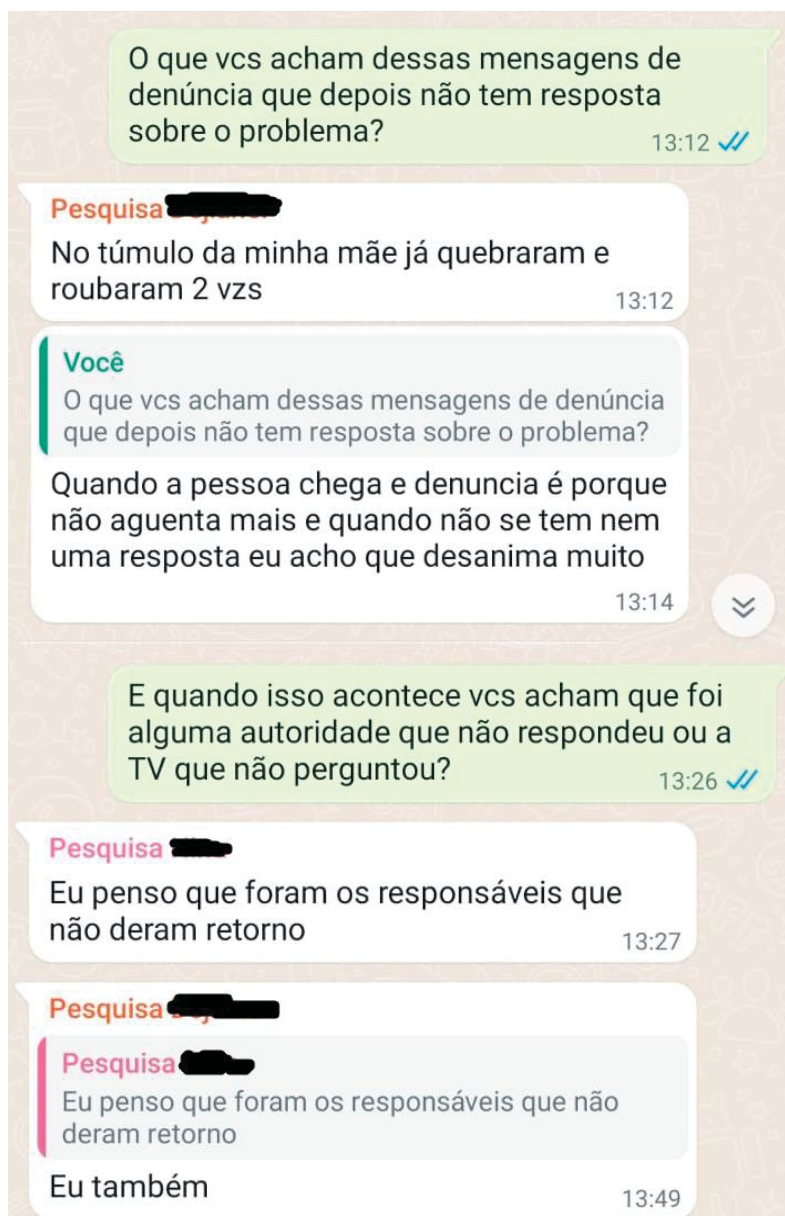


Nas figuras 12 e 13, percebemos três situações expostas pelo público que participa por meio do *WhatsApp* do telejornal: não há problema como mensagens de cunho pessoal, há satisfação quando a mensagem é colocada no ar e a superficialidade dos comentários não é considerada ruim.

Uma das premissas dessa pesquisa era de que o público gostaria de ver mais assuntos sendo exibidos que estivessem relacionados ao coletivo. Porém, durante a análise dos dados, percebemos que não há oposição na exibição de mensagens de cunho pessoal, ou ainda que foquem na superficialidade das opiniões, naquilo que chamamos de senso comum. Argumentos

como “na verdade, o povo brasileiro é muito solidário” ou ainda “nosso povo é acolhedor” são amplamente difundidos entre a população.

FIGURA 14 – recorte de mensagens coletadas no grupo de discussão on-line



Essa conversa entre os telespectadores traz para a discussão a importância de o jornalista trabalhar a participação do público com o olhar profissional e baseado em princípios técnicos e éticos da profissão. A mensagem de reclamação ou denúncia, como é popularmente reconhecida pelo público, não é um simples momento de desabafo. Ela é considerada o ponto alto da reclamação, é feita quando já não há mais a quem recorrer e, por isso, necessita de um retorno. A mensagem do telespectador não pode ser usada na programação apenas para preencher o

tempo do jornal. E mais que isso, o telespectador não reconhece no jornalista a figura de alguém que não perguntou, que não foi atrás daquela resposta. Quando a mensagem é lida e não tem a devida resposta, a “culpa” é automaticamente transferida para o poder público ou para quem seria o responsável por resolver aquela situação.

FIGURA 15 – recorte de mensagem coletada no dia 27/02/2023

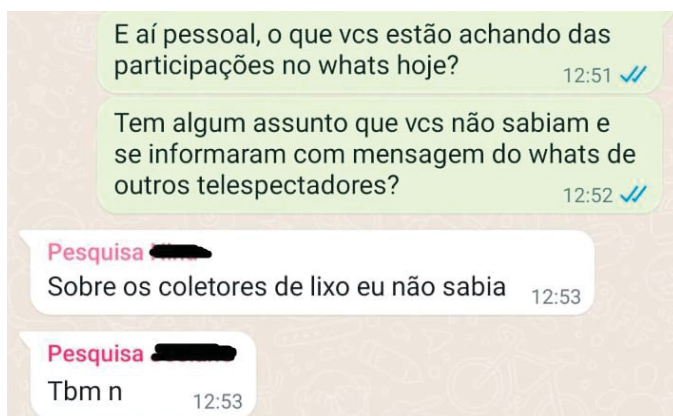
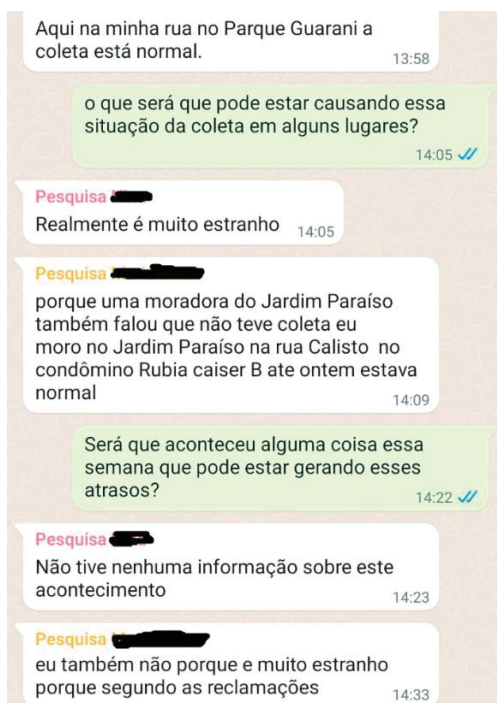


FIGURA 16 – recorte de mensagem coletada no dia 02/03/2023



O objetivo da pesquisadora nesse momento foi verificar se o público conseguia fazer as ligações de acontecimentos observando as mensagens que eram exibidas no *WhatsApp*. No primeiro dia da coleta de dados, ocorreu uma paralisação dos profissionais que trabalham com

a coleta de resíduos em Joinville. Os participantes da pesquisa disseram que ficaram sabendo do assunto pelas participações no *WhatsApp*. Durante toda a semana, a coleta de resíduos foi um dos temas abordados e no último dia do grupo de discussão on-line, um dos participantes comentou que na região onde mora, a situação estava normal. Foi então que a pesquisadora utilizou a oportunidade para verificar se poderiam ser observados indícios de que os temas poderiam ser trabalhados em forma de suíte também pelo *WhatsApp*. Porém, os mesmos participantes que afirmaram terem sido informados pelo *WhatsApp* sobre a paralisação não conseguiram ligar aquele como o motivo para os atrasos ou falta de coleta nos demais dias da semana. Desta forma, percebe-se também a importância de o jornalista fazer essa relação quando lê uma mensagem que complementa algo falado ou exibido anteriormente. Essa conexão pode facilitar o entendimento do público e auxiliar na formação de opiniões.

O segundo momento da coleta de dados ocorreu em um encontro presencial. A reunião foi marcada para o dia 10 de março, na semana seguinte em que a atividade no *WhatsApp* havia ocorrido. A escolha do horário (8h30) e local (região central de Joinville), em um prédio com salas para *coworking*, se deu em conversa com os participantes para facilitar o deslocamento e também para que os membros do grupo se sentissem seguros em se deslocar ao encontro de pessoas que, até então, eles conheciam apenas pelo *Whats* da TV ou então no grupo de discussão.

Durante o grupo de discussão no *WhatsApp*, a **participante E** saiu do grupo e optou por não continuar na pesquisa. Por isso, os outros sete integrantes foram convidados a participar do encontro presencial. Cinco deles confirmaram presença, porém, no dia do encontro, as participantes **A e H** informaram que não teriam como comparecer. Os participantes **C e D** já haviam dito que não iriam. Sendo assim, a reunião presencial ocorreu com a participação de três integrantes (**B, F e G**), além da pesquisadora.

Por sugestão do orientador, tentei agendar outra data com os integrantes que não haviam participado, mas não houve interesse no encontro presencial alegando dificuldade para conciliar o deslocamento com outras atividades do dia a dia.

A conversa do encontro presencial está transcrita no APÊNDICE 2 desta pesquisa, e análise do material coletado é detalhada nos subcapítulos a seguir.

#### 5.4 UMA ANÁLISE DO QUE DIZ O PÚBLICO QUE PARTICIPA E ASSISTE AO BALANÇO GERAL

Ao compreender os hábitos, comportamentos e discurso dos participantes desta pesquisa a partir das respostas dos formulários e também no grupo de discussão, três considerações se fazem fundamentais para o início da análise.

Primeiro, o público é colaborativo e interessado, resultando em uma audiência ativa (PEREIRA JUNIOR; ALVES, 2017). Colaborativo no sentido de querer de alguma forma ajudar outra pessoa, já que a maioria dos respondentes alegou que auxilia outros telespectadores quando envia um comentário. E interessado no sentido de acompanhar e se dispor a debater questões que são apresentadas durante o programa e que interferem no dia a dia da sociedade. O segundo ponto: não é possível fazer a separação deste público por audiência de programas. Apesar de a grade da emissora ser dividida entre três programas no horário das 11h50 às 15 horas, eles são telespectadores assíduos, por vezes, amigos da NDTV Record TV e não telespectadores exclusivos do *Balanço Geral Joinville*. E, por fim, os participantes desta pesquisa assumem funções de liderança para familiares ou amigos.

Em um primeiro instante, a fala: “Quando tem um jornalismo sério, aí dá gosto, mas a partir da hora que você tá vendo que não é sério, desestimula em tudo” (**participante G**, durante encontro presencial)<sup>61</sup>, pode até parecer mais um daqueles discursos prontos em que o telespectador quer de alguma forma elogiar a atuação do jornalista ou de um profissional do qual é fã. Porém, ao aprofundar-se nos relatos de vida dos participantes desta pesquisa, é possível afirmar que há, em paralelo com a construção da audiência, o fortalecimento da credibilidade (COUTINHO, 2022) e da confiança, dois conceitos que fazem parte da definição do que os telespectadores chamam de jornalismo sério. Esta opinião fica explícita no discurso do **participante G**, que relata já ter sido personagem em uma reportagem exibida pela emissora depois de ser vítima de um roubo. O fato de, após o participante deixar o hospital, a emissora ter o procurado para ouvir a sua versão dos fatos fez com que a relação fosse ainda mais afluada. A confiança de que, assim como os jornalistas agiram com ele, agem também com outros entrevistados resulta na qualificação do jornalismo feito pela emissora como verdadeiro e sério, além de próximo do dia a dia das pessoas. É o que WOLTON (1996) retrata ao expor o conceito de laço social. O mesmo sentimento é verificado no discurso da **participante B**, que conta já ter sido entrevistada e que a emissora exibiu aquilo que ela havia dito em uma reportagem de comportamento que questionava se o dinheiro traz felicidade. O que a

---

<sup>61</sup> A transcrição de toda a conversa pode ser conferida no anexo desta pesquisa.

participante quer dizer é que, a partir da experiência vivida por ela, inferiu que o jornalismo da emissora não deturpa aquilo que é dito pelas fontes. É importante este apontamento diante do momento em que vivemos do avanço das *fake news* e da tentativa de alguns representantes políticos e sociais atribuírem a responsabilidade sobre temas duvidosos ao jornalismo.

Essa relação de confiança e credibilidade, para Jost (2007), é construída diariamente durante as escolhas editoriais dos veículos de comunicação. Para o jornalismo, é um processo natural de seleção da notícia de acordo com critérios de noticiabilidade estudados e também discutidos nesta dissertação. O fato de procurar uma vítima para ouvi-la sobre um crime é característico de programas policiais, ou alinhados com a pauta da segurança pública. No dia a dia jornalístico, esse movimento também se enquadra com o fato de ter suítes de temas que foram amplamente discutidos ou chamaram a atenção, que tendem a comover a sociedade ou, ainda, que geraram apelo naquele público.

Já a reportagem que tinha como gancho a relação entre dinheiro e felicidade aborda um tema que faz parte do cotidiano da população. Afinal de contas, quem não quer ser feliz e quem não está envolto nas entranhas das relações proporcionadas pelo dinheiro? Mas, neste caso, é mais que isso: ao ver a sua versão dos fatos, ou a sua opinião na tela da TV, sendo transmitida e podendo ser vista por milhares de pessoas, o telespectador tem o sentimento de empoderamento. É o momento em que ele ocupa um espaço de relevância, de alguém que tem informação suficiente para contar, explicar, falar, que sabe mais que o outro que assiste. É também uma relação de poder hierárquico que diferencia o telespectador que fala daquele que consome o conteúdo.

Quando falamos do fortalecimento da credibilidade e da confiança, acreditamos que a participação do público está diretamente relacionada com a maneira como esse público se percebe enquanto telespectador. Na transcrição da conversa do grupo de discussão não são poucas as vezes em que os participantes se referem ao programa usando o nome do apresentador ou apresentadora, até mesmo do repórter. Eles dizem “na Keltryn, no Furlan, na Sabrina” ao se referirem aos programas *Ver Mais*, *Tribuna do Povo* e *Balanço Geral Joinville*, respectivamente. Ou seja, o próprio telespectador se identifica como alguém próximo da emissora. É como se ele estivesse se referindo a um amigo, como se falasse com alguém e sobre alguém que faz parte do dia a dia. E não a um programa ou emissora de TV com interesses econômicos e de audiência bastante definidos.

Essa relação de confiança é que faz com que o público responda ao chamado dos apresentadores para enviar comentários. “Se eles perguntam, é porque querem saber”, diz a **participante F** ao ser questionada também sobre qual é o tipo de relação que mantém com os

apresentadores. É neste momento do grupo de discussão que eles se mostram íntimos do jornalista, detalham como é a relação, têm conhecimento dos trejeitos e comportamento de cada um dos apresentadores. Ressaltam o profissionalismo, reconhecem o fato de que são funcionários de uma emissora, mas que são “gente como a gente”, que gostam de conversar, que visitam a casa de seus telespectadores e até seguram crianças no colo.

Parece mesmo com o relacionamento que se desenvolve com familiares, amigos ou vizinhos. O contato fica tão próximo ao ponto de não distinguir o que é relação profissional, como quando um apresentador vai fazer uma gravação na casa da pessoa, ou quando lhe é exigido bom relacionamento com o público durante a programação ao vivo. É até difícil para quem está fora perceber os limites entre o jornalismo, enquanto profissão, e a relação de amizade, visto que na prática o jornalista é, principalmente, o profissional que trabalha com telejornalismo regional necessita preservar a relação com as fontes (EMERIM; COUTINHO, 2019). O telejornalismo, por si só, causa essa percepção de proximidade no público. Martín-Barbero já dialogava sobre isso na década de 1990 quando dizia que na televisão os rostos eram próximos. Ou seja, na TV, principalmente regional, nada daquilo que possa ser longe do público, nada de apresentadores e repórteres intocáveis. Estar perto do público é viver o cotidiano que diariamente é exibido na TV. Por isso, é necessário que repórteres e apresentadores conheçam as realidades do seu público, vivam a cidade, para que possam falar sobre ela com certa propriedade. É essa identificação com o local em que o público vive que faz a diferença para mais ou para menos nos níveis de interação e participação. O público conhece a sua realidade e percebe quando o jornalista destoa daquilo que ele vive na prática.

Como cultivam essa relação de proximidade, os telespectadores são também reconhecidos pelos jornalistas. Esse movimento contrário, de mostrar que o jornalista os conhece, faz com que assumam essa relação de liderança diante das pessoas de seus círculos sociais. Como exemplo, citamos o fato de o **personagem G** ter o telefone pessoal de um dos apresentadores e conversar com ele por esse número. Não é um amigo que vai ser solicitado a qualquer momento, é um contato valioso que deve ser acionado em situações específicas, como o fato de entender por que a emissora não envia sinal para uma cidade vizinha a Joinville<sup>62</sup>. Esse tipo de relacionamento fortalece, com esse público, a relação de confiança e proximidade como discutido por autores como Martín-Barbero (2006; 2019) e Emerim; Coutinho (2019).

É também a partir do afeto (SODRÉ, 2006; 2009) que se fortalece esse sentimento de pertencimento e relevância no grupo que comenta, interage e participa dos programas. Além de

---

<sup>62</sup> Situação relatada no encontro presencial do grupo de discussão. A fala está transcrita no anexo.

atender a um chamamento da apresentadora do *Balanço Geral Joinville*, durante a participação do público ocorre um processo semelhante à formação de rede que vemos na internet e é objeto de estudo de pesquisadores como André Lemos (1997) e Brignol, Cogo e Martínez (2019). Na televisão, é a criação de rede de compartilhamento de informação, conhecimento e até mesmo de acolhimento da emissora com o público. Os próprios telespectadores se reconhecem como partes de um processo que enriquece e diversifica a programação produzida pelos jornalistas. Os participantes desta pesquisa, por vezes, se definiram como pessoas de bem, um grupo interessado em discutir o melhor para a sociedade, ou, ainda, um grupo que, além de interagir, é reconhecido pelo telejornal como telespectadores que cooperam com a programação.

### 5.5 O QUE MOTIVA A PARTICIPAÇÃO

Na opinião dos telespectadores, os motivos que estimulam a participação são: a) atender ao pedido da apresentadora para que enviem as suas opiniões sobre os temas propostos; b) discutir assuntos de interesse e relevância para a sociedade, como segurança pública e trânsito; c) compartilhar opiniões pessoais e situações que já foram vividas pelos próprios telespectadores. Além disso, ao citar o engajamento extremamente perceptível quando o assunto é animais de estimação, o telespectador justifica isso pelo fato de atualmente “todo mundo” ter um *pet* em casa.

Mesmo que a apresentadora do telejornal convide e incentive a participação, a discussão se dá em torno de temas que impactam na vida da sociedade (RINCÓN; MARTÍN-BARBERO, 2019). Ainda durante o grupo de discussão no *WhatsApp*, o vandalismo em cemitérios, que culturalmente são espaços de memória e afetividade, ganhou relevância quando o *Balanço Geral* exibiu a mensagem de uma telespectadora que não fazia parte da pesquisa, mas que relatava a situação enfrentada em um cemitério público da cidade. Os participantes do grupo se solidarizaram com a telespectadora e contaram que também vivem esse drama. O tema, com forte apelo emocional, voltou a ser citado quando questionado sobre quais os assuntos que haviam marcado a semana anterior. Novamente, a discussão ganhou espaço considerável, com as **participantes B e F** relatando o quanto isso era difícil para elas e que é uma situação que merece atenção do poder público, pois é vista como uma falta de respeito com aqueles que já contribuíram com a sociedade e hoje estão sepultados ali. Além disso, o tema também perpassa as questões de segurança quando as participantes relatam o medo de irem ao local sozinha. A insegurança nesses locais está impregnada na opinião do público, que é capaz de enumerar situações que eles passaram ou que conhecidos presenciaram envolvendo a falta de segurança

nos cemitérios. Como medida para a contenção dos atos, o público lembra e sugere que os portões voltem a ser fechados durante a noite, como já ocorreu anteriormente. Esse fato, mesmo não estando explícito no discurso dos telespectadores, pode ser interpretado como uma ação colaborativa e interessada. Não basta apenas apontar os problemas, esse telespectador que participa está disposto a também propor soluções que melhorem o dia a dia da população como um todo. Além disso, como apontam Pereira Júnior e Cerqueira (2019), o telejornalismo regional ocupa esse local de referência para discussões do gênero, ao se estabelecer como mediador e espaço de acolhimento do tema.

Isso demonstra não só estarem inseridos nessas discussões do cotidiano, mas trazem reflexos daquilo que está no subconsciente, como o fato de terem como exemplo outras pessoas que já tiveram conquistas na comunidade em que viviam. É o exemplo citado pela **participante F**, que, mesmo alegando não ter dito exemplos anteriores de familiares ou amigos que interagem com outros veículos de comunicação, relata que a mãe era uma pessoa preocupada com melhores condições para a região em que viviam, sendo a responsável por batalhar pela instalação da energia elétrica e da água encanada para aquela comunidade. Repare que a participante, quando questionada, diz uma coisa, mas ao aprofundar questões de envolvimento com a comunidade, fica explícita a influência dentro de casa para que até os dias de hoje esteja atenta aos assuntos que interferem e dizem respeito à comunidade em que vive.

O apelo emocional é visto também no discurso das **participantes B e F** quando elas se referem ao *Ver Mais*, um programa de variedades que é exibido entre 14h30 e 15h15. As duas mulheres afirmaram que assistem e gostam de compartilhar com outros telespectadores assuntos de relacionamento. Às quartas-feiras, o programa exibe um quadro chamado “Quarta do Amor”, que aborda temas sobre casamento e relacionamento entre casais. A confiança de que serão compreendidas pela apresentadora faz com que se abram, e como citado por uma das participantes, “se exponham”, para que outras pessoas entendam como elas lidam com as questões apresentadas.

Desde as primeiras fases da coleta de dados para a pesquisa, ficou claro que o telespectador envia mensagem e aguarda para que ela seja exibida ao vivo. A exibição e, principalmente, o comentário do apresentador após a leitura são vistos como sinais de aprovação do conteúdo. Significa para o público que, diante de todas as mensagens recebidas, a dele está entre as mais relevantes e por isso mereceu espaço na programação.

Para o público, essa participação é vista como uma concorrência, que não pode ser vencida todos os dias. Mas isso não significa que a mensagem foi ignorada, pelo contrário, é

do entendimento deles que na televisão o horário é limitado e por isso não é possível exibir todas as mensagens enviadas.

## 5.6 O SENTIMENTO DE PERTENCIMENTO A UMA COMUNIDADE

Relacionar-se com a imprensa, para alguns dos telespectadores participantes da pesquisa, não é uma novidade que surgiu com as facilidades do *WhatsApp*. Alguns deles já mantinham contato com veículos de comunicação, principalmente usando o telefone. O **participante G** é um exemplo ao relatar que usava inclusive o Tele-Mural<sup>63</sup> para fazer anúncios e que ligava para rádios e jornal impresso a fim de publicar anúncios. A diferença, segundo ele, é que hoje você tem condições de saber que pelo menos a imprensa leu a sua mensagem, já que antes só tinha essa segurança se tivesse sorte e conseguisse conversar com algum jornalista ou comunicador que atendesse à ligação.

Um ponto que na opinião desta pesquisadora seria polêmico para o público é a edição das mensagens enviadas pelo telespectador antes da exibição. A emissora de TV usa da edição para evitar que as mensagens sejam publicadas com erros de ortografia, para reduzir o tamanho do texto, ou deixar a opinião do público de forma mais direta. Porém, os participantes disseram não ver problema na edição que “troca as palavras”<sup>64</sup>, mas deixa o texto mais direto e fácil de ser compreendido pelos demais telespectadores. Adiante veremos que esse é um ponto que pede mais empoderamento do público, mesmo que reconheça o jornalista como capacitado para a seleção das mensagens e edição dos textos (MUSSE; THOMÉ, 2015).

A edição e seleção são inclusive apontadas como um momento importante e que impede que mensagens enviadas na euforia ou com posicionamento mais exaltado sejam exibidas. Segundo os participantes da pesquisa, essa seleção garante que as mensagens exibidas vão de alguma forma enriquecer a discussão, ao invés de causar desconforto entre os telespectadores. Os participantes chegaram a citar situações que, depois de mandarem a mensagem para a TV, torceram para que não fosse exibida para evitar conflitos com a comunidade em que estão inseridos.

Por fim, diante do discurso dos participantes, é possível afirmar que enviar mensagem para a TV faz com que se sintam inseridos em uma comunidade televisiva que está interessada em participar da vida da cidade, um grupo capaz de, diariamente, opinar sobre os assuntos de

---

<sup>63</sup> Detalhado no subcapítulo 2.4 desta pesquisa.

<sup>64</sup> Expressão usada durante o encontro presencial.

interesse da população, por vezes sugerindo como a cidade deve ser administrada, ou como situações pontuais podem ser resolvidas em prol de uma convivência amigável entre os diferentes públicos que vivem no mesmo espaço.

## 6. A RELAÇÃO COM OS MAPAS EM MUTAÇÃO DE JESÚS MARTÍN-BARBERO

Ainda no terceiro mapa, Jesús Martín-Barbero já dava indícios de que era necessário traçar um novo percurso para compreender as mutações culturais que a sociedade vive diante de um cenário de convergência midiática com a introdução da internet, aparatos tecnológicos, redes e plataformas digitais. Tanto é que, ao discutir o conceito de *tecnicidade*, Martín-Barbero é enfático ao dizer que não é possível direcionar o olhar apenas para a questão tecnológica, mas sim para o todo que vinha com ela, inclusive as mudanças em como as pessoas passaram a se relacionar e interpretar o cotidiano. Essa inquietação do autor avança com a mesma intensidade que os processos comunicacionais se atualizavam diante do que a tecnologia propunha e também entrelaçada com as mutações culturais da sociedade.

Diante disso, na proposta do quarto mapa, Jesús Martín-Barbero volta o olhar para os processos que envolvem essa relação que se constrói e se desconstrói diariamente entre receptor e os meios. O objetivo do autor, segundo Rincón (2019), é justamente compreender o *sensorium* presente no século XXI diante “da internet, celular, redes e plataformas digitais” (RINCÓN, 2019, p. 264). “O *sensorium* faz referência à sensação, à percepção e à interpretação da experiência cultural que habitamos”<sup>65</sup> (RINCÓN, 2019, p. 263). Já para descrever o que o autor entende por mutação cultural, Rincón faz uso de uma definição proposta pelo italiano Alessandro Baricco, em 2008.

(...) estamos assistindo a uma nova cultura que se opõe à civilização letrada, ilustrada e moderna; uma cultura que pratica o superficial ao invés da profundidade, a velocidade ao invés da reflexão, a sequência ao invés da análise, a conexão ao invés da expressão, a multitarefa ao invés da especialização, o prazer ao invés do esforço (RINCÓN, 2019, p. 264. Tradução livre do espanhol nossa).

Essas características estão, de fato, imbricadas na relação que estudamos durante esta pesquisa entre telespectador e emissora de televisão, seja pela forma como se dá a participação ou pela intensidade e nível que ela alcança. Como os estudos de recepção receberam atenção especial de Martín-Barbero por muitos anos, optou-se por analisar de que forma essa relação percorre a trilha do quarto mapa proposto pelo autor.

Escolhemos entrar no mapa pela “mediação narrativa” quando percebemos que, paralelamente à *tecnicidade*, pode ser utilizada para descrever a forma de participação do público que interage e participa da programação da NDTV por meio do *WhatsApp*. Veja que a

---

<sup>65</sup> el *sensorium* hace referencia a la sensación, la percepción y la interpretación de la experiencia cultural que habitamos. Tradução livre do espanhol nossa.

maneira como a participação do público ocorre diariamente é a mesma. Todos os dias, a apresentadora do *Balanço Geral Joinville* convida e estimula a participação e o envio de mensagens; essas mensagens são enviadas da mesma maneira (texto, foto, vídeo) e pelo mesmo canal, que é o telefone do *WhatsApp* da emissora. Forma-se um misto dos conceitos de tecnicidade, ritualidade (presentes em mapas anteriores) e narrativas, já que o público identifica quais “tipos” de comentários têm maior ou menor chance de serem exibidos. Em algumas edições do jornal, há temas específicos que o telespectador é convidado a comentar; em outros, a participação é livre para que o público interaja com os assuntos que ele entenda terem mais relevância ou proximidade. Ao voltar o olhar para o telespectador, percebe-se que nesta relação há uma via que vai e volta, de acordo com as motivações recebidas.

Durante o grupo de discussão, questionados se acreditavam que os convites eram uma forma efetiva de incentivar a participação e se eles aguardavam por esse convite, os telespectadores responderam que sim e que se “eles perguntaram, é porque querem saber”, afirmou uma das participantes ao explicar o motivo de atender a essa solicitação da emissora pelo envio da mensagem. É também nesse cenário que se percebe o quanto a mediação da narrativa proposta por Martín-Barbero fica explícita, já que com a participação do público desenrolam-se processos de reflexão sobre o tema abordado no telejornal.

Essas reflexões e opiniões compartilhadas com a TV, ao serem exibidas, entram para uma rede de conversação que é mediada pela televisão, mas que tem um alcance ou uma amplificação para um público muito maior do que teria se continuasse sendo feita apenas nos grupos em que esses telespectadores estão previamente estabelecidos, seja por proximidade geográfica ou por outros motivos. Aliás, este é um dos pontos que merecem reflexão. O alcance que a mensagem do telespectador recebe ao ser exibida imprime nela sinais de relevância e significação diante da rede formada pelos telespectadores na emissora. O discurso, que antes era restrito a um determinado grupo, agora alcança diferentes públicos que vivem diferentes tempos e constroem diferentes espaços. Essa relevância que a mensagem recebe é indicada justamente pelo público do telejornal, que acredita ter enviado uma mensagem importante quando ela é lida pela apresentadora. Mais ainda quando há um comentário na sequência reafirmando ou validando aquela opinião do público. É que na televisão, pela lógica de produção, tudo assume um caráter de imediatez. O assunto tratado agora é sempre mais importante do que o que foi discutido ontem para o público que assiste e acompanha a programação.

Essa rede formada diariamente nem sempre é composta pelos mesmos integrantes, já que o telespectador não tem a obrigação de assistir todos os dias ao mesmo programa ou a sua

totalidade. Porém, abrange mesmo aqueles telespectadores que optam por não enviar uma mensagem, mas são alcançados pela mensagem enviada por outro telespectador. “A ideia de massa se afasta de uma imagem negativa do povo para passar a designar a tendência da sociedade a converter-se numa vasta e dispersa agregação de indivíduos isolados” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 56).

Para Martín-Barbero, essas redes de articulação se utilizam de processos que estão relacionados ao conceito de tecnicidade para que produzam as narrativas e, conseqüentemente, resultem em discussões que interessem ao público, ou a uma comunidade, ainda que composta por esses indivíduos isolados. Isso ocorre com mais facilidade em redes formadas na internet, por exemplo, nas quais não há a mediação de um veículo de comunicação, como na televisão. Não é possível esquecer que, sendo um veículo de comunicação, é uma empresa que tem seus interesses comerciais e que utiliza a produção jornalística como matéria-prima para alcançar, inclusive, esses objetivos econômicos.

Por isso, a eficácia e, principalmente, a imparcialidade desse discurso reproduzido é, por vezes, questionado. Ao mesmo tempo em que a televisão aumenta o alcance do que o público está dizendo, ao seguir a linha editorial ou os interesses de uma empresa privada, pode também propagar com mais facilidade assuntos ou posicionamentos de seu interesse e que são respaldados por alguns telespectadores que enviaram mensagens, imprimindo naquele discurso um ar de relevância para a sociedade que está inserida nessa rede comunicacional. É, portanto, fundamental compreender “a densidade das transformações que atravessam os modos de comunicar”<sup>66</sup> (RINCÓN, 2019, p. 265) para que esse processo seja entendido tanto por quem está produzindo conteúdo na redação, quanto pelo público que participa e também por aqueles que assistem à programação.

Mesmo que os próprios participantes desta pesquisa afirmem que é possível perceber diferença entre conteúdo gerado pelo jornalista e pelo público, vale destacar que a televisão é um veículo com grande alcance popular e por onde as pessoas buscam informação, como indicam as pesquisas já citadas anteriormente. É por isso que a transparência com a forma como a informação está sendo tratada ganha tamanha importância. Diante disso, um dos pontos de choque identificados ao analisar os dados coletados junto ao público em paralelo com a teoria é que a informação destacada pelo público, por vezes em formato de opinião, pode ganhar um grau de relevância ao ser equiparada ao conteúdo produzido por um jornalista, com base em critérios técnicos de produção jornalística. Pelo discurso dos participantes da pesquisa, cabe à

---

<sup>66</sup> Es preciso comprender la densidad de las transformaciones que atraviesan los modos de comunicar.  
Tradução livre do espanhol nossa.

TV identificar aquilo que é importante, verdadeiro (mesmo que o conceito de verdade seja difuso) e relevante para os telespectadores em geral e, conseqüentemente, definir o que vai ou não ser publicado. Porém, a reflexão necessária passa por dois pontos principalmente: 1) entre os telespectadores que não enviam mensagens para a TV e, portanto, não conhecem como ocorre essa lógica de produção, é possível distinguir com facilidade a opinião do público daquele conteúdo jornalístico produzido? 2) até que ponto essa checagem, ou percepção da relevância imprimida na mensagem é feita pelo jornalista que recebe a participação do público e coloca no ar? O temor se dá em um cenário que é de conhecimento público na área da comunicação: temos redações cada vez mais enxutas, profissionais cada vez mais atarefados e cobrados pelos resultados apresentados com base em índices de audiência e produções entregues. Ao mesmo tempo, o jornalismo opinativo ganha espaço nas redações. Ou seja, as redações estão, de fato, assumindo o papel que o telespectador lhe deposita de ser o detentor desse conhecimento, ou apenas “colocando no ar a mensagem do público” com objetivo de se mostrar próximo e relevante para aquele público?

O que não se pode negar é que, mesmo nesse cenário, as transformações culturais e comunicacionais ocorrem em uma velocidade que por vezes assusta e coloca em discussão a forma de fazer com que o público tenha o espaço necessário para as suas reivindicações em um mundo cada vez mais comercial. Além disso, a mensagem enviada pelo público não pode ser vista apenas como uma opinião desprendida. Ela é carregada de significado, inquietações e questionamentos de uma comunidade. Ao afirmar que está insatisfeito com a maneira como os cemitérios estão sendo cuidados, por exemplo, esse público não está apenas relatando o que está pensando em relação àquilo. Ele está trazendo para um veículo de comunicação os seus saberes e sentimentos, formações culturais e sociais a respeito desse tema. Portanto, o processo de envio da mensagem não tem fim na exibição na TV. Ela se propaga e alcança pessoas que também se identificam com o tema, além dos representantes da sociedade que podem tomar medidas com relação ao assunto. Cabe ao jornalista, de fato, fazer com que a mensagem chegue a esses destinatários principais, no caso dos cemitérios, ao poder público responsável pela manutenção. Haja vista que para o telespectador, quando não há uma resposta a essas demandas a responsabilidade pelo “não retorno”, é sempre o poder público e nunca colocada nas mãos do jornalista que, enquanto responsável pela seleção e edição do conteúdo, pode não ter feito com que a mensagem chegasse a esse destinatário.

Apesar de neste estudo propormos a passagem pela “espacialidade”, é o próprio Martín-Barbero que afirma não ter como separar este conceito da “temporalidade”. O tempo em que o telespectador vive hoje está diretamente relacionado aos espaços criados, vividos ou

imaginados, sendo, como propõe o autor, o espaço das cidades um dos locais onde mais se percebem os reflexos das narrativas. Este foi um dos apontamentos que verificamos também durante as discussões do grupo. Os participantes desta pesquisa, muito mais que telespectadores assíduos do *Balanço Geral Joinville* e demais programas exibidos pela NDTV, vivem a cidade que habitam. Isso quer dizer que eles não estão apenas nesse espaço geográfico, mas que interagem, interpretam, entendem, se relacionam e criam esse espaço para viver. Além disso, mantêm relações emocionais e históricas com Joinville. Isso pode ser constatado a partir das diversas vezes em que, durante a discussão, os participantes lembravam momentos importantes para o desenvolvimento do município ou relacionavam situações atuais com fatos que presenciaram no passado.

Essa vivência da cidade é refletida diretamente nos comentários que enviam para a televisão e está também relacionada ao sentimento de pertencimento a uma comunidade. Ao viver a cidade, o participante assume com propriedade o papel de fonte enquanto testemunha daquilo que já viveu e viu acontecer. Para o jornalismo local, são indicativos de proximidade com o tema ou assunto abordado que refletem em credibilidade. Ao pertencer a esse local, o telespectador se coloca como apto para, além de comentar sobre o que já viu, fazer sugestões de acordo com os aspectos culturais, sociais, econômicos e históricos em que está inserido. É também esse telespectador que identifica e por meio das mensagens enviadas valida a fonte escolhida para a reportagem. Afinal, ele também é um conhecedor da história do município, por exemplo.

É nesta relação que podem ser analisadas as falas do público quando as pessoas dizem serem cidadãos que buscam o melhor para a cidade. As participações tendem, normalmente, a indicar ideias, sugestões, soluções para aquilo que o próprio público identifica como uma prioridade a ser resolvida. Esse raciocínio vai ao encontro do que é discutido por Jacks, Toaldo e Oikawa (2016) ao afirmarem que o telespectador/leitor/ouvinte utiliza esses espaços de acordo com os seus saberes para fazer acontecer aquilo que deseja pelos canais midiáticos, seja nas mídias tradicionais ou em redes sociais. É um novo *sensorium* (sentimento/sensação) proporcionado pela contemporaneidade e que, ao que as circunstâncias indicam, não devem ser tão facilmente entendidas e compreendidas, como afirma Martín-Barbero (2019).

Neste contexto também identificamos como o público, no papel de cidadão, ocupa seu espaço. Ainda de forma tímida, o telespectador aguarda o convite para participar e vê a sua mensagem ser exibida fazendo o caminho contrário do que ocorria desde o início da implantação da TV no Brasil. Apesar de buscar essa proximidade com o público, é a partir da introdução da internet, das mídias e plataformas digitais que esse contato fica mais fácil e até

mais barato. Como vimos anteriormente, não é novidade o espaço destinado ao telespectador na televisão no Brasil. O telespectador já foi visto como público, mas também personagem, sujeito de direito que reivindicou e lutou por demandas, que já utilizou a TV como entretenimento, mas é inegável que, nas duas últimas décadas, a televisão e, especialmente, o telejornalismo local e regional têm olhado diferente para essa participação, fazendo com que o telespectador também assuma um papel de produtor, não necessariamente da notícia, mas de conteúdo que contribui para essa produção.

O jornalista que cobre o cotidiano das cidades sabe que é no público que também estão as pautas, os acontecimentos do dia a dia e fatos que são matéria-prima da notícia. O profissional reconhece que é o morador de determinadas regiões que, por vezes, conseguiu um registro exclusivo feito com celular do momento em que um fato ocorreu, ou ainda que é esse telespectador que conhece o funcionamento (ou o não funcionamento) de um serviço. Para respaldar a reportagem, rostos conhecidos não apenas de repórteres e apresentadores, mas também de moradores que ocupam posições de liderança no bairro, que são reconhecidos como quem tem um contato mais próximo com a emissora. É um público que se reconhece enquanto participante, que sabe ocupar um lugar diferenciado na mídia, principalmente em veículos de produção local. É um público que necessita dar passos mais longos em direção à utilização desses espaços no jornalismo. A construção da cidadania se dá também pelo empoderamento desses participantes, pela construção e reconhecimento deles enquanto sujeitos participantes ativos e que, de fato, sabem como fazer suas solicitações ganharem visibilidade. Como Rincón bem lembra, são articulações que perpassam vários conceitos do quarto mapa. “São articulações difusas, ambíguas, densas que dão conta de como a cultura repolitiza os espaços da comunicação e da tecnologia”<sup>67</sup> (RINCÓN, 2019, p. 266).

As redes assumem papel de relevância em discussões de temas que refletem na sociedade, além de se caracterizarem por serem espaços colaborativos e interativos, locais de encontro e, portanto, “grande promessa de liberdade, democracia, anúnciação coletiva da mensagem (...) ativação cidadã, ativismo social e democracia expandida”<sup>68</sup> (RINCÓN, 2019, p. 272).

É inegável, portanto, reconhecer o papel importante que as redes formadas pelos telespectadores também na televisão, mesmo com conteúdo mediado, têm no processo de

---

<sup>67</sup> son articulaciones que ponen en tensión mas que higienizan las relaciones entre tiempos y espacios y entre tecnicidades y sensorialidades. Tradução livre do espanhol nossa.

<sup>68</sup> Las redes son el espacio privilegiado de las tecnicidades y su gran promesa de libertad, democracia, enunciación colectiva del mensaje. Por eso, las redes son activación ciudadana, activismo social, democracia expandida. Tradução livre do espanhol nossa.

construção da cidadania e da identidade desse público. Ao ler a mensagem do telespectador, o conteúdo se propaga de forma que aqueles indivíduos reunidos em diferentes grupos tenham a possibilidade de se expressar, mas também de conhecer opiniões, dores, anseios e desejos de outras pessoas que talvez, pelos algoritmos, mesmo em redes sociais não seriam expostos.

## 6.1 RESULTADOS OBTIDOS A PARTIR DO PERCURSO PERCORRIDO NO MAPA

Voltando à reflexão proposta por Rincón (2019) ao trazer as características atuais da sociedade e citar a superficialidade com que os temas são tratados, parece essencial neste ponto da discussão entender que um dos principais resultados dessa pesquisa mostra que não só o jornalista, como também o público adota o perfil superficial ao comentar determinados assuntos.

A observação das mensagens lidas ao vivo e também dos comentários feitos pelos telespectadores durante a semana em que o grupo de discussão foi feito pelo *WhatsApp* revela isso. Com base em toda a teoria que ajuda a construir esse debate, esperava-se um público mais voraz por espaço e por direito à fala. O que se encontrou foi um público que, neste momento, está satisfeito com o espaço para participação. Mas, ao mesmo tempo, está disposto a testar novos formatos de interação. Quando esse resultado apareceu, foi como se a pesquisa tivesse falhado. Esperava encontrar um público com um perfil muito mais questionador quanto às posições adotadas pela emissora de TV, principalmente sobre as edições da mensagem exibidas. O que se encontrou foi um grupo que reconhece no jornalista a figura capacitada para validar ou não a mensagem enviada, cabendo inclusive ao profissional optar pela não exibição quando a mensagem passa os tons aceitáveis pela sociedade.

De acordo com a participação dos telespectadores na pesquisa, podemos apontar que o que estimula a participação e o envio da mensagem são: 1) assuntos com que a comunidade desenvolve relação de proximidade e pertencimento; 2) a relação de credibilidade, confiança e proximidade desenvolvida com os jornalistas da emissora; 3) temas que ativam o lado emocional (como reportagens que abordam solidariedade e ajuda); 4) temas do cotidiano (explicitado nas respostas dos telespectadores como passeio, lazer e animais domésticos).

Todos esses temas fazem parte do cotidiano da sociedade, estão explícitos nos espaços das cidades e imaginários das pessoas, integram e estimulam o desenvolvimento de redes, além de trazerem interligados o conhecimento cultural, social, político e econômico desse público do

jornal. Além disso, como afirma Martín-Barbero (2021), esses cidadãos já não têm mais o que falar apenas sobre os seus locais. Eles têm a dizer para o país, para o mundo como um todo por estarem em uma sociedade hiperconectada. E saber como dizer é um dos principais desafios da contemporaneidade. Desta forma, pode-se afirmar que o quarto mapa proposto por Jesús Martín-Barbero (2019) é uma ferramenta atual para interpretar e compreender o mundo enquanto sociedade em desenvolvimento cultural e social, mas diante de todo o avanço tecnológico.

Em um cenário de multitelas, os rostos conhecidos (e as falas conhecidas e reconhecidas) são essenciais no fortalecimento da credibilidade, essencial para o desenvolvimento do jornalismo local/regional.

O telejornal, mesmo nesse cenário mais competitivo, continua sendo ambiente por onde passa essa agenda da pressão social em rede, onde se encontra referencialidade e legitimação, construídas e concebidas por saberes do método telejornalístico de construção da realidade, pela temporalidade e por dispositivos acionados pelos profissionais para tornar os fatos, discursos, decisões nacionais e locais ou nacionais com efeitos locais compreensíveis a qualquer cidadão comum. Afinal, não há referência no telejornalismo sem compreensão, entendimento, confiança em princípios de apuração, seleção e nominação dos acontecimentos (PEREIRA JÚNIOR; CERQUEIRA, 2019, p. 47).

O jornalista que produz esse conteúdo vive a mesma cidade (mesmo que em espaços diferentes) que o público que comenta, participa e se coloca como ator na construção e debate da informação. Nesse processo, todos têm seus interesses pessoais, tanto o público, quanto a emissora de TV. É por isso que a transparência deve ser enfatizada nessa relação. É preciso que público e emissora deixem explícitos os objetivos quando optam por um ou outro assunto ou posicionamento. Ao contrário, se estabelece uma relação muito similar ao que é duramente criticada por Rincón (2019) quando lembra o posicionamento de Martín-Barbero diante do controle dos algoritmos. “Mais que cidadãos digitais, somos escravos do Google, Facebook, Netflix, já que nos manipulam porque sabem mais de nós que nós mesmos; mais que cidadãos livres, somos sujeitos de controle e vigilância política”<sup>69</sup> (RINCÓN, 2019, p. 272).

A participação do público é reflexo de um processo de sentimento de pertencimento e não ao contrário, como era uma das premissas desta pesquisa. Quando iniciamos essa pesquisa, acreditávamos que os estímulos à participação contribuiriam para que o telespectador se

---

<sup>69</sup> más que ciudadanos digitales, somos esclavos de Google, Facebook, Netflix ya que nos manipulan porque saben mas de nosotros mismos que uno mismo; más que ciudadanos libres somos sujetos de control y vigilancia política. Tradução nossa livre do espanhol.

sentisse mais próximo da emissora. No decorrer do estudo, percebemos que o processo é ao contrário. Primeiro, o telespectador desenvolve o sentimento de pertencimento e proximidade com a emissora e programa ao se identificar com os temas abordados. Depois, o telespectador cria laços com a emissora de confiança e credibilidade. Estes laços, por sua vez, também são desenvolvidos no caminho contrário, da emissora para o telespectador, que reconhece aqueles que mais participam da programação. Desta forma, podemos afirmar que não são os estímulos ou os convites para participar da programação que geram o sentimento de pertencimento. É o pertencimento que estimula a participação desse público. Ao participar, o telespectador entende que assume um papel de relevância dentro da programação e que a sua mensagem contribui para a sociedade como um todo, seja no debate de algum assunto ou no compartilhamento de conhecimento empírico e opiniões.

Outra consideração importante que precisa ser pontuada como resultado é que no processo de metodologia da pesquisa havíamos proposto dois momentos do grupo de discussão, um deles de forma on-line no *WhatsApp* e outro presencialmente. Além disso, a ideia inicial era de que as conversas, nesse grupo do *WhatsApp*, ocorressem enquanto o *Balanço Geral* estivesse sendo exibido. Já no primeiro dia de formação do grupo de discussão, essa ideia precisou ser repensada. Não era possível considerar apenas as conversas que ocorriam durante a exibição do telejornal, visto que os diálogos se estabeleciam em horários diferentes. Outra questão é que, apesar de a maioria indicar que estaria presente no encontro presencial, apenas três participantes foram até o local do encontro.

Na fase de análise dos resultados, percebemos que as respostas tanto on-line quanto presenciais indicavam um mesmo posicionamento daquele grupo. Foi no processo de investigação dos resultados da pesquisa que esse movimento do grupo de discussão ficou mais claro, à luz da discussão proposta por Jesús Martín-Barbero ao falar de tempo e espaço. Dois conceitos que se complementam e que na contemporaneidade também assumem aspectos diferentes daqueles aos quais estávamos habituados.

Você não precisa sair de casa para habitar o mundo, um celular nos conecta e nos faz viajar por espaços reais ou imaginários como nos videogames. O tempo não tem mais horários, ele flui. O tempo já é uma experiência cultural sem espaço. Nós somos simultaneamente: um sujeito que se move segundo horários, que habita mundos pela internet, que imagina cultura por meio de videogames, que acredita no mundo sem sair de casa (RINCÓN, 2019, p. 267. Tradução nossa livre do espanhol).

A partir dessa reflexão, é possível compreender o motivo de as discussões durante o grupo de discussão online não seguir a ordem cronológica, ou ainda o motivo pelo qual alguns

participantes não entenderam como prejudicial a não participação no encontro presencial. Esses participantes da pesquisa, ao mesmo tempo que contribuíram com o estudo, eram telespectadores e participantes da programação da NDTV Record Joinville e exerciam diferentes atividades simultaneamente. A participação na pesquisa e enquanto telespectadores do *Balanço Geral* é uma ligação entre eles, mas o grupo de *WhatsApp* nos conectou. Como avalia Martín-Barbero, não é preciso sair de casa para viver esse mundo onde a tecnologia nos conecta.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A observação atenta dos pesquisadores em Comunicação deve olhar para essas mutações com o anseio de quem quer, de fato, entender esse sentimento e movimento do público, sabendo que a cada dia ele pode ser diferente, já que é tensionado também pelas mutações culturais e sociais às quais está submetido na sociedade (RINCÓN; MARTÍN-BARBERO, 2019). Por parte da televisão, a velocidade de atualizações e ofertas de modos de participação é maior no caminho emissora–público do que ao contrário. No decorrer da pesquisa, constatamos que o anseio por novas e diferentes formas de participação é maior do ponto de vista da emissora do que do público, que está disposto a responder e participar quando é motivado.

Não é mais possível ignorar o que o público tem e quer dizer. Se nos primórdios o jornalismo já olhava para os acontecimentos sociais com atenção, sabendo que dali viriam as notícias, hoje, esse processo ocorre a todo instante. É nas comunidades que os fatos acontecem. Mais que isso, é a comunidade que está com o celular na mão, pronta para registrar o que está vendo e esse conteúdo será usado na construção da notícia. Não usados essencialmente como o produto-fim, mas articulados com o conhecimento de um jornalista e as técnicas de produção, o vídeo, o áudio, a foto e o relato do morador ganham cada vez mais relevância, por serem um recorte da realidade no momento em que determinado assunto aconteceu.

Do ponto de vista do telespectador, o orgulho de pertencer a esse grupo que produz e debate assuntos de interesse para a sociedade o coloca em um patamar de importância para a comunidade em que está inserido, ocupando uma função de liderança e sendo aquela pessoa que fala com o jornalista. É importante deixar isso claro, pois mesmo as redes e plataformas digitais facilitando esse diálogo e proximidade, o jornalista é visto pelo público como um amigo, mas também como alguém que mantém outras relações com atores da sociedade e por isso é capaz de auxiliar na solução das demandas da comunidade. O público fala, mas quando o jornalista valida aquele tema, ele toma proporções e alcance que não teria se não fosse pela televisão ou outra mídia social. Para o telespectador, quando a verdade deixa de existir, a relação se quebra. É exatamente o que é defendido por Coutinho e Emerim (2019) quando explicam que no jornalismo regional, a produção televisiva é próxima e reflete a função social do jornalista. A partir disso, são estabelecidos os acordos entre público e emissora de TV. São acordos de colaboração e pertencimento das duas partes. Ao mesmo tempo em que o público se sente próximo e por isso colabora, o jornalismo também pertence àquele espaço e retribui

utilizando as ferramentas que tem em mãos para dar visibilidade aos temas apresentados pela comunidade.

Esta pesquisa percorreu um caminho metodológico utilizando vários métodos para a coleta de dados, inclusive com a utilização do *WhatsApp*, e teve como principal operador metodológico Jesús Martín-Barbero com seu quarto mapa. Além disso, a partir dos estudos realizados por pesquisadores como Emerim; Coutinho (2019), Finger (2019, 2022), Jacks; Toaldo; Oikawa (2016) e Jacks; Schmitz; Wottrich; Rincón (2019), percebe-se que a expectativa quanto ao espaço ocupado pelo público é maior do que aquele que de fato é utilizado. Cabe também ao telespectador se posicionar enquanto produtor e conhecedor de recortes da realidade em que vive, buscando, paralelamente a isso, conquistar o espaço para que as suas demandas recebam a atenção devida.

Outro ponto que precisa ser enfatizado e é considerado um achado importante nessa pesquisa é a faixa etária da participação do público, que se concentra a partir dos 40 anos, com mais destaque para quem tem mais de 50 anos. Ao contrário do que empiricamente se imagina, que as gerações com mais idade teriam dificuldade em utilizar a tecnologia, nesse estudo vimos que o pertencimento fortalece essa relação e serve como uma maneira de reafirmar a necessidade de participação.

Ao acompanhar esse processo de participação, percebe-se a necessidade que essa relação se fortaleça na transparência das ações. O telespectador precisa saber quais são os objetivos da emissora quando escolhe um ou outro posicionamento. Assim como a emissora também precisa entender que o público tem os seus desejos e objetivos e utiliza esse espaço de comunicação para alcançar ainda mais pessoas com o seu posicionamento enquanto cidadão. Desta forma, a credibilidade (COUTINHO, 2022) será fortalecida tanto do ponto de vista do público, quanto do jornalista. A responsabilidade é maior para quem recebe a mensagem, edita e publica, visto que o público confere essa atribuição ao jornalista ao reconhecê-lo como profissional capacitado para a realização da atividade. Esse processo não deve, de forma alguma, ser feito como em uma linha de produção. A participação do público é carregada de sentimentos, desejos e opinião e traz consigo o conhecimento e a formação daquele cidadão (MARTÍN-BARBERO, 2006, 2012, 2018). Porém, é essa mensagem que tem o alcance do conteúdo jornalístico que é (ou deveria ser) baseado em conhecimento científico, técnico e respaldado em questões éticas, intrínsecas à profissão.

A construção de cidadania proposta por Jesús Martín-Barbero indica que a consolidação dos espaços para o público dizer o que pensa passa por uma reformulação na maneira como essa relação de proximidade e pertencimento ainda é construída. A pesquisa constata que esse

é um local em que cada um dos atores (produtores de conteúdo, jornalistas e público) sabe até onde pode chegar, mas é preciso ir além. É preciso que o público também adote uma postura de inquietação e não de subordinação. É o jornalista quem conhece da técnica, da edição, do texto, mas é o público quem também vive a cidade, os bairros, os espaços criados e imaginados. E, por isso, é capaz de traduzir ou, ao menos, indicar os anseios e demandas da comunidade.

Há ainda outras vertentes que podem ser caminhos para a continuação dessa pesquisa. A partir da compreensão do motivo pelo qual o telespectador participa da programação, pode-se observar como é a relação dos telespectadores que, neste momento, optam por não ter essa relação estreitada com o veículo de comunicação. E, conseqüentemente, sugerir processos para a efetiva participação popular, promovendo engajamento e articulação entre os diferentes atores envolvidos na construção da notícia.

Este estudo sugere ainda compreender o processo de participação (ou não participação) de jovens em telejornais tradicionais, a partir dos mapas de Jesús Martín-Barbero. A sugestão se dá pelo fato de que durante a pesquisa observou-se pouca participação de pessoas com menos de 30 anos, apesar de este ser um público digital nato e viver em uma sociedade hiperconectada.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Melissa Ribeiro de. **TV Social: o telespectador como protagonista na televisão em múltiplas telas**. 1ª. ed. Curitiba: Appris, 2020.

ANELO, Claudia Regina Ferreira. **TV e Tecnologias Digitais: a participação do público no telejornal MS Record por meio do WhatsApp**. Dissertação defendida em 2016. Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. Acesso 30/09/2022.

BRIGOL, Liliane Dutra; COGO, Denise; MARTÍNEZ, Silvia Lago. Redes dimensión epistemológica y mediación constitutiva de las mutaciones comunicacionales y culturales de nuestro tiempo. IN: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura (orgs.) RINCÓN, Omar (Ed.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**. Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Editora: Ciespal. 2019. ISBN: 978-9978-55-187-5.

BONIN, Jiani Adriana; MORIGI, Valdir José. Ciudadanía en las interrelaciones entre comunicación, medios y culturas. IN: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura (orgs.) RINCÓN, Omar (Ed.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**. Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Editora: Ciespal. 2019. ISBN: 978-9978-55-187-5.

DEL VECCHIO DE LIMA, Myrian de; FERNANDES, José Carlos; COSTA, Rosa Maria Dalla. **Os leitores da Gazeta do Povo diante de um jornal em desmaterialização**. E-compós (Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação), ISSN 1808-2599, v. 22, jan-dez, publicação contínua, 2019, p. 1–23. <http://dx.doi.org/10.30962/ec.1478>.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **Historicidade da participação e interação no jornalismo televisivo**. Revista Brasileira de História da Mídia. vol. 9, nº 1, jan/jun. 2020. ISSN: 2238-5126.

CALLEJO, J. **El grupo de discusión: introducción a um a práctica de investigación**. Editora Ariel, S.A., Barcelona, 2001.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2013.

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

CARREIRA, Krishma Anaísa Coura. **Entrevista com André Lemos: as profundas transformações na cultura digital**. Disponível em: <https://fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-paulus/article/view/482/447>. DOI: <https://doi.org/10.31657/rcp.v5i10.482>. Acesso em 27/09/2022.

CARVALHO, Luciana Wasum. **O telejornal Balanço Geral Florianópolis e os modelos de apropriação na produção da notícia no telejornalismo**. Dissertação defendida em 2019. Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/215692>. Acesso em 30/09/2022.

CARNEIRO, Cristine Gerke Pinto. **Jornalismo e público: reconfigurações no contexto digital. WhatsApp do Extra como ferramenta histórico-tecnológica.** Dissertação defendida em 2016. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Acesso em 30/09/2022.

CENTRO Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **TIC Domicílios 2021.** <https://cetic.br/pt/pesquisa/domicilios/analises/> acessado em 31/7/2022.

CHARAUDEAU, Patrick: **Discurso das mídias.** São Paulo, Editora Contexto, 2015.

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

COUTINHO, Iluska; EMERIM, Cárilda. Lugares, espaços, telas e reconhecimento: o local no telejornalismo na contemporaneidade. IN: COUTINHO, I.; EMERIM, C. (orgs). **Telejornalismo local: teorias, conceitos e reflexões.** Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 8. Florianópolis: Insular, 2019.

COUTINHO, Iluska. **Credibilidade como valor personalizado no telejornalismo: Vínculos tecidos em rede entre audiência e jornalistas profissionais.** Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2022. Acesso em 18/04/2023.

ENREDOS DIGITAIS. **Aula aberta: mapas barberianos em mutação.** YouTube, 07/12/2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dRE-RZrwxgd>. Acesso em 15/02/2023.

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.

FECHINE, Yvana. TV Social: contribuição para a delimitação do conceito. **Contracampo,** Niterói, v. 36, n. 01, pp. 84-98, abr. 2017 / jul. 2017.

FINGER, Cristiane. Telejornalismo em outras telas: As informações hiperlocais e o jornalismo colaborativo. IN: COUTINHO, I.; EMERIM, C. (orgs). **Telejornalismo local: teorias, conceitos e reflexões.** Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 8. Florianópolis: Insular, 2019.

FINGER, Cristiane; CANATTA, Fábio de Souza. Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. **Revista FAMECOS (On-line),** v. 19, p. 373-389, 2012. Disponível em <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12320/8260>>. Acesso em 29/09/2022.

G1 RIO. **WhatsApp e Viber do RJTV e Bom Dia RJ recebem 1 milhão de colaborações.** G1 Rio. Rio de Janeiro. 21 de maio de 2015. On-line. Disponível em: <http://glo.bo/1AAnuRM>. Acesso em 30/09/2022.

GOVERNO FEDERAL, Capes. **Catálogo de Teses e Dissertações.** <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#!/>. Acesso em 29/09/2022

IBÁÑEZ, Jesús. **Más allá de la sociología.** El grupo de discusión: teoría y crítica. Madrid, Siglo XXI, 1996.

JACKS, Nilda [et al.]. **Meios e audiências III: reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2017.

JACKS, Nilda; TOALDO, Mariângela Machado; OIKAWA, Erica. **Práticas culturais e ciberculturais: para pensar a relação com as tecnologias**. E-compós, Brasília, v.19, n.1, jan/abr. 2016. ISSN 1808-2599.

JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura (orgs.) RINCÓN, Omar (Ed.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**. Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Editora: Ciespal. 2019. ISBN: 978-9978-55-187-5.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009. JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre, Editora Meridional/Sulina, 2010.

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

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

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos; CUNHA, Sonia Regina Soares da. **A utilização do Ginga na construção do processo de interatividade no telejornalismo brasileiro**. Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Revista Temática. Ano VIII, n. 01 – janeiro/2012.

LEMOS, Ligia Prezia. **Ficção televisiva interativa e o V-Effekt de Brecht: Você Decide e Black Mirror**. Trabalho apresentado no GP Ficção Seriada, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Acesso 28/09/2022.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. **Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação**. Intexto, Porto Alegre, n. 43, p. 14-23, set./dez. 2018. <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201843.14-23>.

MACHADO, Ricardo. **Façamos um elogio ao caos. Reportagem e entrevista especial com Jesús Martín-Barbero**. Instituto Humanitas Unisinos. 15 de junho de 2021. Acesso em 09/04/2023.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

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

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Entrevista Globo Universidade, 2012**. <http://glo.bo/LTGuzm>. Acesso em 07/04/2023.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. RINCÓN, Omar. Ensayos sobre el sensorium contemporáneo, un mapa para investigar la mutación cultural. IN: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela;

WOTTRICH, Laura (orgs.) RINCÓN, Omar (Ed.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**. Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Editora: Ciespal. 2019. ISBN: 978-9978-55-187-5.

MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. **TV Digital Interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil**. Florianópolis, Ed. UFSC, 2005. 2ª Ed.

OLIVEIRA FILHO, José Tarcísio. O sentimento de local na sociedade contemporânea: Reflexões no (tele) jornalismo. IN: COUTINHO, I.; EMERIM, C. (orgs). **Telejornalismo local: teorias, conceitos e reflexões**. Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 8. Florianópolis: Insular, 2019.

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

PEREIRA, Ana Maria de Souza. **Telejornalismo, interação e redes sociais: convergências na TV Cabo Branco e TV Paraíba, 2014**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas da Universidade Federal da Paraíba.

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu; CERQUEIRA, Laerte. O “lugar de referência” do telejornalismo local: O papel dos saberes, dos dispositivos didáticos e da temporalidade. IN: COUTINHO, I.; EMERIM, C. (orgs). **Telejornalismo local: teorias, conceitos e reflexões**. Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 8. Florianópolis: Insular, 2019.

PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Eurico Vizeu; ALVES, Kellyanne Carvalho. O espaço de colaboração da audiência ativa no telejornalismo. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 39, p. 42-59, maio/ago. 2017.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências**. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, a. 26, n. 43, p. 67-84, 1o. sem. 2005.

PINHEIRO, Carlos Eduardo; MONTEIRO, Márcio. Notas sobre a participação do público na programação televisiva brasileira: formatos de programas, tecnologias e modos de interação. **Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales**, ISSN 1989-600X, N° 10, 2012, p. 211-223. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3954747>. Acesso em 28/09/2022.

SILVA, Gislaíne. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 2 n. 1 (2005): Sociologia do Jornalismo DOI: <https://doi.org/10.5007/%25x>.

SILVA, Silmara Dela. Das cartas de leitores às redes sociais: o espaço para o sujeito na revista Superinteressante. **Estudos Linguísticos**, São Paulo, 42 (3): p. 1214-1228, set-dez 2013

SILVA, Lourdes Ana Pereira; BASEIO, Maria Auxiliadora Fontana. Narrativa (s) como estratégia (s) de comunicabilidade. IN: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura (orgs.) RINCÓN, Omar (Ed.). **Un nuevo mapa para investigar la mutación cultural**. Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Editora: Ciespal. 2019. ISBN: 978-9978-55-187-5.

SILVESTRE, Vanessa Souto; MARTINS, Reginaldo Marcos; LOPES, João Pedro Goes. **Grupos de Discussão:** uma possibilidade metodológica. Ensaio Pedagógico (Sorocaba), vol.2, n.1, jan./abr. 2018, p. 34 - 44.

SODRÉ, Muniz. A forma de vida da mídia. Entrevista concedida a Mariluce Moura. **Revista Pesquisa Fapesp**, ed. 78, 2002. <https://revistapesquisa.fapesp.br/a-forma-de-vida-da-midia/>. Acessada em 28/7/2022.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis:** afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato:** notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são.** Florianópolis (SC): Insular, 3. ed.rev. 2012.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX.** São Leopoldo. Ed: Unissinos, 2001.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

RINCÓN, Omar. Mutações bastardas da comunicação. **Revista MATRIZES**, vol. 12, nº 1, jan/abr. 2018. São Paulo. ISSN: 1982-8160.

SABATKE, Tatiana de Souza; FERNANDES, José Carlos. **Do “Click” ao “Tá no Ar”:** as Fotos da Vacinação Contra a Covid-19 como Evidência da Convergência Midiática no Telejornalismo. ISSN: 2175-4683. Acesso em 18/10/2022.

YOUNGTECH Software. **Site Youon.** <https://www.whatstv.com.br/> Acesso em: 29/09/2022.

ZIERHUT, Daniel Arias; FERNANDES, Marcio Ronaldo Santos. **50 anos de TV Globo:** panorama das transformações na interação direta do público. Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

## APÊNDICES

**Apêndice 1** – mostra a conversa que ocorreu durante a semana no grupo de WhatsApp formado pelos telespectadores participantes da pesquisa, com mediação da pesquisadora

<b>Segunda-feira, 27 de fevereiro, de 2023</b>	
Pesquisadora	Bom dia, pessoal, tudo bem? A partir de hoje, até sexta-feira, começamos a nossa análise sobre as mensagens exibidas no WhatsApp do <i>Balanço Geral Joinville</i> . Quando o jornal começar, vocês podem ficar bem à vontade para comentar aqui no grupo o que vocês estão achando das participações, dos assuntos discutidos, se teve alguma coisa que foi novidade para vocês, se vocês enviaram mensagem para o jornal. Podem conversar entre vocês também. Qualquer dúvida estou à disposição. Lembrando que a pesquisa não tem custo nenhum para vocês e que a participação é livre, podendo comentar no momento em que vocês acharem melhor. Muito obrigada pela ajuda de todos! 🙌❤️
Participante F	👍
Participante C	👍👍🙏🙏
Participante F	Boa tarde! uma ótima ação essa do morro do meio, parabéns porém temos que nos conscientizar de que lixo é no lugar de lixo e não sair jogando tudo pelo caminho da estrada <sup>70</sup>
Participante D	Nossas atitudes hoje, refletem no amanhã. Lugar adequado para o lixo, deve ser respeitado e utilizado <sup>71</sup> .
Pesquisadora	Começaram a exibir as participações pelo Whats
Participante H	👍
Pesquisadora	E aí pessoal, o que vcs estão achando das participações no whats hoje? Tem algum assunto que vcs não sabiam e se informaram com mensagem do whats de outros telespectadores?
Participante A	Sobre os coletores de lixo eu não sabia
Participante D	Tbm n
Participante B	Triste no que deu em São João de Itaperiú <sup>72</sup>
Participante D	Que tristeza esse povo da Turquia. O mundo está do avesso.
Participante A	Verdade 😞😞

<sup>70</sup> A participante A reagiu essa mensagem com um emoji de joinha.

<sup>71</sup> A participante A reagiu essa mensagem com um emoji de joinha.

<sup>72</sup> A participante D reagiu a mensagem com emoji de carinha triste.

Participante D	Noticiaram sobre a estrada dos suíços que está bloqueada, mas não está. Passamos agora a pouco por lá, e não haviam nem funcionários, nem placas...nada. isso q avisaram q iriam iniciar a partir de hj as 8h
Pesquisadora	E vc chegou a avisar que passou por lá e não tinha obra, (participante D)?
Participante D	Mandeí no BG mas n deu nada ainda. Meu genro passa cedo e tbm n havia nada
Participante E	Muito triste <sup>73</sup>
Participante F	Que absurdo é esse meu Deus a pessoa dizer que não viu que bateu em uma pessoa pior que não viu e nem ouviu misericórdia onde vamos parar com tudo isso que está acontecendo muito triste <sup>74</sup>
Pesquisadora	Oi pessoal, boa tarde.  Hoje foram exibidas mensagens de Whats sobre os estragos causados pela chuva em São João do Itaperiú e no bairro Petrópolis, passeio no rio Cubatão, Mirante de Joinville e provas de corrida, pessoas assistindo ao <i>Balanço Geral</i> , convite para exposição de arte, boas vindas para a família da Turquia. Algum desses assuntos vocês acharam mais interessante que outro?
Participante D	Sobre os estragos das chuvas em S J Itaperiu
Participante A	Todos foram bem relevantes e interessantes e impactantes também
Participante H	todos foram bem relevantes mais sobre a família da turquia foi bem impactante
Pesquisadora	Vcs chegaram a enviar alguma mensagem para o Whats durante o <i>Balanço Geral</i> hoje?
Participante H	eu não porque estava apenas ouvindo estava conferindo mercadoria que chegou de São Paulo
Participante F	Não <sup>75</sup>
Participante D	Sim, mas não foi ao ar <sup>76</sup>
Participante E	A vinda da família Turquia que eles encontrei a felicidade aqui
Pesquisadora	sobre a história da família da turquia, o que vocês acharam da pessoa

<sup>73</sup> A mensagem foi enviada em resposta ao comentário: Triste no que deu em São João de Itaperiú.

<sup>74</sup> Esta mensagem foi enviada às 14h03 e é referente a uma reportagem exibida durante o programa Tribuna do Povo, que é exibido na sequência do Balanço Geral. A mensagem teve duas reações com emoji de carinho triste dos participantes D e A.

<sup>75</sup> Em resposta à pergunta feita pela pesquisadora se haviam enviado mensagem pelo WhatsApp naquele dia.

<sup>76</sup> Idem 64.

	que mandou mensagem dando boas vindas para eles? <sup>77</sup>
Participante E	Legal da mais animo pro casal
Participante D	Excelente, pois nosso povo é empático e acolhedor. Bom mostrar este lado brasileiro de ser <sup>78</sup>
Participante H	na verdade o povo brasileiro e muito solidário
Participante D	Vdd
Pesquisadora	Boa noite, pessoal. Obrigada pela ajuda hoje. Amanhã continuamos.
Participante F	Boa Noite até amanhã
Pesquisadora (em áudio)	Viu, pessoal. Para mim é bem importante que vocês se sintam bem à vontade para comentar. Tem alguma coisa que vocês não gostaram, que alguma mensagem de WhatsApp exibida não fez muito sentido, que não agregou em nada. Então esse tipo de comentário para mim é bem importante que vocês façam. Que vocês sejam bem espontâneos e bem verdadeiros na opinião que vocês tiverem. Por exemplo, essa mensagem da família lá da Turquia, eu gostei por causa disso, daquilo...Ou outro assunto eu achei que não era pra estar no jornal, que não contribuiu. Então que vocês se sintam bem à vontade mesmo. Obrigada pela ajuda de vocês, nós estamos fazendo um ótimo trabalho.
Pesquisadora	Pensem que aqui estamos fazendo uma análise crítica do jornal. O que pode ser exibido no jornal que pode contribuir ainda mais com a sociedade de Joinville, que pode ser ainda mais importante, ainda mais interessante para os telespectadores. Aqui todo mundo sabe que é um trabalho acadêmico que está sendo feito, que vocês têm a identidade preservada. A gente não divulgar quem foi que falou, ou identificar as pessoas. Então esse é um trabalho que eu preciso mesmo que vocês opinem sobre aquilo que vocês estão vendo, sabe? Que vocês me digam se estão gostando ou não. Se a mensagem foi interessante ou não. Porque é nessa linha que a gente vai conseguir aprofundar e apontar caminhos que o jornal pode seguir que vão ajudar ainda mais a sociedade joinvilense como um todo. <sup>79</sup>
Participante D	Eu só não curto qd ficam mandando fotos da comida q prepararam p almoço, bolo p café da tarde e tals... parece q foge do foco q são as notícias
Pesquisadora	Obrigada, (participante A). A opinião de todos vcs é muito importante para a pesquisa <sup>80</sup>





<sup>77</sup> Participante A reagiu a mensagem com emoji de joinha.

<sup>78</sup> Participante A reagiu com emoji de carinho com olhos de estrela.

<sup>79</sup> Participante A reagiu com *emoji* de joinha.

<sup>80</sup> Participante D reagiu com *emoji* de joinha.

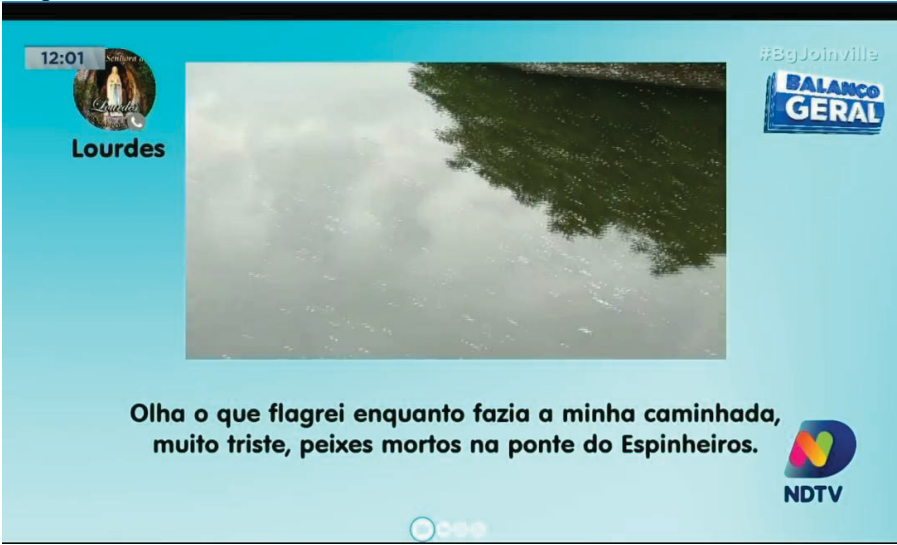
Terça-feira, 28 de fevereiro, de 2023<sup>81</sup>

Pesquisadora	Bom dia, pessoal. Podem ficar à vontade para comentar sobre as participações no WhatsApp do <i>Balanço Geral</i> .
Pesquisadora	Lembrando que é bem importante que vcs digam quais mensagens que vcs viram do Whats que vcs gostaram, acharam importante, ou aquelas que vocês acham que não agregam para os outros telespectadores.
Participante B	
Participante A	 já mandei uma msg sobre o tal auxílio mudança
Pesquisadora (áudio)	Vocês podem comentar aqui sobre a mensagem que os outros telespectadores estão mandando também, tá? Então o que vocês verem da opinião das outras pessoas, podem comentar aqui. Obrigada
Participante A	  sim até agora todos que mandaram foram bem coerentes
Pesquisadora	Como vc se sentiu vendo a tua mensagem ser exibida, participante A? E os colegas aqui do grupo o que sentiram ao ver a mensagem da (participante A) no ar?
Participante A	Fiquei muito satisfeita. Porque mando as msg para ajudar a expor o que a gente sente e gostaria que todos tivessem os mesmos benefícios.
Pesquisadora	E o que vcs acham de mensagens como a que a (nome da telespectadora) mandou agora mostrando a foto da filha com as colegas de escola?
Participante A	Penso que cada um pode mandar o que quiser as vezes até é bom pra dar um respiro com tantas notícias negativas

Quarta-feira, 1º de março, de 2023<sup>82</sup>

<sup>81</sup> Neste dia, os participantes enviaram mensagem apenas até 12h46. À noite, dois participantes enviaram no grupo imagens de “boa noite” e foram correspondidos com *emoji* de joinha e palavras de amém.

<sup>82</sup> Neste dia, os participantes C, E, F e A, além da pesquisadora desejaram “bom dia” no grupo. Acredito que a interação maior se deve ao fato de na terça-feira (28/2), após as poucas mensagens enviadas, a pesquisadora optou por usar técnicas utilizadas no dia a dia da redação para estimular a participação. A pesquisadora enviou individualmente mensagem para cada um dos participantes reforçando o quanto a participação deles estava sendo importante e agregando na pesquisa. Desta forma, incentivou que se mantivessem ativos no grupo. O participante G, que até então não havia enviado mensagem, afirmou que durante a semana estava em Itapoá, cidade vizinha a Joinville e onde o sinal da NDTV é instável. Mas que estava acompanhando pelas mensagens do grupo e que participaria do encontro presencial. Mesmo tendo conhecimento sobre a teoria do grupo de discussão, em que não é recomendado o direcionamento de perguntas, a pesquisadora, em consonância com o orientador, sentiu necessidade de, em certos momentos, fazer esse direcionamento com objetivo de aprofundar a

Pesquisadora	<p>Oi, pessoal. Viram essa participação da Lurdes sobre os peixes mortos? O que vcs acharam?</p> 
Participante A	Olá sim vi, penso que é estranho ser algo natural
Participante D	Com certeza tem algum poluente externo
Participante F	Sobre esse terreno cheio de mato e água parada isso já é antigo quando não é o mato por cima de uma calçada velha e quebrada é o lismo da chuva lugar complicado e perigoso pra se passar a pé
Pesquisadora	O que vcs acham da atitude desse telespectador que mandou sobre o terreno sujo, de fazer essas denúncias para a TV? Acham que pode ajudar resolver?
Participante A	Com certeza isso ajuda e muito quantas situações que foram resolvidas após passar na NDTV
Participante C	SOBRE OS PEIXES MORTOS NO RIO SERÁ QUE NÃO ESTÁO JOGANDO PRODUTOS QUÍMICOS NO RIO.
Pesquisadora	Vcs acham que tem alguma diferença entre uma reportagem feita pela equipe da TV e a mensagem do telespectador enviada pelo whats?
Participante B	Verdade que tristeza 🐱 <sup>83</sup>
Participante A	Ambas tem resultados mais ainda a reportagem tem resultado ou resposta mais depressa

discussão. O envio das mensagens individualizadas estimulando a participação teve resultados positivos, visto que os participantes se sentiram motivados a permanecer interagindo.

<sup>83</sup> Mensagem enviada em resposta ao WhatsApp relatando o encontro de peixes mortos em um rio.

Participante B	Eu também acho <sup>84</sup>
Participante B	São gente relachados jogam tudo em qual quer lugar.aqui n minha rua tem um terreno que eu vivo ajuntando lixo e garrafas de cervejas e latinha e pode de sorvete <sup>85</sup>
Participante F	Sim, acho importante que apareça na ndtv com certeza o problema é resolvido com mais rapidez <sup>86</sup>
Participante C	Eu acho que tudo que a imprensa falada ou escrita levar ao conhecimento das autoridades competentes tudo se resolve mais rápido, isso quando à interesse em resolver. <sup>87</sup>
Participante F	Vdd. Aqui no João Costa não está diferente o cemitério,muito mato muito vandalismo e nenhuma segurança muito triste 😞No túmulo da minha mãe já quebraram e roubaram 2 vzs
Pesquisadora	O que vcs acham dessas mensagens de denúncia que depois não tem resposta sobre o problema? <sup>88</sup>
Participante F	Quando a pessoa chega e denuncia é porque não aguenta mais e quando não se tem nem uma resposta eu acho que desanima muito
Participante A	Concordo com a (participante A) 🙌🙌🙌
Pesquisadora	E quando isso acontece vcs acham que foi alguma autoridade que não respondeu ou a TV que não perguntou?
Participante A	Eu penso que foram os responsáveis que não deram retorno
Participante F	Eu também
Participante B	Aqui na costa e Silva também está asim.o túmulo do meu esposo carregaram o metal da foto <sup>89</sup>
Pesquisadora	Qual assunto que veio pelo whats que vocês mais gostaram hoje no jornal?
Participante C	Dois assuntos muitos triste os trabalhadores trabalhando em péssimas condições lá no abrigo animal, o Sr. PEDRO precisando de uma nova casa.

<sup>84</sup> Mensagem enviada em resposta ao participante C que questionava não ser poluente a causa da morte dos peixes.



<sup>85</sup> Resposta ao comentário feito anteriormente pela participante F sobre os terrenos onde depositam lixo.

<sup>86</sup> Em resposta ao questionamento feito pela pesquisadora sobre a efetividade do envio de WhatsApp e a produção de reportagem.


<sup>87</sup> Participante A reagiu com *emoji* de joinha.

<sup>88</sup> A emissora havia acabado de exibir uma mensagem de WhatsApp em que o telespectador reclamava da falta de manutenção nos cemitérios e não teve nota pé com a resposta do poder público.

<sup>89</sup> Em resposta ao comentário da participante F relatando o vandalismo no túmulo da própria mãe.

Participante A	 também me impressionou estes assuntos
Participante F	O que mais me chamou a atenção realmente foi aqueles trabalhadores trabalhando naquelas situações deplorável muito triste em saber que existe esse tipo de coisa ainda <sup>90</sup>
Participante B	Verdade. Me deu uma dó <sup>91</sup>
Pesquisadora	peçoal, muito obrigada por hoje. Foi muito bom. Temos só mais dois dias para fazermos as análises. Estou verificando as possibilidades de lugares e horários para fazermos um encontro presencial na semana que vem. Assim que tiver as opções passo aqui para vcs e aí quem puder participar, vou ficar bem feliz 😊
Participante F	Ok 😊
Participante A	 😊
Participante E	Saiu do grupo <sup>92</sup>

**Quinta-feira, 2 de março, de 2023**

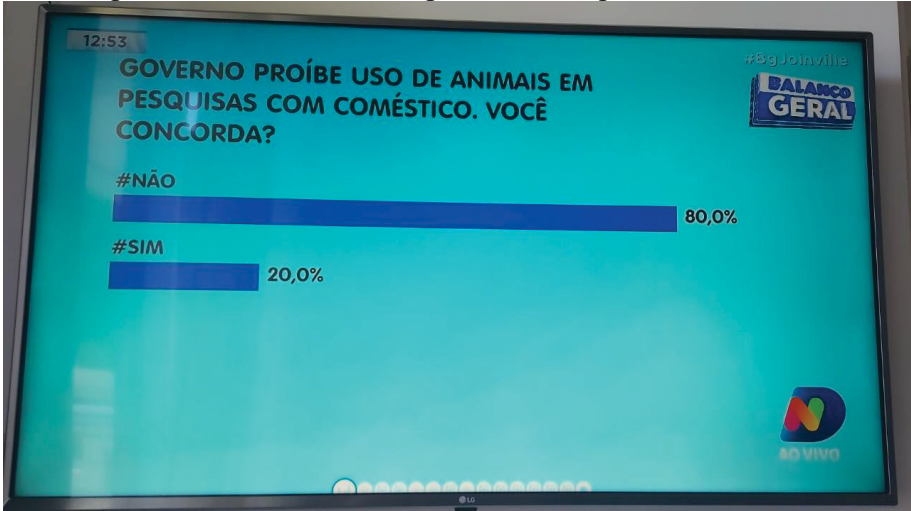
Participante G (áudio)	Ao pessoal da NDTV, eu gostaria de saber por que a NDTV não manda sinal para Itapoá. Só pega analógico e muito ruim ainda. Não tem um sinal legal pra Itapoá. Alguém poderia explicar o por quê?
Participante G	Eu Gostaria de saber o porque a NDTV Não transmite sinal para itapoá que não funciona digital sendo que a concorrente pega até sem  antena
Pesquisadora	Boa tarde, pessoal
Participante H	boa tarde
Pesquisadora	(participante G), eu não trabalho na NDTV. Faço especificamente essa pesquisa sobre a participação do público pelo Whats. Sugiro que você envie essa pergunta diretamente para a NDTV, pelo número do whats deles. <sup>93</sup>
Pesquisadora	O que vcs estão achando das participações hoje? Tem enquete, né?

<sup>90</sup> Participante A reagiu com *emoji* de carinha triste.

<sup>91</sup> Em resposta ao comentário do participante C.

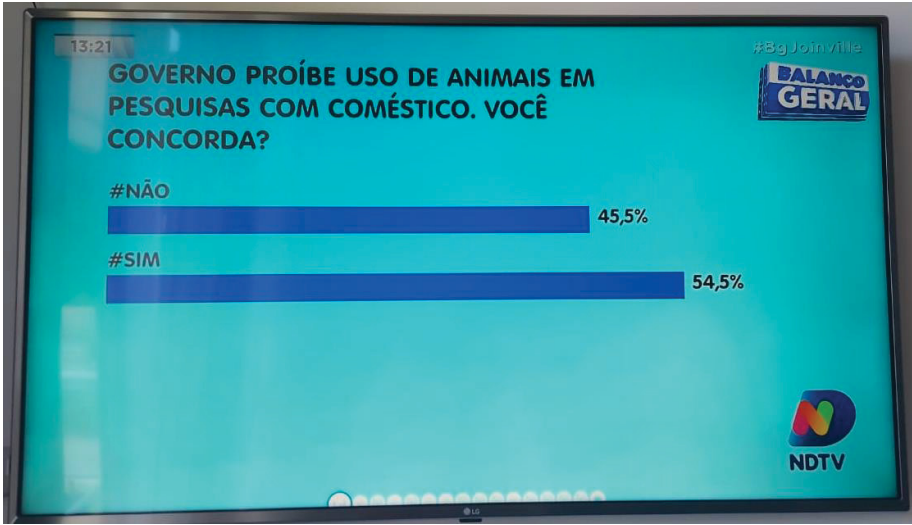


<sup>92</sup> A participante E saiu do grupo. Tentei contato para saber o motivo, porém não obtive retorno e como explicado aos participantes desde o início, eles tinham total liberdade para deixar a pesquisa a qualquer momento, sem qualquer prejuízo ao telespectador.


<sup>93</sup> Em resposta ao questionamento enviado pelo participante G sobre o sinal da emissora.

Participante D	N estou em casa hj e n consigo assistir 🤦
Participante G	To sem sinal aqui em itapoá
Participante A	😞 perdi essa <sup>94</sup>
Participante A	Seu (participante G) segue o contato da NDTV <sup>95</sup>
Pesquisadora	A Sabrina comentou que tem enquete sobre teste de produtos em animais. Vamos ficar de olho 👁️ Pra ver se vai ter mesmo
Participante A	👍
Participante H	👍
Pesquisadora	Olha a (participante A) no ar 🙌🙌🙌
Participante A	😊😊
Pesquisadora	Qual a opinião de vcs sobre essa parcial da enquete? 
Participante A	Não concordo
Pesquisadora	Vcs acham interessante saber a opinião das outras pessoas que estão assistindo o jornal também?
Participante A	Sim
Pesquisadora	Foi uma virada o resultado da enquete, né?

<sup>94</sup> Em resposta ao comentário da pesquisadora falando sobre a enquete.

<sup>95</sup> Auxiliando o participante G a conversar diretamente com a emissora sobre o sinal em Itapoá.

	
Participante A	
Participante F	<p>A respeito da coleta do lixo, aqui na minha rua sempre passa depois do meio dia e terça feira passou quase 4 horas da manhã. Tá muito esculhambado esse serviço</p> 
Participante A	Aqui está em ordem sobre a coleta de lixo
Pesquisadora	E vcs comentaram sobre esses temas abordados hoje com alguém aí da casa de vcs ou com amigos?
Participante A	Eu moro com minha mãe ela tem 95 anos e neste horário ela dorme o soninho da beleza
Participante H	sobre a enquete eu também concordo. eu mandei mensagens pra o BG sobre os ônibus o motorista para muito longe da parada agente que tem problema nos dois joelhos dificulta pra embarcar mais não foi ao ar
Pesquisadora	E qual o sentimento que fica quando eles não exibem a mensagem?
Participante H	a eu entendo porque não tem como colocar no todas as mensagens

Participante A	Manda de novo quem sabe eles mostram na Tribuna do Povo
Participante H	mandei
Participante A	
Participante C	Aqui na minha rua no Parque Guarani a coleta está normal.
Pesquisadora	o que será que pode estar causando essa situação da coleta em alguns lugares?
Participante A	Realmente é muito estranho
Participante H	porque uma moradora do Jardim Paraíso também falou que não teve coleta eu moro no Jardim Paraíso na rua Calisto no condômino Rubia caiser B ate ontem estava normal
Pesquisadora	Será que aconteceu alguma coisa essa semana que pode estar gerando esses atrasos?
Participante A	Não tive nenhuma informação sobre este acontecimento
Participante H	eu também não porque e muito estranho porque segundo as reclamações

**Sexta-feira, 3 de março, de 2023**

Pesquisadora	Hoje é o nosso último dia de análise das participações pelo whats do <i>Balanço Geral</i> aqui no grupo. Então aproveito para reforçar o pedido que vocês fiquem bem à vontade para comentar sobre os assuntos 🙏
Participante H	que pena e muito bom mandar mensagens receber mesmo agente não conhecendo as pessoas
Participante H	pois tenho certeza que São pessoas de bem mais que Deus continue abençoando a todos
Pesquisadora	mas vamos tentar nos encontrar pessoalmente para conversarmos e manter contato. Oi, pessoal, fiquem a vontade para comentar bastante hoje 🙏 Conto muito com a ajuda de vcs
Participante F	Olá tem bastante gente fazendo reclamação da coleta do lixo passou agora na TV. Então não é um problema só aqui na zona sul
Participante D	Na minha rua a coleta tem passado. Moro na divisa do Costa e Silva e Santo Antônio
Pesquisadora	Pois é, ontem eles falaram sobre e hoje voltaram a falar

Participante H	na rua Calisto aonde eu moro a coleta está normal
Pesquisadora	Viram a foto dos alunos com a Tábata e o Bolasha? <sup>96</sup>
Participante H	sim
Pesquisadora	E o que representa essas fotos do público com os repórteres para vcs?
Participante H	estou ligada no BG eu acho muito importante o público e os repórteres Unidos principalmente quando passa na NDTV. eu sinto muita saudade da hora da venenosa saudade do polito marta bere e judite nada contra o ver mais maia eu prefiro a hora da venenosa
Participante D	Os furtos em geral precisam ser erradicadas c rigor Que legal audiência do Canadá
Pesquisadora	Mais alguém gostou da foto do telespectador que está assistindo do Canadá?
Participante D	Que top os desenhos das crianças retratando os pontos turísticos e as belezas de nossa cidade. Lindíssimos!
Pesquisadora	Verdade, lindos
Participante A	Sim lindos mesmo
Pesquisadora	Vcs lembram de assuntos que conversamos aqui essa semana e foram exibidos no whats do <i>Balanço Geral</i> da NDTV? Tem alguma coisa que mais marcou na memória de vcs?
Participante D	Sobre a conscientização referente ao lixo que o povo deposita em locais proibidos. Acho que suma importância.
Participante A	Sobre os trabalhadores do bem estar animal
Participante D	Assunto na vdd q nem deveriam ter q comentar, pois, é dever de cada cidadão em se preocupar com o meio ambiente e organização
Pesquisadora	Obrigada a todos pela ajuda nesta semana. A participação de vocês foi muito importante. Vou reservar a sala para o nosso encontro presencial e aviso vocês sobre o endereço. Peço um esforcinho de vocês para participar desse encontro presencial. É uma parte bem importante e fundamental para a pesquisa. E vai ser legal a gente se encontrar para se conhecer pessoalmente.

Fonte: a autora

<sup>96</sup> Repórter e cinegrafista da NDTV. A foto havia sido feita naquele mesmo dia enquanto aguardavam para entrar em um vivo próximo de uma escola. Um grupo de alunos fez a foto e mandou para a TV pelo WhatsApp.

**Apêndice 2** - Transcrição da conversa do grupo de discussão presencial, realizada em uma sexta-feira, dia 10 de março de 2023, entre 8h e 10h30, em uma sala de reunião de um *coworking*, no Centro de Joinville. A data e local foi definida a partir do diálogo entre pesquisadora e participantes do grupo de discussão e se deu neste local por ser um espaço com localização de fácil acesso para quem precisou utilizar o transporte coletivo. Além disso, por não ser em um local privado, os participantes se sentiram mais seguros e à vontade em participar do encontro.

**Pesquisadora:** Então gente, como a gente estava conversando naquela semana ali pelo Whats. Me pareceu que aqueles assuntos que estão mais no nosso dia a dia, por exemplo aquela questão do vandalismo no cemitério, ou às vezes, alguma questão mais relacionada a coisas que a gente vive no dia-a-dia parece que chama mais atenção dos telespectadores na hora de participar. Não sei se isso é uma das coisas que para vocês também chama mais a atenção.

**Participante F:** Eu acho que sim, né? Porque através dali, tipo eu agora tô só dentro de casa. Não trabalho mais fora. Pedi a conta para cuidar dela. Então é através do noticiário da televisão que a gente fica acompanhando o que está acontecendo na cidade, na região próxima. E essas coisas de vandalismo, roubo são coisas pesadas, chatas, né? Só que faz parte do dia a dia da gente, né? Então tá ali..não tem como... tem que tá atualizada, né? Independente se é notícia boa ou ruim, né? Então é através, dali, a hora que eu largo tudo, sento e saio dali quando termina. às vezes até o meu marido fica ‘acho que não é bom porque’... às vezes, principalmente segunda-feira, que tá tudo tão pesado, né? E ela fica comigo, né? Eu digo mas não tem outro meio... quando tu tá na rua trabalhando, tá sempre por dentro de uma coisa ou outra, mas... eu acho ali bem importante ver o que passa na NDTV, no *Balanço*, no Furlan, a Keltryn já é mais entretenimento, né? Mais pra tu dar uma aliviada, mas eu acho bem legal, bem interessante. Não sei, né? A minha opinião... eu gosto, assisto todos os dias, só quando não posso mesmo que não tô em casa, ou se é um lugar que não tem a TV, né? Mas eu sempre tô participando, mandando mensagem do que dá.

**Pesquisadora:** E esses assuntos mesmo que são do dia a dia, como a falta de segurança, é o que mais chama a atenção de vocês?

**Participante F:** Sim

**Pesquisadora:** Para vocês também?

**Participante G:** Pra mim eu acho que o que chama bastante a atenção na TV é quando trata-se de Pet. Hoje Pet é tudo, né, para certas pessoas. Pra mim não altera em nada porque não altera em nada, porque nem tenho em casa. Mas eu vejo que é passa uma notícia de Pet que então: comentários muitos. Femicídio. Também. Comentários são grandes. Então partiu para a segurança pública, partiu para a Educação ou partiu pra essa área de Pet aí... mudança de trânsito, muitas opiniões. E é bom, é válido, né? Tem muitas mudanças de trânsito que às vezes a gente acha absurda hoje, mas amanhã é tão normal que... eu lembro quando começou por exemplo o... a vão mudar a Getúlio Vargas. A getúlio Vargas vai virar binário. Vai descer pela Getúlio Vargas e vai subir pela São Paulo. Meu Deus, parecia que Joinville ia desabar. Isso não vai dar, como é que funciona? A Getúlio Vargas vai e vem, todo mundo passa ali. Hoje é tão normal, mas foi muito comentário. Mudança de trânsito é uma coisa que...

**Participante F:** Perturba bastante.

**Participante G:** Perturba e mexe com a população toda, né?

**Participante F:** Principalmente quem tá no dia a dia na rua, no trânsito. Gente que não conhece às vezes direito os lugares. Eu acho que isso aí também é uma coisa que...

**Participante G:** Então, mudança de trânsito é um ponto que mexe com a cidade. Claro que a gente não sabe até quanto que pode se gastar numa prefeitura, né? Mas tem coisas que a gente tá vendo... às vezes é ligação de uma ponte. Há, mas o problema é essa ponte, o problema é fazer essa ponte. A... mas, meu Deus, né? Por exemplo, tamo indo no binário do Ipiranga pra lá, né? Se tivesse uma outra rua acompanhando, que só falta ligar alguns pontos ali, por ali na ABB, para ligar na Papa, a mas daí tem aquele morro lá, vai ter que indenizar as casas. Eu fui para o Rio de Janeiro esses dias atrás e quando cheguei na baixada lá eu coloquei no GPS porque eu ia pra Jacarepaguá e ele jogou que a 12 quilômetro eu ia pegar para a direita. Daí eu disse, não, peraí, a 12 quilômetro eu sei que ali é boca quente, é muito lugar de favelado, sabe? Eu me surpreendi. Simplesmente onde que era favelão, hoje tudo avenida de cinco pista pra ir, cinco para voltar que vai lá naquela área que foi feito Vila Olímpica. Até lá. Que dizer, desmontaram prédio, desmontaram tudo e fizeram, às vezes Joinville não tem dinheiro pra comprar uma ponte. Mas eu fico pensando como é que daí eles fazem isso. Eu, por exemplo, fui caminhoneiro a vida toda. Eu vi construir o anel viário de Belo Horizonte. Eu vi eles construírem o anel viário de Curitiba. Eu vi eles construírem o anel viário de São Paulo. Então é assim... mas ali tem um prédio de quatro andares... derruba-se tudo. Eu não sei de onde vem o dinheiro. Pra cidade às vezes a gente vê que ligar uma ponte. Eu por exemplo, eu moro no Aventureiro. Mas às vezes o pessoal do Jardim Paraíso para sair, só tem uma ponte. Se eles fazem uma ponte mais em cima ali, que sai no Jardim Sofia, ou que sai no aeroporto, pronto, acabava o problema. Mas o problema é: falta ponte. Então se sair comentário sobre ponte, isso vai explodir porque Joinville tá precisando de ponte. Na verdade precisava fazer uma ponte aérea porque alaga tudo (risos de todos os participantes). Tem que fazer uma ponte aqui no Centro.

**Pesquisadora:** Então daria para a gente dizer que os assuntos que chamam a atenção são aqueles que interferem na vida das pessoas?

**Participante G:** Exatamente, é o trânsito, é uma ponte, uma área de saúde mexe muito com as pessoas. E como eu digo, hoje, o feminicídio mexe muito com as pessoas porque ninguém admite, né? E sobre droga. O mundo já tá perdido. Então nós temos que pedir a Deus que nossos filhos não se envolvam com isso, né? Mas consertar vai ser difícil. Porque deixaram chegar nesse ponto. E como eu falei, Pet. Pet então todo mundo tem em casa, então todo mundo adora. Mexeu em Pet, então tod mundo... comentário. Quando eu tô em casa, eu fico atento ao todo. A, mas é uma opinião sobre um acidente. A pessoa nem sabe o que aconteceu no acidente, mas ele já (gesto com a mão de resolução, quando bate uma mão na outra) mete o pau no motorista. Mas será que foi problema do motorista? Será que foi problema do motorista? Às vezes eles querem culpar uma pessoa que não tem nada a ver... Porque todo acidente é falta de descuido de um dos dois. Alguém errou. Eu sempre digo: alguém errou. Agora por que que tem esse comentário? às vezes um comentário desnecessário. E fica lá só fomentando. Mas tem coisa que a gente tá vendo que é assim mesmo. Então existe muitos comentários que se dá no caso do Facebook daria like no caso. A, curtiu, gostou, tal. Mas tem outros que não dá nem vontade de ler porque a gente já tá vendo que não é isso ali. Quando tem um jornalismo sério, aí dá gosto. A partir da hora que você tá vendo que não é sério, desestimula em tudo. Isso é na nossa vida, é em tudo. Aconteceu qualquer coisa ali, mas não é um negócio sério, não é verdade o que aconteceu. Eu sei porque aconteceu comigo. Eu fui assaltado esses tempos pra trás e inocente eu tomei quatro tiros. Inocente. Simplesmente porque eles vieram pra levar meu caminhão. Mas

o comentário que foi já era outro: mas eles não queriam o caminhão, isso aí é outra coisa...isso aí tem outro problema. Isso aí ninguém vai levar quatro tiros por causa de um caminhão. É o tal do jornalismo sério. Chega uma pessoa e ô seu (nome do participante) que sei o que aconteceu com o senhor. Mas o cara que mora aqui em cima, ele tá espalhando pra todo mundo que não é que os caras queriam o caminhão, o seu caso é outra coisa. Porque ninguém vai roubar o caminhão e atirar numa pessoa pra roubar o caminhão. Eu disse "opa".

**Participante F:**Comentários maldosos, né? Tem bastante, né?

**Participante G:** Enquanto que a verdade prevalece, tudo é bom.

**Pesquisadora:** Lá no Whats da TV chega de tudo. Vocês avaliam que é importante ter alguém que faça essa avaliação?

**Participante G:** Tem que ter.

**Participante F:**Essa classificação, porque se não pode ir pro ar uma coisa que não aconteceu. E a pessoa não ter a oportunidade de mandar se justificando alguma coisa e ficar naquilo. Quantas mil pessoas tão ali na frente, assistindo, prestando atenção? Então fica uma coisa...

**Participante G:** Eu gostei da NDTV quando por exemplo essa matéria do assalto eu fui ao ar. Eles não botaram nada no ar sem saber primeiro o que tava acontecendo. Quando eu melhorei, eu tava um pouco melhor em casa, eles me procuraram. O seu (nome do participante), podemos conversar? Eu disse que podemos. E eles perguntaram o que foi que houve. Eu respondi que aconteceu assim, assim, pronto. Foi pro ar aquilo que tinha acontecido, entendeu? Lá na matéria. Agora se eles pegam uma matéria lá de qualquer coisa, a gente olha e pensa, poxa vida, isso não é verdade. Se eu mando uma mensagem lá dizendo que nós estamos aqui, mas eu não gostei de uma pessoa, por que vai colocar uma matéria dessa no ar? Não tem nada a ver, então deleta. Agora nós estivemos numa reunião, aproveitamos para discutir isso e isso, ó, já é válido, pronto. Então, enquanto for um jornalismo sério, ele tá valendo para todos.

**Pesquisadora:** Tem como vocês dizerem para mim qual é o assunto que vocês gostam de comentar?

**Participante B:** Eu gosto de comentar quando eles dizem: mande a sua mensagem, tal. Eu acho muito importante. Quando tem coisas que eu vejo que são importantes e tão no meu alcance, eu falo. Igual falaram lá que fizeram vandalismo no cemitério. Tiraram lá o negócio do meu esposo. Tá só a foto. Eu acho isso aí um absurdo. Muitas coisas diversas que a gente assiste e pode compartilhar. Eu gosto muito. E outro dia eu tava passando numa passarela que eu tava andando com a minha cachorrinha e eu fui filmada. Eles perguntaram se o dinheiro traz felicidade, eu comentei e passou. Eu achei muito importante, as minhas amigas também comentando que eu tava ficando famosa. Eu disse não, eu acho que não é famosa, é uma coisa importante para muitos entender e ver. O dinheiro traz felicidade para mim porque eu não ando em bar bebendo, né? Essas coisas. Não saio do bar atropelando e matando. Isso aí não traz felicidade. Pra mim, que não faço isso, o dinheiro traz felicidade. Aí então eles gravaram tudo certinho pra passar na TV. Daí o apresentador falou: eu tô com a dona (nome da participante) porque ela tem razão. Aí não sei se foi a Keltryn que falou sobre relacionamento. Eu achei muito importante também. Aí eu comentei também que eu tive um relacionamento em 2017 e ele veio já por interesse. Aí a Keltryn falou: verdade, tem que cuidar muito sobre isso, porque só tem isso. Então eu achei muito importante a gente falar, eu achei maravilhoso.

**Pesquisadora:** Para vocês então é importante poder se expressar.

**Participante B:** Isso.

**Participante F:** Quando é uma coisa legal, né? E realmente acontece. É uma coisa que como diz o outro: não é só pra tá aparecendo.

**Participante B:** não, não. É importante.

**Participante F:** É uma coisa válida, né, o que eles estão perguntando. E se eles estão perguntando é porque eles também querem saber, né? Então você entra e fala o que está acontecendo comigo (ênfase no comigo), no meu relacionamento, no meu casamento de quase 30 anos. Eu já participei da Keltryn várias vezes, quase todo dia, principalmente às quartas-feiras que é sobre relacionamento. Parece que ela tá sempre falando pra mim. Porque fui mãe agora aos 42 anos, depois de ter três netos e 29 anos quase de casamento, meus filhos todos casados. Meu bebê de casa tem 23, daí veio ela agora com três. Quando ele ia fazer 21 anos, descobri que tava esperando ela. Não querendo mais ter filho, cuidando pra caramba, sabe? Então assim são coisas que quando ela pergunta realmente aconteceu comigo. Então eu acho legal dar a minha opinião ali, o que acontece comigo, na minha vida, não talvez de alguém que eu conheça. Nem sei se é de fato real, ou coisa assim, né? Então assim do programa dela eu participo bastante porque é assunto que parece que veio pra mim. Na Sabrina quando acontece alguma coisa. A situação do cemitério já aconteceu comigo. Duas vezes o túmulo da minha mãe foi quebrado, roubaram coisas, só deixaram a foto mesmo porque eu acho que pra eles não tem valor, é uma porcelana. Faz cinco anos, é um absurdo, mas faz cinco ano que não vou no túmulo da minha mãe por medo, porque é ali no Itaum, na rua Kesser Zattar. Ali só entra se tu tiver acompanhado com alguém. Se o meu marido puder acompanhar. Eles mesmo já pediram pra que mulher não fosse sozinha e não levasse criança. A minha irmã agora, uns vinte dias atrás, e geralmente a gente tá lá velando o corpo da pessoa, né? (mamãe, mamãe - a mamãe tá conversando agora. O que que vocês quer? Suco, um pãozinho, você quer um pãozinho? Você vai papar? Pega só unzinho então, é só um pequenininho pra ver se você papa. *Interferência durante o discurso, diálogo entre mãe e filha, que tem três anos*) eeee então o próprio segurança, segurança não, a pessoa que faz lá a reforma dos túmulos, essas coisas, pediu para que eles fossem pra casa durante a madrugada, trancassem a casinha lá onde fica velando o corpo, e voltasse só de manhã. Ele não podia fazer nada e não era pra eles ficarem ali, principalmente se fosse um velório com poucas pessoas, porque é muito perigoso. Diz que eles fazem assalto, levam tudo, se bobear levam até o defunto.

**Pesquisadora:** Esse tipo de assunto então para vocês é interessante?

**Participante F:** Eu achei interessante, porque também foi uma coisa que aconteceu comigo. Então assim, é verdade, é a realidade e aconteceu comigo. Realmente, agora vai entrar pra seis anos que eu não vou mais no túmulo da mãe porque eu não tenho uma pessoa pra me acompanhar. Eu ia com a minha irmã sempre, aí ela foi embora pra Campo Alegre. Então eu falei, sozinho, ou só eu e ela (a filha pequena), me desculpa, mas eu não vou mais. cada vez que eu quero ou posso ir, o meu marido nunca pode levar. E eu tenho medo, ainda mais agora com ela. Então é assim, uma realidade do dia a dia, o Itaum, o cemitério ali tá... desde a entrada. Ninguém vai, parece que nem o portão fecha mais. A cabeleireira que mora ali na rua, a gente se conhece há muitos anos, ela me mandou uma foto. Porque ela tem medo, ela tem o salão.

Como ela disse, o portão, antigamente, era fechado. Ele tinha um horário para fechar e abrir. Hoje não abre, não fecha, entra quem quer.

**Participante G:** Se bobear nem o portão tem mais.

**Participante F:** Se eu não tô enganada, ele era aqueles de ferro. Só que não sei se com o tempo, ou o que foi... sei que agora fica aberto direto. Até saiu uma matéria agora no Furlan. Eles tiveram lá fazendo a reportagem. Realmente tava cheio de mato. Até tentei ver se eles tavam perto de onde a mãe tá. Mas não tem nem como, meu Deus, pior do que eu imaginava aquilo lá. E é pertinho de casa. Eu moro passando o terminal já, mas eu não me encorajo entrar lá dentro sozinha. E acho que não é só ali. Tá em todos. Na semana que passou tavam reclamando daquele que tem ali, acho que no Iriú, né?

**Participante G:** São Sebastião.

**Participante F:** São Sebastião, é lá né?

**Participante G:** É.

**Participante F:** É complicado.

**Pesquisadora:** E para o senhor seu (nome do participante), quais os assuntos que o senhor gosta de comentar?

**Participante G:** O que eu posso dizer? Todos são importantes, né? Eu gosto de optar sobre trânsito, né? Para falar sobre política, tem que ser com quem entende de política, né? Eu não entendo. Então como é que eu vou entrar num assunto, né? Eu sei o que é certo e o que é errado.

**Participante F:** Pra entrar ao vivo ali e comentar é complicado.

**Participante G:** É

**Participante F:** Por isso que política e religião é dois assuntos que é complicado. Você fala alguma coisa ali que você acha que é legal, pra ti é bom. Tem gente que não concorda, tu arruma uma inimizade. Ou sei lá, quem sabe até alguma coisa mais grave. E sobre acidente, eu entro e dou a minha opinião porque meu esposo também foi motorista de caminhão por muito tempo. Hoje que ele mudou a profissão e é segurança. Então quando passa acidente que dá morte, ele tem pra ele, quando ele assiste, que é muita imprudência. Porque assim, quando ele trabalhava, freio, essas coisas que você pode deixar pra alguém fazer, ele nunca deixou alguém fazer por ele. Ia mais cedo para a empresa, então coisas que eram pra segurança dele, ele passava o dia lá mexendo no caminhão que era dele. Porque nunca confiava em ninguém pra mexer.

**Participante B:** A respeito do chama que vou<sup>97</sup> é muito bom, porque muitas coisas que tão lá, eu acho que nem a Prefeitura sabe e eles vão lá e resolvem logo. Depois, o público manda mensagem agradecendo que a Prefeitura foi lá e já resolveu. Eu acho isso muito importante

---

<sup>97</sup>Me chama que eu vou é um quadro exibido dentro do Balanço Geral Joinville, com reportagens sobre os problemas da comunidade, a partir de pautas sugeridas pelo público, tanto pelo WhatsApp, quanto por ligação telefônica.

**Participante F:** Eu até quero fazer um convite pro Furlan. A NDTV já me mandou umas quatro mensagens que queria fazer aquele Tribuna na minha casa<sup>98</sup>. Mas meu marido não quis. Daí por último eu fiquei com vergonha, porque eu não sabia mais o que falar. Pra mim não tem nada a ver porque participando você já tá se expondo, né?

**Participante G:** Sim, sim.

**Participante B:** Sim

**Participante F:** Se manda uma opinião, às vezes uma foto, que às vezes eu mando da minha menina, tá aparecendo tua casa. Mas ele disse que não quer, que é pra continuar assim como tá que tá legal. Daí agora, onde eu moro tem dois terrenos, o terreno de cima enorme, só criando lixo e mato que é pra dá confusão com os vizinhos que sempre tem aquele que realmente não é pra jogar. Mas se eu vejo, eu não tenho coragem de ir na sacada, o moço tu não joga aí. Eu tenho medo, sabe. Porque é igual eu te falei, hoje a gente não pode chegar aqui e falar qualquer coisa. Não sei, não tem conhecimento. Entende? Aí tu fica com medo. Eu fico só olhando. Aí agora meu marido disse pra chamar o Furlan que já que ele quer vir aqui, ver como que a gente vive, vamos mostrar essa situação. Aí eu disse, a agora tu quer que ele venha. Porque antes assim, tinha uma academia<sup>99</sup>, um parquinho, o vandalismo tomou conta. Quebraram, fumavam maconha, usavam drogas, foi se deteriorando e ninguém fez nada. Encheu de mato, os brinquedos devem estar lá por baixo, de certo tudo podre, né? Que era só roçar aqueles dois terrenos que são da Prefeitura. Enormes. A princípio é pra sair uma creche, um posto policial, uma academia pra idosos, é pra sair tudo, mas eu tô 23 anos ali e nunca saiu nada. Saiu o parque que eu nem sei se foi a Prefeitura, quem foi que colocou lá, que acabaram com tudo. Os meus outros filhos eram tudo pequenininho ainda e agora são tudo casado. Aí eu convidei. Ele disse manda um Whats lá pra TV pra gente agendar que eu quero ver se a gente consegue fazer isso na próxima semana. Se ele vem, pra mim seria bem interessante, seria duas partes de terra da Prefeitura que ia acabar com aquele lixo e mato e ia fazer algo que trouxesse benefício pro bairro também, né? Porque atrás tem um CEI<sup>100</sup> enorme. Então assim, fica uma coisa legal. Porque assim, dois terrenos, talvez assim como ela falou, a Prefeitura nem sabe que tá lá parado. É deles, mas quanta coisa que o prefeito, o pessoal da assessoria tem que cuidar ali, às vezes nem sabe, né?

**Pesquisadora:** E esses assuntos que as pessoas comentam no WhatsApp, vocês chegam depois a falar com alguém? Por exemplo, aquele caso do casal que veio da Turquia.

**Participante F:** Eu conversei com o meu esposo depois que ele chegou do serviço. Aí ele disse que também tinha assistido um pedaço. É interessante, porque isso foi recente que aconteceu lá uma tragédia. E eles conseguiram vir pra cá, com filho, se estabelecendo. Que bom se todos que estivessem lá pudessem ter essa oportunidade.

**Participante G:** Eles tão se estabelecendo já.

---

<sup>98</sup>Tribuna na sua casa é um quadro exibido no programa Tribuna do Povo, que vai ao ar logo após o Balanço Geral. Nesse quadro, o apresentador visita a residência dos telespectadores, toma café, experimenta alguma comida diferente e conversa para saber mais sobre a vida da pessoa. Quadro popular com objetivo de aproximar o programa dos telespectadores.

<sup>99</sup>São academias ao ar livre, instaladas pelo poder público em parceria com empresas.

<sup>100</sup>Centro de Educação Infantil da Rede Municipal de Ensino.

**Participante F:** Eu converso principalmente com ele. Porque daí ele tá em casa comigo, né? Quando eu vou na casa de um parente, comento também alguma coisa, às vezes desce no mercado. E isso aí também foi uma coisa muito comentada, né?

**Pesquisadora:** E vocês (outros participantes) comentam também?

**Participante G:** Eu comento bastante com a minha esposa. Pena que ela não assiste, porque ela trabalha em horário normal, mas quando chega em casa eu comento bastante sobre o que aconteceu, quando é algo que interessa pra gente, lógico né? O programa da Ketryn, que você falou, né? É um programa que eu já não assisto.

**Participante F:** Keltryn. Meu esposo também não assiste.

**Participante G:** Porque é um programa mais voltado para as mulheres. Eu percebo assim, né? Como eu tô em casa sozinho, chegou a hora dela, não é que eu não goste dela, não goste do programa, é que pra mim não adianta eu vê alguma coisa e eu comento com a minha esposa depois de tempo. Então é onde que eu acabo desligando, né? O que me chama bastante a atenção é o Matheus, né? O Matheus leva jeito pra tudo, né? Quer dizer, todos que trabalham ali sempre levava jeito pra tudo, né? O Matheus é assim bem simpático, leva as coisas mais na brincadeira. Ele já teve lá em casa duas vezes, ou três... duas vezes. Então ele sabe fazer as coisas na hora certa e falar a palavra certa. E outra coisa, não só pra reportagem. Pra outras coisas as palavra dele é sempre medida. Por mais brincalhão que ele seja, mas as palavras dele é tudo medida, né? Às vezes eles estão sabendo, mas só coloca se tiver certeza. Eu lembro quando o Nilson Gonçalves fazia o programa e teve um acidente com um NH Volvo, mas o documento não marca um caminhão, cavalo mecânico Volvo, ele marca como trator. Daí eu vi que o Nilson fez aquele programa, entregaram pra ele a matéria e ele foi passar e ficou em dúvida. Ele disse: espera aí, um trator, eu não tô entendendo. Ele disse aqui tá a foto de um caminhão Volvo e tão dizendo que é um trator.

**Participante F:** Mas esse conserto ele fez ao vivo na TV.

**Participante G:** Ele fez ao vivo, é. Daí eu liguei pra lá. Eu liguei e disse que o Volvo não marca caminhão, ele marca trator. Pq na época a Volvo começou com tratores, na verdade, então eles queriam lançar caminhão, mas eles só conseguiram liminar pra lançar o mesmo caminhão com a marca trator. Hoje em dia, se você olhar, ele vai marcar cavalo mecânico trator. Então depois ele me retornou: você me tirou de uma... é trator... mas como? Eu tô vendo uma coisa e tô divulgando outra. Então o que a gente pode consertar, conserta. Então é como eu digo, enquanto o jornalismo for sério... Agora o pior é tu ver avisando uma coisa que não existe. Até hoje a gente não vê, mas se fosse de jogar<sup>101</sup> tudo que vai pra lá, meu Deus, isso viraria uma coisa de...

**Participante F:** Mas o programa do Furlan hoje é bem diferente da época do Nilson e do Moreira. Desde a época do Nilson, quando dava pra participar, eu era mais de assistir e comentar em casa o WhatsApp eu comecei a mandar agora, faz um ano e pouco. Mas é bem diferente o Furlan fazendo a reportagem, conversando ali com o povo, que o Moreira e o Nilson. O Furlan já conversei lá na rádio uma vez. Ele tem as palavras mais... uhm...

**Participante G:** Mais taxativa.

---

<sup>101</sup>Colocar no ar/exibir ao vivo durante a programação.

**Participante F:** Mais taxativa. Ele deixa mais de lado aquele lado brincalhão, principalmente ali na televisão. É taxativo no que ele fala. Não tem brincadeira, a matéria é séria. Aí quando é hora de se entreter que ele pede ali, mas é bem diferente. O programa tem mudado bastante.

**Participante G:** É que o Nilson ele fazia o programa dele mais na base da brincadeira porque o programa ele dizia que era dele, na verdade. Ele tinha parceria em tudo, então ele se sentia mais à vontade

**Participante F:** Mais a vontade, mais brincalhão.

**Participante G:** Hoje não. O Furlan ele trabalha mais tecnicamente. Ó você vai falar sobre isso, pronto. É sobre isso que ele vai falar, até pode alterar algumas palavras, né?

**Participante F:** Dá bastante opinião.

**Participante G:** Sim, opinião dele.

**Participante F:** Ele fala a minha opinião, o meu ponto de vista, a gente presta atenção no que ele tá falando, né? Ele tá sempre dando um complemento da matéria

**Participante B:** Na verdade, esse canal NDTV eu acho melhor entre todos. Todos fazem um trabalho maravilhoso, mas é difícil eu mudar de canal. Eu não assisto outro.

**Participante F:** A única TV que entra depois das 8 horas lá em casa é a Globo porque eu assisto a minha novela, né? Eu assisto, o marido assiste. Mas meio-dia é o horáriozinho que eu também tenho de parar o serviço, ela (a filha) tá quase dormindo e é as coisas que acontecem aqui do dia a dia, pra gente tá informado, né? Principalmente pra mim que não trabalho fora agora. Querendo ou não, a gente sempre fica informado é um acidente, alguma coisa que vai ter na cidade, algum evento.

**Pesquisadora:** Pelo o que eu percebo aqui da nossa conversa, vocês se sentem próximos da TV.

**Participante G:** Próximos.

**Participante F:** Com a ND tem dias que eu choro pra caramba. Coisas assim que parece que tocam. Principalmente pessoas quando tão pedindo ajuda. Eu já ajudei. Ajudei aquela família de Araquari que tem o casazinho das crianças lá na maca que moravam em dois cômodos e agora fizeram uma casa bonita. Ajudei com um pouquinho, fizemos um PIX. Mas aquele dia eu chorei. Tem muita matéria que assim, me entristece o dia inteiro. Mas é que assim às vezes você quer ajudar, mas o meu marido fala que se todo mundo fizer a parte que nós estamos fazendo já tá ótimo. Então tem coisa que mexe tanto que me estraga o dia inteiro, é que dói na gente, né? Às vezes tu reclama, tu levanta no dia só reclamando. E nada tá bom. Aí você assiste uma coisa daquelas e pensa meu Deus, a gente só tem pra agradecer. Então ali sempre passa alguma coisa que mexe com a gente e faz cair na real.

**Participante G:** A melhor coisa é você ir lá pra ver. Quer sentir na pele, marca o endereço, marca o telefone e depois você vai lá ver. Eu, por exemplo, amanhã tô indo em Jaraguá visitar uma família que mandaram foto da mulher pra mim e eu conheço ela e ele. Eles eram daqui de

Joinville e foram pra Jaraguá e agora ela tá com câncer. Eles abriram a cabeça dela. Eu me compadeci. Então amanhã eu vou lá vê o que tão passando.

**Participante F:** Não deu 30 dias que passou a história de um homem que tinha câncer e a menina tava precisando de uma bicicleta e daí doaram uma bicicleta nova pra ela. E depois esse senhorzinho faleceu. E depois eles exibiram a matéria que o senhor tinha falecido. Se não tô enganada ali no Ulysses Guimarães, pra aquele lado ali.

**Participante G:** Isso toca na gente. Essa é a vantagem da RIC<sup>102</sup>, ela faz a matéria, e ela faz a pós matéria. Depois de um tempo eles voltam de novo. Eles têm esse dom.

**Participante F:** É, de trazer como eles (os personagens das matérias) tão de volta. Nesse caso que falei pra vocês, eles passaram de novo a matéria.

**Participante G:** Como eu tava comentando, no meu caso foi um assalto que eles me levaram o caminhão. Eu reagi praticamente, né? Era um guincho. Logo em seguida teve daquele outro velhinho que eles sequestraram e levaram.

**Participante F:** Aquele senhor mora perto de casa, no Itaum. Ali o que sair de comentário. Até o nosso filho chegou em casa perguntando se eu soube... Chegaram até dizer que aquele senhor tinha fugido com outra pessoa. Então assim, muitos comentários maldosos que eu escutei. E depois ele tava no cativeiro, né? Lá pro lado de Guaratuba, todo machucado que o homem não conseguiu se recuperar até hoje, né? É um trauma que nunca vai sair.

**Participante G:** Ele ia acabar morrendo lá porque o bandido não tem compaixão nenhuma.

**Participante F:** Tudo coisa que a gente soube porque agora eles foram fazer matéria de novo, né? Ele tá se recuperando. Passou o julgamento do pessoal que fez isso com ele.

**Participante G:** Então, nesse dia o Furlan comentou no meu nome também.

**Participante F:** Eu achava que o senhor era aquele outro senhor que tá todo dia participando. Todo dia ele aparece. Aquele senhor que está numa bancadinha de igreja com um livro aberto. Esse senhor que era pra tá aqui (na nossa reunião) e não tá, ele passa todo dia, ele faz um comentário bem sobre a matéria mesmo.

**Pesquisadora:** Mas como é a relação que vocês têm com a TV?

**Participante B:** Sim, próximo mesmo, às vezes eles tão conversando comigo. Às vezes a minha matéria não vai pro ar, que eu mandei escrita porque eles pediram a opinião. Mas às vezes não sai porque é muita gente querendo participar.

**Participante F:** Tem coisas que mando na hora do impulso, até com raiva, principalmente feminicídio, estupro de criança. Depois eu penso ainda bem que não passou. Viram antes de botar no ar, porque às vezes a gente sai do foco mesmo com umas coisas que mexe muito.

---

<sup>102</sup>Antigo nome da NDTV Record TV.

**Participante G:** Você até manda naquela empolgação, mas quem tá lá, eu creio que todas as mensagens são vistas. É lógico que tem algumas que não tem nem como colocar no ar. Ainda bem que tem uma pessoa lá que olha.

**Participante F:** Tem coisa que não tem como colocar no ar. Às vezes eles respondem embaixo, ou com um joinha, ou com um coraçãozinho, então ela é vista. De repente não é que o que eu falei não tem a ver com o tema é que o que eu falei pra ir pro ar não tem como, nem como consertar. Então melhor não colocar. Deixa ela lá.

**Participante B:** Eles resumem bastante a mensagem da gente (risos), porque a gente fala bem mais. Eles só botam ali o principal. Eu gostei, achei legal.

**Pesquisadora:** E o que vocês acham disso?

**Participante B:** Eu gostei bastante. Ficou mais bonito, mais direta a mensagem e a gente entende melhor.

**Pesquisadora:** E vocês acham que não prejudica o contexto da mensagem?

**Participante B:** Não prejudica.

**Participante G:** Prejudicar, não prejudica porque quem manda, já tá mandando consciente, né? A não ser que nem ela (participante F) disse, né, que mandou na hora da raiva.

**Pesquisadora:** Mas eu digo na hora que a TV edita a mensagem.

**Participante G:** Não, não, pelo fato de editar não. A gente sabe que é o resumo que eles fazem.

**Participante F:** Nesse resumo tem o que tu falou. Eles não acrescentam a mais. Pelo menos o que eu já notei de mandar mensagem e eu falar uma coisa e eles em outras palavras, resumir e colocar. Então assim, não alteraram nada do que eu falei, mas em palavras diferentes, né? Então eu também acho que não prejudica.

**Participante G:** O fato de eles resumir, isso aí é normal. Não adianta eu mandar pra lá um jornal, eles já tem que entrar dentro do contexto do jornal.

**Participante B:** Aquele magrinho, esqueci o nome dele. Ele vai nas chácara e a gente vê tudo, chega até a conhecer o lugar.

**Pesquisadora:** É o Mikael? Que faz as reportagens de turismo?

**Participante B:** É esse. É muito importante isso aí. Até queria comentar sobre, a gente conhece lugar que nunca foi.

**Pesquisadora:** E depois dessas matérias que o Mikael faz, normalmente vem participação também pelo Whats de pessoas que já foram.

**Participante F:** Eu fui faz duas semanas num lugar que ele mostrou lá no Quiriri.

**Participante G:** A sim, lá nas cachoeiras?

**Participante F:** Fomos lá. Eu levei minha filha que é casada e meu filho com a namorada. Passamos o dia lá, viemos só depois da trovoada. Pensa num lugar legal. Muito bom, é quiosquezinho assim com a família.

**Pesquisadora:** Então mesmo quando vem fotos de passeios que outras pessoas fizeram, vocês têm vontade de conhecer?

**Participante G:** Só falta o dinheiro pra ir. (risos) Problema que o Mikael fica mostrando essas coisas e sempre falta dinheiro.

**Participante F:** E também assim, né? O que é aquilo? Que ser humano que é aquele. O meu esposo fala assim que ele é fenomenal. A carinha dele.

**Participante G:** É, é cativo.

**Participante F:** Chega perto de ti, pode ser em qualquer lugar, tá sempre ali, prestativo e atencioso. Presta atenção em tudo que tu fala. Não é aquela coisa que agora tô com pressa e isso e aquilo. A Keltryn também é assim. Muito amorosa, gosta de conversar. Mais gosta demais... Aquele dia<sup>103</sup>, se deixar, não quer nem apresentar o programa, né? Não olhava em relógio, nada, bem sabe... pegou essa aqui (a filha) no colo. Muito querida. Todos eles muito atenciosos mesmo.

**Pesquisadora:** A Sabrina também comenta depois que vem do Whats. Vocês acham que esses comentários incentivam que as pessoas mandem mais mensagens?

**Participante F:** Muito.

**Participante G:** Muito, eu também acho que muito. Até porque um manda comentário pra lá, mas o outro já quer mandar em cima do dela. - A, eu fui lá, lá é muito gostoso. O outro já diz que é mais gostoso ainda.

**Participante F:** E, às vezes, ela fala ali. Já aconteceu comigo. Ela tá dando a reportagem ali, eu tô na cozinha, que é cozinha e sala junto. E daí, através do comentário dela, de eu entender mais ainda do que foi dito na reportagem, né? Vamos supor que ela fez um resumo daquilo que passou e eu entendi o que ela falou. Às vezes na reportagem não ficou muito claro, mas agora entendi o que ela falou.<sup>104</sup>

**Pesquisadora:** E quando o *Balanço Geral* tá no ar, vocês conseguem perceber bem quando o assunto abordado veio pelo telespectador pelo Whats, ou quando é um material que foi produzido pela TV? O que vem pelo Whats e o que é reportagem?

**Participante G:** Dá pra perceber na hora.

---

<sup>103</sup> Um dia antes do encontro presencial era feriado do aniversário de Joinville. A participante acompanhou a transmissão de toda a programação ao vivo da NDTV, feita na Travessa Drº Norberto Bachmann, no Centro de Joinville. Ela saiu de casa especialmente para acompanhar os programas Balanço Geral Joinville, Tribuna do Povo e Ver Mais.

<sup>104</sup> Nesse momento, a filha de uma das participantes estava chamando muito pela mãe. Outra participante fez sinal sonoro de shiii para que a menina ficasse quieta e disse que a mãe dela estava falando. A mãe disse para a filha: Não faz assim, e comentou para todos que criança é assim.

**Participante F:** Acho que dá pra perceber. Se tiver ali atento assistindo, focado no jornalismo, dá pra perceber.

**Participante G:** Apesar que todos são bons, né? Geralmente quando a pessoa manda pra lá é porque é algo interessante. É lógico que se fosse apresentar tudo o que vai pra lá, seria um programa de 24 horas, mas tem que ser resumido em uma hora, uma hora e meia.

**Participante F:** Pouquinho tempo, né?

**Participante G:** O tempo, que é pouco, né? É como nós tava comentando agora pouco, né? É resumido quando chega lá. Você manda uma mensagem no Whats, eles vão ter que resumir porque o tempo é resumido, né? Mas, é como eu digo, né? No caso de uma necessidade, de ajudar alguém, melhor coisa que tem: vai lá vê como é que é. Daí você vai pedir pra morrer.

**Participante F:** Principalmente quando a gente já acorda de mal reclamando e acha que nada tá bom.

**Participante G:** A mesma coisa no hospital. Eu fiquei internado muitas vezes. Só de cirurgia aqui eu passei seis vezes por causa do câncer, né? Mas toda vez que eu tô no hospital, eu olho pro lado e sempre vejo uma pessoa pior do que eu. É onde que acaba animando. Eu já tive amigo meu que me visitou no hospital e falou que eu não saia mais de lá. E tô aqui hoje. Mas eu olhava do lado, uma pessoa pior do que eu. Eu dormi, quando acordava, cadê fulano de tal? A fulano partiu. Que diz, são pessoas pior, né? Agora, nesses casos, visitar a pessoa, daí que você vê. É lógico, se for pra fazer uma matéria sobre coisa boa, você só vai ver coisa boa.

**Participante F:** Só que a gente sabe que essa não é a realidade da maioria.

**Participante G:** Pois é.

**Participante F:** Tu já pensou se fosse tudo só cor de rosa?

**Participante G:** Se fosse, né? Agora vai visitar uma pessoa necessitada pra ver. Tu que vê se abrir a geladeira, né? A verdade tá dentro da geladeira. Onde que dá pra começar, pra melhorar alguma coisa? Porque a gente também não pode dar uma casa nova, não pode fazer isso, não pode fazer aquilo.

**Participante F:** Mas um pouquinho que faz ajuda. Que nem aquela família, a gente não ajudou muito, mas como diz o meu esposo, se todo mundo fizer agora o que a gente tá fazendo, com certeza eles vão... tanto é que lá eles ganharam tudo novinho, mais conforto, né?

**Participante G:** Mas alguém foi lá visitar eles e viu a necessidade.

**Participante F:** Sim, sim. Muita gente.

**Participante G:** Em 86 aconteceu isso. Fui ajudar uma família no Morro do Amaral. Quando cheguei lá, os vizinhos falaram que eles tava passando muita necessidade e que a família tinha ido buscar eles. Quando nós tava voltando, a pessoa que foi comigo perguntou se eu queria

ajudar uma família e fomos no Morro da Formiga<sup>105</sup>. Tinha um senhor lá com a casa amarrada. Eu não podia dar uma casa. Mas o que eu fiz? Fui na Assistência Social. Pedi ajuda, mostrei a necessidade. Eles disseram que tinham madeira, aproveitemo um pouco daquela. Juntamo um pessoal, fomos lá, em dois final de semana, fizemo a casinha. Quando faltava instalar a elétrica, o homem morreu atropelado lá em Timbó, tinha ido visitar a filha. Um senhor de 80 anos.

**Pesquisadora:** (nome da participante), porque você acha que é importante ter a mensagem lida lá na televisão?

**Participante B:** Porque assim, ajuda, orienta. Muitas pessoas também gostam. Tudo eu acho muito importante isso daí.

**Pesquisadora:** E faz diferença pra você quando a Sabrina lê a tua mensagem?

**Participante B:** A, eu fico feliz, né? E por saber que todo mundo tá vendo uma coisa que é certo. Entende? Então por ser verdadeiro as coisas, eu acho muito importante isso aí.

**Pesquisadora:** E para você (nome da participante), o que você sente quando a Sabrina lê a tua mensagem no ar?

**Participante F:** Ela lê, já dá sequência numa opinião - a realmente é isso e aquilo... Eu acho legal não apenas por ter mandado e ela ter lido, mas, às vezes, assim como eu disse, no que tu mandou ela faz um complemento, né? Então assim, foi válido, né? É alguma coisa que foi pro ar, ela fez um complemento, valeu a pena pra eles também, né?

**Pesquisadora:** E pra você (nome do participante) por que é importante ter a mensagem lida lá?

**Participante G:** É importante porque a gente pode comentar e ajuda. Outras mensagens não são lidas. Porque, por exemplo, eu tenho um irmão lá em Itapoá, que é onde que a RIC não pega. E esses dias e falou pra mim: - (nome do participante), tu que é assim (gesto de faixa no peito) com o pessoal de lá, que tem intimidade, pergunta pra eles por que que não funciona aqui? Porque eu já mandei muitas mensagens, acho que ele não tá nem lendo.

**Participante F:** Campo Alegre também não pega na minha irmã.

**Participante G:** Então espera aqui, é agora. Mandei pra lá. O Matheus me disse - (nome do participante), eu já te respondo, porque eu também não sei. O Matheus não conhece tudo aqui ainda. Em dez minutos ele me respondeu. - Itapoá nós estamos carente de uma boa imagem por causa do sinal que não tá tendo. Itapoá pega bem o sinal da TV do Paraná. Mas a nossa daqui o investimento seria alto. Mas um dia nós vamos chegar lá. O que pega bem é a RIC do Paraná. Então a amizade que a gente tem com o pessoal lá de dentro ajuda. Não precisa ir pro ar a matéria, a resposta vindo tá bom. Eu dei a resposta pro meu irmão. Meu irmão disse: - era isso que eu queria ter ouvido há dez anos atrás, cinco anos atrás, dois anos atrás. Eu tô mandando, então agora eu já sei o que que é o problema.

**Pesquisadora:** E outra coisa que eles começaram a usar agora, faz pouco tempo, é o símbolo de joinha, coração. Antes mesmo que a gente mandasse pelo celular, lá na TV aparecia só um

---

<sup>105</sup> Na época havia uma ocupação de terra nesse local.

código. Agora eles conseguem usar. Vocês acham que reflete o nosso dia a dia no jeito de trocar mensagens?

**Participante G:** Embaixo que aparece mais escuro, né<sup>106</sup>? Ou um joinha, ou um coraçãozinho.

**Participante F:** Na TV, né? Eu comecei a notar isso, faz uma semana.

**Participante G:** No controle.

**Participante F:** No controle. Daí você vai no meio pra ok, ou vai apertando pro ladinho, indo no joinha, tem o coraçãozinho e tipo de tu não... Faz uma semana que eu vi isso ali. Achei legal também.

**Participante G:** É um meio de participar. Não atrapalha em nada na reportagem que tá tendo, né? E eles tão sabendo, né? Opa, tem alguém vendo. Ali você acaba compartilhando, né?

**Participante B:** Eu nunca fiz isso, mas vou começa a fazer.

**Participante F:** Não é sempre que aparece na minha televisão.

**Participante G:** É no controle. Tá com o controle na mão...

**Participante F:** Sim, no rodapé. Eu não tinha visto. Meu neto de oito ano que pegou o controle e começou a passar de coração pra joinha. Daí eu disse me dá aqui pra vó. Daí fui ver, você troca de canal, tá ali, aparecer.

**Participante G:** E se você não quiser participar de nada...

**Participante F:** Ele some sozinho.

**Participante G:** Alguém teve essa ideia genial de botar isso ali pra angariar.

**Pesquisadora:** Mas esses *emoji* substituem palavras na nossa conversa, né?

**Participante F:** Sim, a gente manda o joinha. Tipo valeu, né? Tá tudo certo, eu concordo.

**Pesquisadora:** Então o emoji funciona bem para vocês?

**Participante G:** Funciona. Apesar que a gente não participa sempre, mas aparece, opa, amei, amei.

**Participante F:** Sim.

**Participante B:** Uhum. Eu, por exemplo, semana passada nem participei. Eu tava em Brasília. Então, ontem já participei.

---

<sup>106</sup>O que os telespectadores notaram é um sistema que está em teste pela emissora para que o público reaja ao conteúdo que está sendo exibido. Ao que tudo indica, não foi perceptível ao telespectador o início da utilização de emoji nas mensagens de WhatsApp. O uso do *emoji* começou no início de 2023.

**Pesquisadora:** E sobre a nossa pesquisa, esse período que a gente ficou conversando no grupo e agora aqui, vocês chegaram a contar para alguém que vocês estavam participando?

**Participante B:** Eu sim.

**Participante G:** Eu comentei com o meu irmão. Disse, ó nós tamo num grupo de pesquisa e a gente vai sentar e conversar sobre como tá funcionando. E meu irmão disse: - é isso é pra quem tem tempo que nem você. Mas sempre vai ter alguém que vai ter um tempo, lógico.

**Participante B:** Comentei com uma amiga minha que perguntou o que eu ia fazer sexta. Eu disse que ia numa pesquisa da NDTV. Ela quis saber o que eu vinha fazer aqui. Eu disse, - a, vou lá. O que fazer não sei. E a minha filha mandou: - bom dia, tudo bem, tá em casa? Disse não, eu vou numa pesquisa da NDTV.

**Participante G:** Daí já quer saber que tipo de pesquisa.

**Participante B:** Falei pra minha vizinha que tava no ponto lá. Porque eu vim de ônibus. Aí eu também falei.

**Participante G:** A minha mulher trabalha aqui nesse prédio<sup>107</sup>. Daí eu falei pra ela que vinha aqui do ladinho, numa pesquisa. Mulher sempre quer saber da conversa, né? - Vocês vão conversar sobre o que? Eu respondi creio que deve ser alguma coisa sobre jornalismo, porque ela estuda jornalismo, né? E se for alguma coisa sobre Joinville... daí ela disse: - a se for sobre Joinville você vai ter muita coisa pra contar. Eu vim pra cá em 76, pra Joinville. Mudou muita coisa. Aquele tempo o Terminal<sup>108</sup> era só aquelas casinha no chão ali. E era tudo uns ônibus velho, caindo os pedaços ali.

**Participante F:** Eu me lembro também. Não sou tão... mas quando eles freavam, aquele barulhão.

**Participante G:** Era normal e não tinha conserto.

**Participante F:** Ônibus era artigo de luxo assim. Tinha os cavalo, né? Então nós fazia tudo com as charretes, cavalo.

**Participante G:** Eles abriam ali mesmo o capô dos ônibus e botavam óleo no motor porque ia cinco, seis viagem tinha que colocar de novo. Meu Deus, era um... o transporte coletivo de Joinville era péssimo. Hoje eu vejo a turma malharem o pau no transporte coletivo...

**Participante F:** Era os banco duro, né?

**Participante G:** Antes tivesse os banco duro. O problema é que não tinha ônibus. Era limitado.

**Participante F:** E era longe pra tu pegar uma condução do ônibus, né? Hoje tem um monte, em qualquer bairro.

---

<sup>107</sup>Prédio ao lado de onde nós estávamos.

<sup>108</sup>Terminal Central para integração do transporte coletivo urbano municipal.

**Participante G:** O ônibus do Iririú, por exemplo, ele só ia até na igreja Católica. Hoje tem em tudo quanto é lugar. Quando começou a linha do Aventureiro<sup>109</sup> ir até ali na Duque<sup>110</sup>. Hoje tem o viaduto, onde que vai pro Paraíso<sup>111</sup>, né? Quando o ônibus começou ir até lá, tinha uma casa na esquina da Tuiuti com a Santos Dumont, no morrinho. Naquela casa ficava mais de 40 bicicleta dentro do cercado. Era uma casa que todo mundo deixava ali. Vinha lá do Paraíso, botava a bicicleta ali, pegava o ônibus e ia pro Centro. Hoje o pessoal não quer ficar cinco minutos no ponto.

**Participante F:** A minha filha tem que ligar o carro pra ir levar o neto no CEI. Eu digo filha é um absurdo. Eu ando tudo de a pé com o meu marido. A gente deixa o carro na garagem. E essa aqui (a filha) vai comigo, no postinho<sup>112</sup> e tudo. Se é perto é de a pé, de bicicleta. Essa minha filha não faz nada, nada de a pé.

**Pesquisadora:** Mesmo com todas essas mudanças que tiveram, crescimento de Joinville, a gente percebe que as pessoas ainda querem saber sobre as notícias daqui, querem saber sobre o que tá acontecendo no seu bairro.

**Participante G:** Sim, sim. E cada dia é coisas novas, né?

**Participante F:** Sempre tem coisas diferentes. Toda hora.

**Participante G:** Que nem nós aqui, eu ainda acho que um dos mais antigos, no caso. Em Joinville já tô 50 anos. E a gente viu muito, Joinville mudou muito, muito, muito. Mas pra essas piazzada de 15 anos que já querem apitar, o problema é que eles sabem mais que a gente. Se for pra mexer num computador, Deus o livre. Mas se for perguntar alguma coisa mais do antigo, daí já não sabem mais.

**Participante F:** A luz, né?

**Participante G:** Essa avenida Beira-rio não existia nada.

**Participante F:** Eu me criei na Miosótis, no Fátima. O senhor já ouviu falar? Ali era só um caminhozinho. Nós era pequeno. Passava eu, a minha irmã, meu pai, minha mãe. Hoje tá tudo aberto. Daí na época quem conseguiu levar a luz na Miosótis, na época, foi a minha mãe. Corre atrás disso, corre atrás daquilo. A minha mãe sempre foi muito metida, né? - Eu vô atrás do prefeito, vô atrás de quem precisa, conseguiu botar água e luz lá. Vieram, instalaram...

**Participante G:** Foi uma alegria. Poste tudo de madeira?

**Participante F:** Meu Deus... Hoje aquela Miosótis lá tem colégio, tem tudo. Eu me lembro, 44 anos atrás era um caminhozinho. Depois começou abrir, aquele poeirão, as máquinas, tubulação, porque era tudo com valeta. Hoje a gente passa ali, meu Deus, isso ali tá uma cidade. Tu não precisa mais vir pro Centro pra nada. Igual eu, moro ali no miolinho, é Jarivatuba, mas tudo o que eu preciso tem. É terminal, mercado, PA<sup>113</sup> pra mim ir de a pé ou de bicicleta.

---

<sup>109</sup> Bairro de Joinville.

<sup>110</sup> Empresa metalúrgica de Joinville.

<sup>111</sup> Bairro Jardim Paraíso.

<sup>112</sup> Unidade Básica de Saúde da Família.

<sup>113</sup> Pronto Atendimento Médico 24 horas.

**Participante G:** Eu me lembro que nesse Morro da Formiga, eu tinha caminhão na época, não muitos anos atrás, em 89. Em 90 houve invasão lá. Eu levei com meu caminhão uma família lá. Saindo aqui do Parque Joinville, né? Também já era um fim de mundo, mas era cidade ali, tinha rua, tudo. Botei a mudancinha do pessoal ali em cima e eles disseram: - Nós vamos lá pra invasão. É uns lote que vai ter pra nós, lá. Chegamos lá eles mandaram parar que iam construir a casa ali mesmo. Então que diz, botaram as coisas debaixo de lona, né? Eu olhava e pensava o que vai ser disso, né? Hoje é uma cidade, toda asfaltada, toda com paralelepípedo, com calçamento, arrumadinho. Mas era difícil. Eu sempre digo, Joinville é uma cidade que não tem favela. Existe o pessoal que são menos favorecido no caso, né? Mas favela mesmo que nem existe pra fora desses lugar aí, isso não existe. Mas que nem Pirabeiraba não. Começou pequena, continua pequena. Lá é quase que escolhido a dedo, porque é legal morar ali. Agora Joinville não. Joinville foi assim, um boom. Aqui na entrada do Espinheiro eu lembro que eles iam empilhando pneu, assim de dois em dois metros, botava uma madeira por cima. Pra chegar na porta da casa lá 40 metros, aquilo alagava tudo na hora que a maré subia. As casa lá em cima tudo de pau a pique. Hoje é tudo asfaltado e tem ônibus lá pelo meio. Então as coisas mudaram muito.

**Pesquisadora:** (nome do participante), o senhor comentou que também ligava na TV antes do WhatsApp para participar.

**Participante G:** Eu ligava, eu ligava. Quando dava pra ligar, eu ligava do tempo do telefone para vender carro. Meu Deus (risos), tinha que tentar 50 vezes para conseguir uma e, às vezes, nem com 50 vezes conseguia.

**Pesquisadora:** Mas daí o senhor ligava no antigo Tele-Mural?

**Participante G:** Isso.

**Pesquisadora:** E ligava pra deixar o recado lá, e vendia?

**Participante G:** Vendia, vendia. O mais era pela rádio, ou você pagava pra entrar no jornal A Notícia, naquele anúnciosinho que tinha dos classificados. Ou você ligava na rádio no programa do Manoel José, do... do Aymoré do Rosário. Quando você conseguia uma ligação pra lá, porque só tinha aquele tempo 25, 33, 31. Quem ligava pro 33 não conseguia. A telefonia era muito ruim em Joinville pra conseguir uma ligação na rádio, né? Hoje não, hoje você manda a mensagem pro Whats, eles não atenderam, mas depois você vê que eles visualizaram. É diferente. Naquela época ou conversava, ou não conversava. Não tinha outra opção. Ou conseguia falar, ou não conseguia. Mas eu sempre fui metido nessas coisas de ligar pra rádio, ligar pra TV.

**Pesquisadora:** E tinha alguém na família que fazia isso? Como é que começou essa relação com a imprensa?

**Participante G:** Não. Começou por mim mesmo. Tanto é que de toda a minha família, o mais metido sou eu. O meu irmão que diz. Eu não acabei de dizer pra você agora pouco? - Vê se consegue alguma coisa lá, porque eu não consigo. Mas não sei se é por insistir, ou depois de tomar conhecimento. Hoje eu tenho o telefone pessoal do Matheus. Eu não vô tá todo instante ligando pra ele, Matheus, Matheus... Mas se eu precisar, vou chamar. - Matheus, é o (nome do participante). Ele já ia responder: - O, (nome do participante), tudo bom? É diferente. Por

exemplo, se eu passar o número do telefone pro meu irmão. Ele vai dizer: - Tá, mas quem é você? Ele nem vai dá resposta de nada talvez, sem antes de ligar pra mim perguntando se aquele fulano é meu irmão mesmo. Então tudo tem um começo. Você foi uma que ligou pra mim pra saber se eu consigo participar. Hoje eu já sei no que você trabalha, não vou ficar te ligando, mas eu sei que se eu precisar, vou dizer: - O Tatiana, tá acontecendo assim, assim, assim. Então tudo é o início. E tem quem não tem esse acesso, né?

**Pesquisadora:** E você (nome da participante), já participava antes de algum jornal?

**Participante B:** Às vezes, né? Eu não era tão interessada, mas pela NDTV mudei bastante. Já almoço bem mais antes para eu tá livre quinze pra meio-dia. Porque eu quero assistir. Muito bom.

**Pesquisadora:** E daí quando você começa a assistir, já fica prestando atenção no que você pode participar?

**Participante B:** Não quer perder, né? E daí tem coisa que eu até fico indignada. Tem coisa que eu quero assistir e às vezes me chama, alguma coisa, eu digo ixi. Mas é maravilhoso, eu gosto muito.

**Pesquisadora:** Você não gosta que te atrapalhem quando você está assistindo?

**Participante B:** Não gosto. Eu gosto de ficar bem quietinha só prestando atenção. (risos)

**Participante G:** Essa vantagem eu tenho porque estou em casa sozinho.

**Pesquisadora:** (nome da participante), você tinha alguma relação com rádio, jornal antes?

**Participante F:** Eu assistia, mas nunca tive esse contato.

**Pesquisadora:** Na tua família não tinha ninguém que escrevia carta para o jornal, pra rádio?

**Participante F:** Não, não tinha. Foi com a NDTV mesmo.

**Pesquisadora:** E agora para nós finalizarmos o nosso encontro, se fosse para vocês darem uma nota de um a cinco para o trabalho que a gente desenvolveu, para a nossa conversa, que nota vocês dariam?

**Participante B:** Cinco.

**Participante G:** Eu acredito que nunca se dá dez. Dez seria a perfeição total. Que é a perfeição pra você, pro outro já não. Então o dez é difícil. Se você ganha dez é porque a professora tem certeza que dá, né? Então de um a cinco, eu já te daria o quatro. Não tô discordando dela. Eu daria quatro. Vou deixar pra dar cinco na próxima. (risos)

**Pesquisadora:** Então o cinco vai ser só no doutorado. (risos de todos)

**Participante G:** A minha esposa que diz assim: - (nome do participante), o problema é que você fala demais. Mas é o seguinte, a vida inteira de motorista de caminhão. Então era só eu e o caminhão. Não falava com ninguém. Tudo o que eu não falei em 30 anos, tô falando agora.

**Participante F:** Mas eu gosto de conversar. É tão bom. Tu conhece. Meu esposo perguntou se eu tinha certeza que queria vir. Eu falei eu vô. Porque agora eu sou dependente dele, principalmente agora que eu saí do serviço. Agora ele me leva. Daí ele foi trabalhar hoje de motorista de aplicativo, fazer um dinheirinho pra final de semana. Ele perguntou como que eu vinha. Falei eu vou de Uber. Ele perguntou se eu tinha dinheiro. Falei tenho. Eu disse: a eu vou. Ele disse pra eu ligar quando tivesse pronta. Eu disse que eu ia ver, que do jeito que eu vim, eu voltava.

**Pesquisadora:** E você, (nome da participante), como você avalia o nosso período de encontro?

**Participante F:** A eu daria cinco também, né? É legal, todo mundo aqui participando. É legal. Querendo ou não faz amizades diferentes. Conhece pessoas diferentes. Opiniões diferentes.

**Participante G:** De pessoas de boa índole. Que sabem o que estão falando.

**Participante F:** Meu esposo, assim, por eu vim com ela (filha), disse: - você nem conhece as pessoas.

**Participante B:** Só pena não ter vindo mais gente.

**Participante F:** Meu marido falou que será que a moça ia estar aqui mesmo, será que ela era do jornalismo mesmo, se tá fazendo essa matéria. Ele acha que eu sou muito inocente, mas eu disse: - não amor, eu vou lá, é bem no Centro. Que ele diz o WhatsApp qualquer um pode colocar a foto. Saiu ainda até embaixo da escada, dando tchau e perguntando se eu vinha.

**Participante G:** A gente tava vindo pra cá sem saber o que ia acontecer. Mas uma coisa a gente tinha certeza, era de pessoa de boa índole. Então é sinal que vai ter conversa que se aproveita.

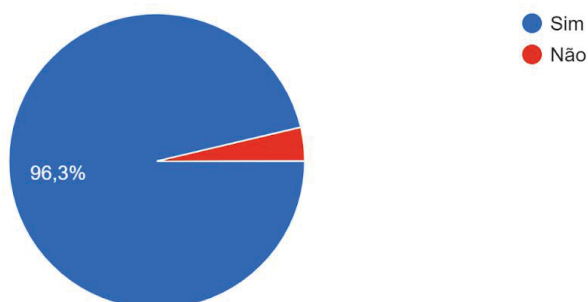
**Participante F:** E vai ser bom, chegar lá conversar. Cada um tem uma opinião diferente. E são amizades com pessoas boas que a gente vai fazendo no dia a dia. Valeu a pena.

**Pesquisadora:** Então gente, muito obrigada pela participação de vocês. Agora eu vou concluir a pesquisa e quando tiver o resultado, aviso vocês para apresentar o resultado num encontro quem sabe aqui mesmo neste lugar. Vou encerrar a gravação.

**ANEXOS****ANEXO 1 - Gráficos com os resultados do primeiro formulário aplicado****Pergunta 1**

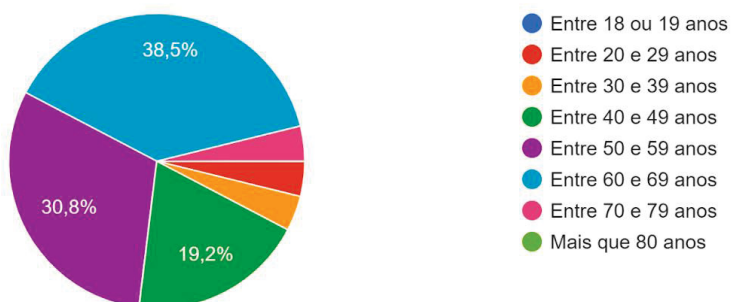
1 - Você mora em Joinville?

27 respostas

**Pergunta 2**

Quantos anos você tem?

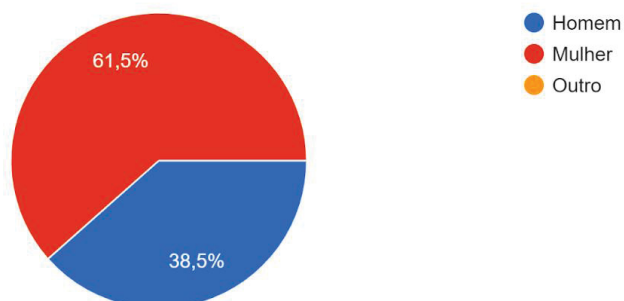
26 respostas



## Pergunta 3

Qual seu gênero?

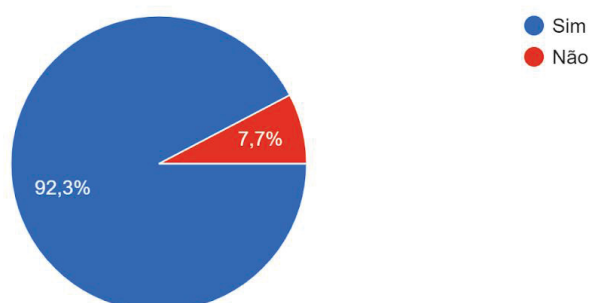
26 respostas



## Pergunta 4

Você envia mensagem pelo WhatsApp para o Balanço Geral Joinville?

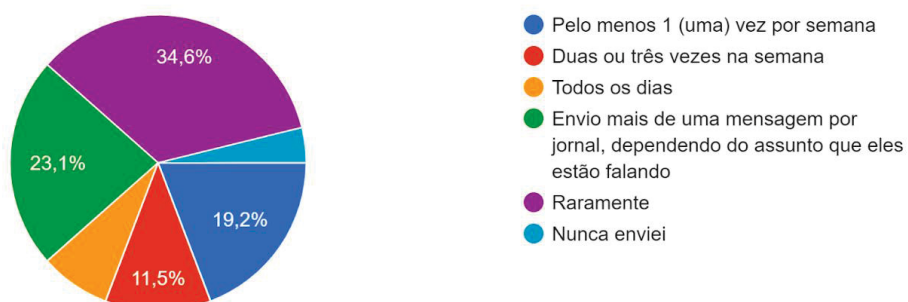
26 respostas



## Pergunta 5

Quantas vezes você manda mensagem para o WhatsApp do Balanço Geral Joinville?

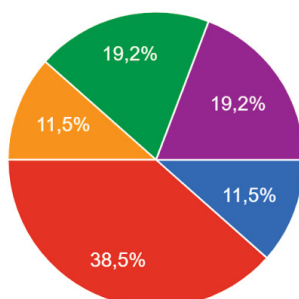
26 respostas



## Pergunta 6

Há quantos anos você participa do Balanço Geral Joinville enviando mensagem pelo WhatsApp?

26 respostas

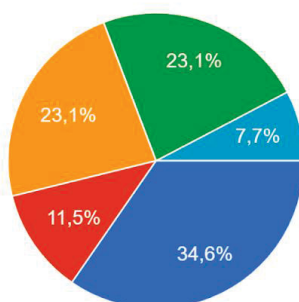


- Desde que começou, em 2013
- Comecei a enviar mensagem quando começou a pandemia, em 2020
- A primeira vez que enviei foi esse ano
- Não lembro, mas faz mais de cinco anos
- Não sei responder

## Pergunta 7

Você envia mensagem para o jornal quando:

26 respostas

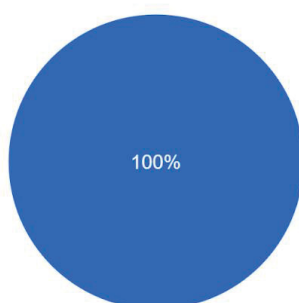


- A Sabrina Aguiar pede para comentar algum assunto
- Tem algum assunto que interessa muito
- Quando falam de algum assunto polêmico e quero mostrar a minha opi...
- Em qualquer horário. Se vejo alguma...
- Normalmente envio mensagem de "B...
- Quando tenho uma foto ou vídeo que...
- Tenho vergonha de mostrar a minha o...
- Outro motivo

## Pergunta 8

Quando você manda mensagem fica esperando se vai aparecer no jornal?

26 respostas

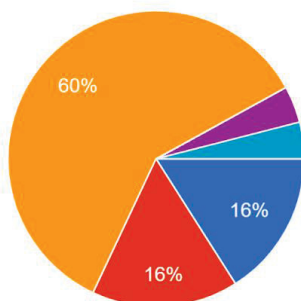


- Sim
- Não

## Pergunta 9

O que você sente quando a sua mensagem aparece na televisão?

25 respostas

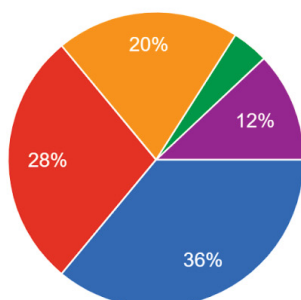


- Fico feliz e já quero enviar outro whats
- Muito feliz e aviso a minha família e amigos que apareci na televisão
- Sinto que fiz um comentário importante porque escolheram a minha mensagem
- Não faz diferença no que estou sentindo
- Eu tiro foto da televisão para compartilhar nas redes sociais que apareci na TV
- Não sei responder

## Pergunta 10

Você se considera uma liderança na sua família, bairro, igreja ou grupo de amigos?

25 respostas

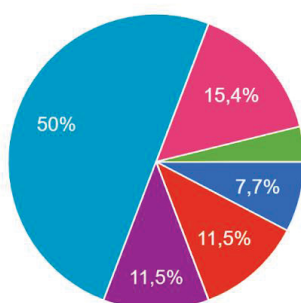


- Sim
- Não
- É comum as pessoas perguntarem a minha opinião e pedirem conselho
- Eu tenho função de liderança na minha comunidade. Sou líder comunitário, ou participo de associação de moradores, ou faço parte das lideranças da minha igreja.
- Não sei responder

## Pergunta 11

Qual assunto você mais gosta de comentar no Balanço Geral Joinville?

26 respostas

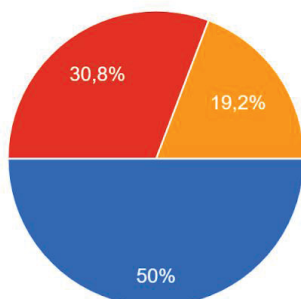


- Gosto de enviar fotos de belezas naturais e passeios que já fiz
- Gosto de enviar fotos dos meus animais de estimação
- Gosto de mostrar como o dia amanheceu
- Gosto de comentar sobre política
- Gosto de enviar sugestões de pauta p...
- Comento sobre qualquer assunto que...
- Gosto de enviar parabéns para um a...
- Não sei responder

## Pergunta 12

Quando envia uma reclamação para o WhatsApp, acredita que a TV pode ajudar a resolver?

26 respostas

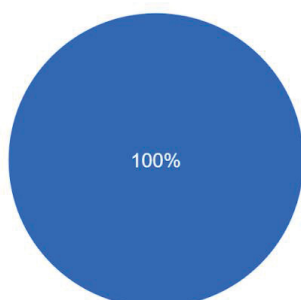


- Sim, ajuda a resolver
- Com certeza, inclusive já fizeram reportagem e resolveu
- Não sei se ajuda, mas pelo menos outras pessoas ficam sabendo
- Não ajuda a resolver

## Pergunta 13

Você gosta de ver as mensagens enviadas pelas outras pessoas

26 respostas

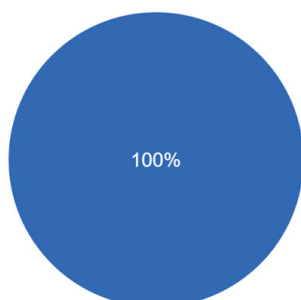


- Gosto
- Tanto faz
- Acho que perdem tempo no jornal usando o whats

## Pergunta 14

Você acha que o WhatsApp do Balanço Geral é um espaço importante para a comunidade falar o que pensa?

26 respostas



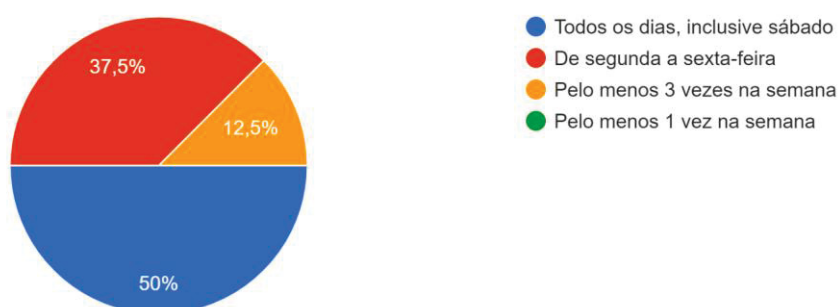
- Sim
- Não
- Não sei responder

## ANEXO 2: Gráficos com os resultados do segundo formulário aplicado

### Pergunta 3<sup>114</sup>:

Você assiste ao Balanço Geral Joinville quantos dias na semana?

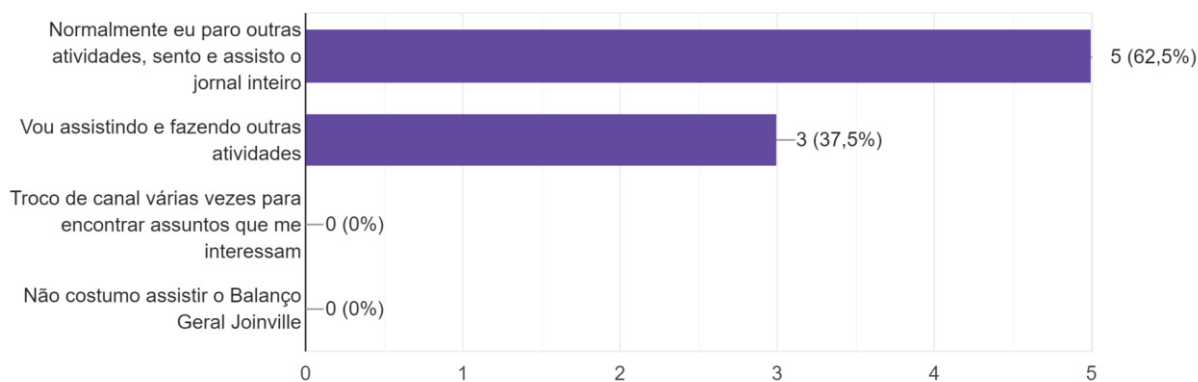
8 respostas



### Pergunta 4

Como é o seu comportamento enquanto assiste ao Balanço Geral Joinville? (pode escolher mais de uma resposta)

8 respostas

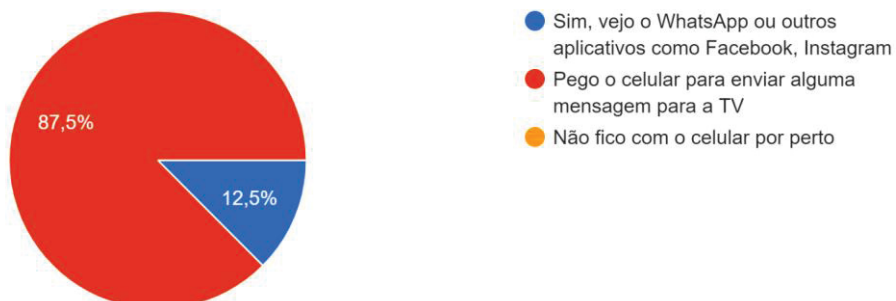


<sup>114</sup> As duas primeiras perguntas eram nome e idade, respectivamente. Já a última pergunta era sobre a importância de enviar mensagem pelo WhatsApp do *Balanço Geral* e o resultado pode ser visto no quadro 2 desta pesquisa.

## Pergunta 5

Enquanto assiste ao Balanço Geral você costuma olhar o celular?

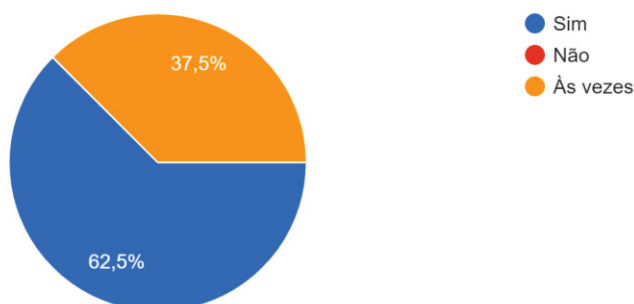
8 respostas



## Pergunta 6

Você acha que aprende ou conhece algo novo com as mensagens que os outros telespectadores enviam para o Balanço Geral?

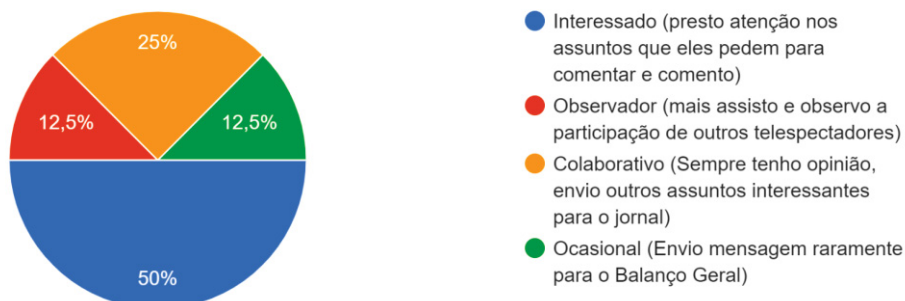
8 respostas



## Pergunta 7

Como você classifica a sua participação no Balanço Geral Joinville?

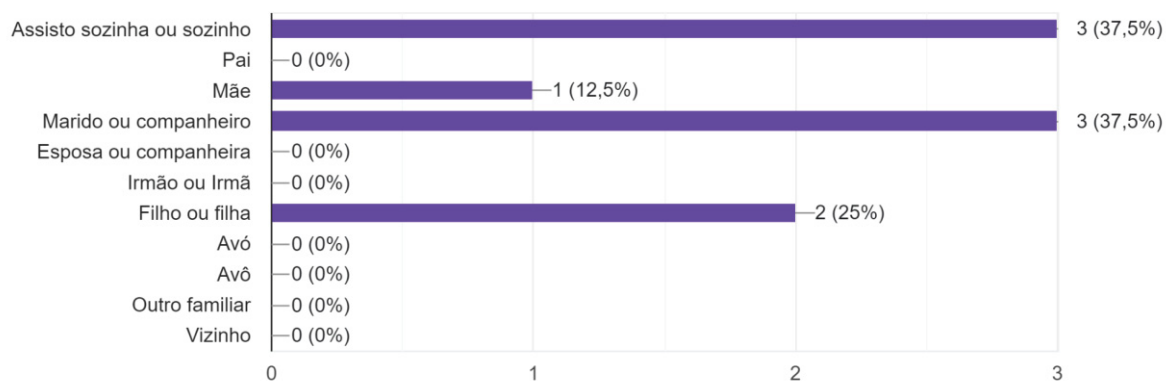
8 respostas



### Pergunta 8

Outras pessoas assistem o Balanço Geral Joinville com você? Quem? (pode escolher mais de uma resposta)

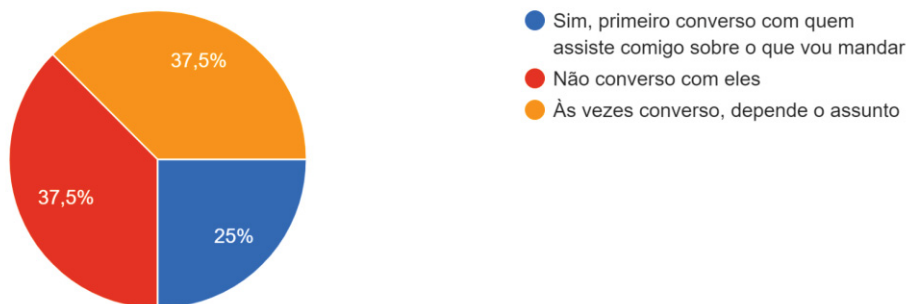
8 respostas



### Pergunta 9

Você conversa com essas pessoas sobre a tua opinião antes de mandar mensagem para o WhatsApp do Balanço Geral?

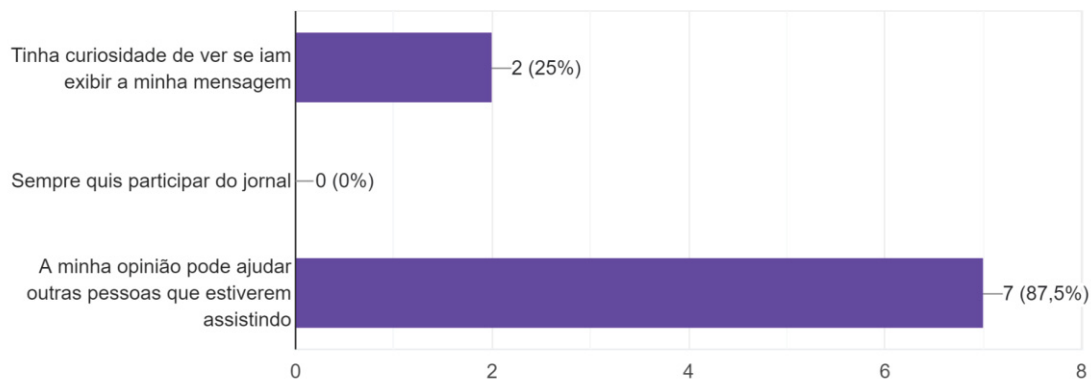
8 respostas



### Pergunta 10

O que fez com que você começasse a enviar mensagens para o WhatsApp do Balanço Geral Joinville? (pode escolher mais de uma resposta)

8 respostas



### Pergunta 11

Você envia mensagem para outros programas de rádio e TV?

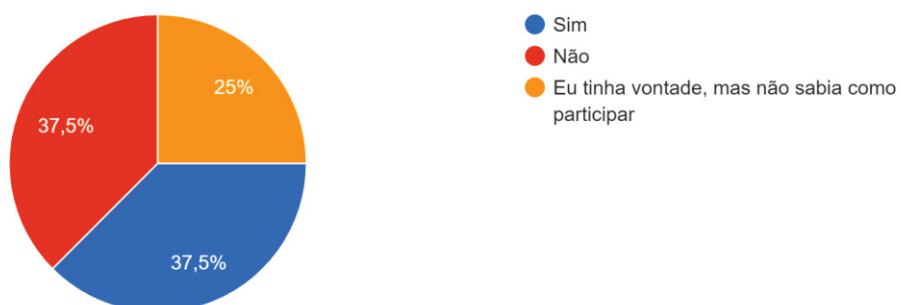
8 respostas



### Pergunta 12

Antes de surgir o WhatsApp, você já tinha contato com algum veículo de comunicação, como rádio, TV ou Jornal?

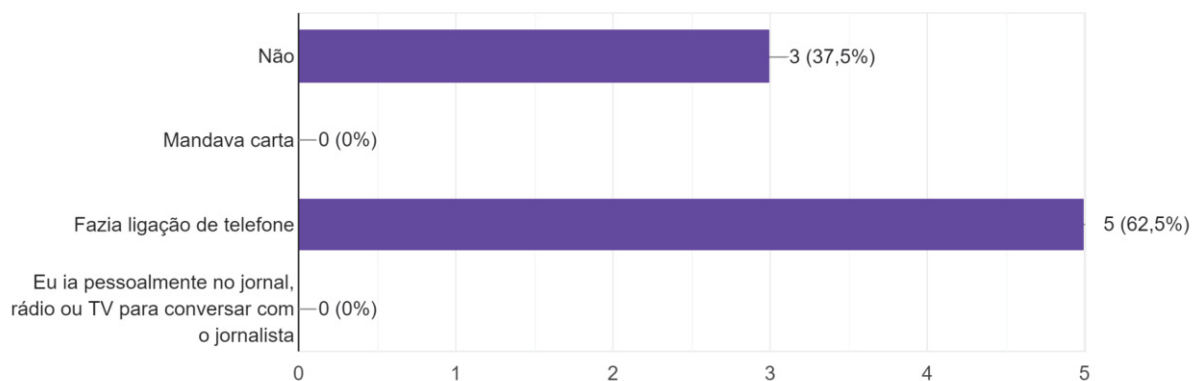
8 respostas



## Pergunta 13

Você costumava enviar cartas ou ligar para emissoras de rádio, televisão ou para o jornal antes do WhatsApp? (pode escolher mais de uma resposta)

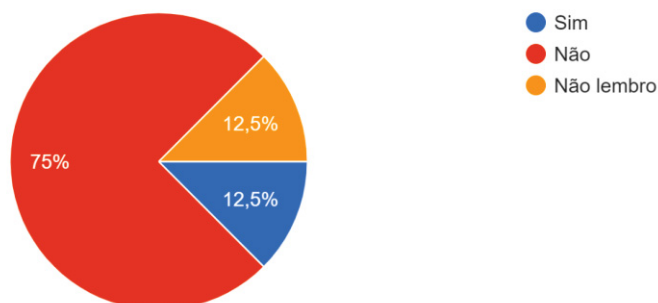
8 respostas



## Pergunta 14

Quando você era criança, alguém da sua família fazia ligação ou enviava carta para a rádio, TV ou jornal?

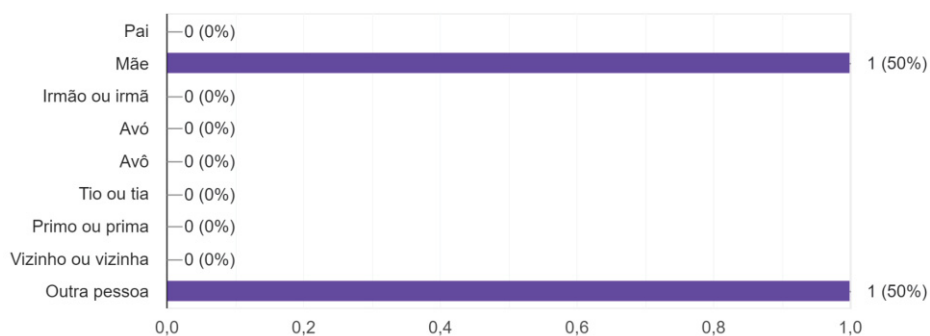
8 respostas



## Pergunta 15

Se a tua resposta anterior foi "SIM" quem era a pessoa que enviava carta ou ligava? (pode escolher mais de uma resposta)

2 respostas



**ANEXO 3** - Tópico-guia usado para o grupo de discussão no WhatsApp

- 1 - Faz sentido para vocês as mensagens que falam sobre a rotina da pessoa?
- 2 - Quais das mensagens de whats que foram lidas hoje serviram para agregar conhecimento, informação para o dia a dia de vocês?
- 3 - Seria importante que o jornal incentivasse mais opiniões críticas dos telespectadores?
- 4 - Que tipo de mensagem vocês acham que realmente ajuda no dia a dia de vocês?
- 5 - Vocês se sentem influenciados a querer conhecer algum desses lugares que as pessoas mandam foto?
- 6 - Tem algum assunto que foi comentado hoje que fez vocês refletirem?

**ANEXO 4** - Tópico-guia usado para o grupo de discussão presencial

- 1 - Me parece que assuntos mais do dia a dia tendem a chamar mais a atenção do público. O que vocês acham disso? Por exemplo, quando falaram da falta de segurança nos cemitérios.
- 2 - Vocês conseguem me dizer quando que vocês se sentem motivados a enviar mensagem para o *Balanço Geral*?
- 3 - Como é essa rotina? Quando o jornal começa vocês já esperam para saber quais assuntos vão comentar?
- 4 - Esses assuntos que são debatidos no Whats do *Balanço Geral*, vocês levam de alguma forma para o dia a dia de vocês? Quem sabe para conversar com outras pessoas?
- 5 - Qual o sentimento de vocês sobre essa relação que vocês têm com o *Balanço Geral* da NDTV? Vocês se sentem próximos da TV?
- 6 - Por que é importante ter a mensagem lida pela apresentadora do *Balanço Geral*?

Sobre a postura da NDTV

- 7 - Seria importante que o jornal incentivasse mais opiniões críticas dos telespectadores?
- 8 - Qual a opinião de vocês sobre a maneira como a Sabrina lê as mensagens? Vocês percebem se tem um incentivo da parte dela para que vocês continuem participando?

Sobre a pesquisa

9 - O que vocês entendem com os sinais de joinha, coraçãozinho que agora temos usado muito nas nossas conversas on-line? Será que eles reforçam alguma coisa que estamos dizendo?

10 - Vocês contaram para alguém que estão participando da pesquisa?

11 - Se fosse para gente dar uma nota, de 1 a 5, que nota vocês dariam para essa experiência que nós estamos tendo aqui com a pesquisa, com o nosso envolvimento lá no grupo do Whats?