

## **Jornalismo cidadão no telejornalismo local: uma análise do programa Meio Dia da Ric Record em Joinville/SC<sup>1</sup>**

Maiara Carvalho Batista<sup>2</sup>

### **Resumo**

Neste trabalho serão apresentados os resultados da análise de conteúdo do programa jornalístico Meio Dia, veiculado na Ric Record em Joinville (SC) com foco na participação do público. A análise foi feita a partir do estudo do conceito jornalismo cidadão. Foram analisados 12 programas, gravados em duas semanas seguidas, o que possibilitou perceber o interesse da emissora em obter a participação dos telespectadores e mostrou também o quanto é frágil a produção desse programa quando o assunto é jornalismo cidadão. O trabalho traz ainda definições do termo e contextualização do jornalismo cidadão aplicado em telejornais.

**Palavras-chave:** televisão, telejornalismo local, jornalismo cidadão, colaboração.

A disseminação da internet, a interatividade entre usuários, a criação de blogs e redes sociais iniciaram um processo de transformação no fazer jornalístico. O cidadão deixou de ser um mero telespectador/leitor e virou coadjuvante na produção de notícias. O acontecimento em flagrante, o imediato, passou a ser fotografado e/ou filmado por pessoas comuns. As Tecnologias da Informação e Comunicação – TIC - trouxeram consigo a possibilidade de fazer com que qualquer indivíduo possa realizar, mesmo que de forma limitada, a função de um jornalista. A informatização trouxe também a expansão do conhecimento, fazendo com que as pessoas fiquem mais preocupadas e atentas às notícias geradas pelos meios de comunicação, abrindo assim a possibilidade de concordar ou não com determinadas apurações das reportagens e incluir nos noticiários, sejam eles televisivos, radiofônicos, impressos ou online, para que estes tragam mais informações de interesse público ou do público.

Contar histórias, fazer denúncias, apurar dados, mostrar os dois lados de uma mesma história, deixar a população que os lê, assiste, ouve, bem informada: funções simples e principais de um jornalista formado em uma academia. Funções estas que devem ser regradas pela honestidade e trilhando as normas de redação e os critérios de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista, formada em Comunicação Social pela Associação Educacional Bom Jesus Ielusc e mestranda em Comunicação Social pela Universidade Federal do Paraná: maiah\_cb@hotmail.com

noticiabilidade. Quando nasce um jornalista, de fato e de direito, surge também a responsabilidade de mostrar a outros cidadãos que está acontecendo no mundo, no país, no Estado, enfim, ao seu redor. Porém, esta responsabilidade hoje é dívida com o próprio público que com o passar dos anos e com as inúmeras possibilidades ofertadas está fazendo parte desse novo fazer jornalístico.

Nesta pesquisa, é essa nova possibilidade de se construir notícias e se produzir um programa, neste caso, televisivo que será analisada. O programa escolhido é um dos que mantém a liderança na audiência na cidade de Joinville, em Santa Catarina, o Meio Dia, da Rede Independência de Comunicação – Ric, afiliada a Rede Record. Em seguida será feito um breve relato da trajetória e significação do jornalismo cidadão, bem como sobre telejornalismo local e por fim os resultados da pesquisa.

### **Jornalismo Cidadão**

Chamado também de jornalismo colaborativo, participativo (AMORIM, 2009), open source (BRAMBILLA, 2006) ou simplesmente jornalismo cidadão (GILLMOR, 2005, TARGINO, 2006, BARCELLOS, 2011, CAJAZEIRA, 2011), o termo que se refere ao jornalismo praticado por cidadãos que não tem formação específica na área do jornalismo iniciou muito antes da era das Tecnologias da Informação e Comunicação – TIC. Se considerarmos que o público exerce o papel de jornalista, quando este telefona para uma redação, seja ela de jornal impresso, uma emissora de rádio ou de televisão para sugerir uma pauta, fazer uma reclamação ou até mesmo uma denúncia, a data de início desta participação não pôde ser mensurada e afirmada com credibilidade. Consideremos que essas participações passaram a existir desde que os homens criaram instrumentos para tal. Há mais de 60 anos, quando os programas radiofônicos estavam no auge, a participação do público já era constatada. Os ouvintes eram convidados a participarem através de ligações para os estúdios de rádios, “quem fazia a notícia era o ouvinte” (GILLMOR, 2005, p. 119)

Porém, o crescimento dessas participações se deve principalmente as invenções tecnológicas que fizeram com que estes mesmos consumidores de notícias pudessem também ser produtores delas. Um dos motivos apontado por Gillmor é o descontentamento por parte desses cidadãos com o exercício do jornalismo. Não produzimos informações para seres impensantes que aceitam tudo e qualquer coisa escrita e falada por jornalistas. Estes cidadãos estão cada vez mais atentos e preocupados com as notícias veiculadas na imprensa:

Tudo se resume a algo muito simples: os leitores (ou telespectadores, ou ouvintes) sabem mais do que os profissionais das mídias. Uma verdade por definição: eles são muitos e nós, nas mais das vezes, somos um só. Precisamos de reconhecer o que é óbvio e, no melhor sentido da palavra, valer-nos dos conhecimentos deles. Se o não fizemos, mal os nossos antigos leitores verificarem que não têm de contentar-se com informações mal cozinhadas, poderão decidir ir eles mesmos para a cozinha. (GILLMOR, 2005, p. 119)

O surgimento das tecnologias da informação e o crescimento desenfreado dessas invenções facilitaram o acesso à informação para a população. Mas não basta ter acesso, era preciso fazer parte dela. Gillmor conta que um dos meios que permitiu a libertação e a criação de “novos mídias” foi o computador pessoal, seguido da criação da internet. Essas invenções fizeram com que as comunicações passassem por uma transformação. “Agora, dispúnhamos de um meio que seria o que quiséssemos que ele fosse de um para um, de um para muitos ou de muitos para muitos.”

Com o passar dos anos, com o avanço da tecnologia a população começou a utilizar os meios de comunicação de uma forma diferente. No início a função principal desses meios era a troca de informação, logo depois perceberam que o entretenimento poderia fazer parte deste mundo. No rádio, além das notícias, havia a possibilidade de ouvir músicas e novelas por exemplo. A televisão, que nasceu do rádio, trazia também informação e entretenimento. Quando os computadores e a internet se fizeram presentes no mundo das comunicações, foi possível perceber que a comunicação estava nas mãos das pessoas.

A interação entre o público seja ele de leitores, telespectadores ou internautas é algo que intensifica a utilização do jornalismo cidadão por parte dos meios. Para as emissoras, se o público se sente parte do processo comunicacional, ele estará mais propício a ser consumidor das notícias de determinado canal com mais facilidade, como acontece no programa analisado nesta pesquisa. Atualmente, é comum os aparelhos tecnológicos serem vistos nas ruas, no trabalho, na escola, com adultos ou crianças. São celulares smartphones, tablets, notebooks, câmeras digitais, produtos que diminuem distâncias virtualmente falando entre outras pessoas, aproximando por meio da internet o cidadão do mundo, seja ele com o intuito de se informar ou se entreter.

No início deste novo século, os alicerces essenciais do então emergente jornalismo cívico estavam colocados no lugar próprio. A web era já um lugar onde as organizações noticiosas tradicionais e os recém-chegados estavam a exercer uma velha profissão com ferramentas melhoradas, que tornavam mais fácil a vida de todos os participantes. Precisávamos de um catalisador que nos mostrasse até onde poderíamos ir. E ele materializou-se, de forma medonha, no dia 11 de setembro de 2001. (GILLMOR, 2005, p. 36).

Neste dia, 11 de setembro de 2001, enquanto repórteres de televisão posicionavam-se diante das câmeras, a internet já estava repleta de vídeos e depoimentos de sobreviventes

do atentado terrorista que marcou o mundo. Depois desse fato, o jornalismo cidadão cresceu e se consolidou como uma nova forma de fazer jornalismo, contando com a colaboração de quem antes era mero consumidor de informação.

Para Lidiane Ramirez de Amorim (2009), este tipo de jornalismo deve ser chamado de jornalismo participativo. A pesquisadora que dissertou sobre a participação do público em noticiários de televisão julgou que o uso do termo jornalismo cidadão pode gerar conflito de compreensão, sendo que o termo jornalismo participativo, remete-se a participação. “Não se trata do cidadão fazendo jornalismo, como sugere a nomenclatura “jornalismo cidadão”, mas sim de pessoas leigas que, por meio de envios de insumos, sobretudo imagens de interesse jornalístico, participam da construção de materiais noticiosos.” (p.102)

Amorim (2009) cita ainda em sua dissertação as diversas formas de participar. Uma delas sendo fonte de matérias noticiosas, muito usada em reportagens de televisão, onde usamos fontes como personagens para dar mais veracidade aos fatos. Porém, não consideramos esta forma de participação jornalismo cidadão, já que na maioria das vezes, não é o cidadão que procura a emissora de televisão pra sugerir, opinar e participar, mas sim o veículo que busca por “personagens” para dar “vida” às matérias.

A prática do jornalismo cidadão é também chamada de jornalismo open source por autores como Brambilla (2006). O termo significa jornalismo de código aberto e se remete a liberdade conquistada com a internet onde o acesso é livre, simplificando assim o modo de interação e participação do público para com os meios de comunicação. A pesquisadora brasileira que estuda a relação entre os jornalistas e esses novos consumidores de notícias que agora são também produtores no ambiente digital conta que o termo jornalismo open source nasceu de um movimento criado por programadores para designar todo software distribuído gratuitamente.

Entretanto, o termo jornalismo cidadão utilizado na pesquisa remete-se ao poder que está nas mãos dos cidadãos comuns de fazer parte da construção das notícias. Targino (2009, p. 59) afirmou em seu livro *Jornalismo Cidadão: Informa ou deforma?* que as nomenclaturas não interferem no significado nova prática jornalística:

Independente das questões terminológicas, todas essas novas expressões demarcaram as distinções entre a web tradicional e esta, que se expande como rede social, privilegiando a participação, a colaboração do cidadão e dos grupos sociais à frente da produção de notícias. Isso exclui, teoricamente, o mercantilismo e reforça a intenção de um jornalismo voltado para a cidadania e/ou afeito aos valores poéticos do jornalismo brasileiro, no estágio inicial, quando as ideias prevaleciam sobre as questões econômicas e mercantilistas e a imprensa se impunha como serviço público a favor das coletividades e das tradições culturais e literárias. Ou seja, esta é a diferença fundamental entre web 1.0 e web 2.0: em lugar de

anunciantes, voluntários; em lugar de empresários, pessoas comuns no gerenciamento dos espaços virtuais; em lugar do discurso oficial, a voz das coletividades; em lugar de lucro (exorbitante ou não), justiça. É o uso ativo da Rede como recurso para assegurar e consolidar a democracia e que confirma a proposição popular “de que, quando os meios não chegam, chegam os cidadãos” às trincheiras da divulgação dos fatos e dos acontecimentos. (TARGINO, 2009, p. 59)

Sendo assim, nesta pesquisa, o termo jornalismo cidadão, o primeiro a ser utilizado e defendido pelo autor Gillmor (2005) que se refere aos indivíduos que fazem o papel de jornalista e que se sentem no direito de opinar e colaborar com os veículos de comunicação, neste caso a televisão, será defendido como o termo mais apropriado para a atividade.

### **Sobre o telejornalismo local**

Desde o surgimento à atualidade, a televisão tem papel fundamental na vida de milhares de cidadãos: mostrar o que acontece no mundo e também nas proximidades de onde mora. Vemos o mundo de dentro de casa. A televisão nos conecta ao que acontece do outro lado do mundo ou o que acontece na esquina da nossa casa. (MARTINS, 2008). A proximidade da televisão com o telespectador cresce a cada ano e a cada novo programa, seja jornalístico ou não.

Mostrar o que acontece na cidade, no bairro foi uma necessidade que fez com que o telejornalismo de televisão se fizesse também local. Nesse sentido, Gomes (2006, p. 3) afirma que o telejornalismo local passa a ter papel fundamental na intermediação entre telespectador e o que é notícia na cidade.

Se a mídia nos insere neste espaço público, influenciando nosso sentimento de pertencimento, podemos aferir que quando as notícias se referem ao local em que moramos, à nossa cidade, esta mediação se torna mais estreita, pois o lugar do qual se fala é também o lugar em que o receptor está. (GOMES, P.3)

O telejornalismo, por si só, já é qualificado como produtor de significados culturais e sociais. Sendo ele produzido em uma determinada localidade para aquela localidade, o telejornalismo ganha ainda mais vitalidade. “As reportagens são micro-narrativas da cidade. O telespectador que assiste ao jornal de casa se identifica com o que está vendo, porque a notícia local efetivamente faz parte de sua vida cotidiana.” (ibid, p. 06) Além da criação de identidade local, defendida por autores como Gomes (2006), Coutinho e Fernandes (2007), Martins (2008) e Donato (2011), a participação efetiva do telespectador na construção das notícias deve ser considerada. Para Martins, (2008, p. 03) o telejornal local “é um mediador entre o receptor e a cidade, uma vez que o telespectador se conecta a ela através do telejornal; conhece e compartilha pela tela da televisão as histórias de cidadãos como ele, e que vivem problemas semelhantes aos seus.”

A necessidade de se compreender o mundo globalizado, de estar em contato com o outro, de partilhar as mais variadas informações é de certa forma preenchida pelo jornalismo, mais marcadamente através da televisão. O real, traduzido pelas imagens, se materializa na tela que faz parte do nosso cotidiano. O telejornal satisfaz a angústia diária produzida pela necessidade de pertencer ao mundo, em um momento em que ele nos parece fragmentado. (GOMES, 2006, p. 3)

Enquanto a televisão evoluía e deixava de ser novidade para ser comunicação de massa, a televisão em rede era um sonho que se tornou realidade no final de 1960. Em 1969, quando o primeiro telejornal brasileiro em rede entrou no ar, iniciava-se uma nova era: através da televisão, o Brasil estava conectado. O *Jornal Nacional*, telejornal transmitido pela Rede Globo de segunda a sábado entre as novelas das 19h e das 21h, traz todos os dias informações dos quatro cantos do país. Assim como ele, outros telejornais e/ou programas jornalísticos nacionais mostram aos telespectadores informações e mostram o que acontecem nos mais diversos Estados, desde que haja interesse público nacional. A união do país através das redes de televisão atendia a interesses do governo militar e do mercado publicitário, na época. Porém, através de contratos de afiliação, emissoras de todo o Brasil se uniam a redes nacionais como aconteceu com a emissora Rede Independência de Comunicação (RIC RECORD).

Para Maia (2007), os telejornais locais nasceram da necessidade das grandes emissoras de TV mostrarem notícias que despertam interesse para uma comunidade específica de um Estado ou região. “Nesse tipo de telejornalismo, a característica fundamental dessa rotina produtiva é cobrir essa localidade e os acontecimentos que compõem o dia-dia de um grupo de pessoas determinado” (ibid, p. 2) Portanto o telespectador que senta em frente à televisão com o intuito de se informar, espera além. Ele tem interesse também no que acontece em sua cidade, no bairro em que mora, estuda, ou trabalha.

A televisão foi um meio que nasceu do regional, juntamente com o rádio e o jornalismo local no Brasil está a cada dia ganhando força. Em Joinville, região norte de Santa Catarina existem quatro emissoras de televisão afiliadas dos principais grupos do país: SBT (Sistema Brasileiro de Comunicação), Rede Globo, Record e Bandeirantes. Entretanto, as únicas que possuem sucursais que transmitem sinal local são a Rede Brasil Sul (RBS TV) afiliada à Rede Globo e a Rede Independência de Comunicação (Ric) afiliada à Record. Essas duas emissoras apresentam diariamente de segunda a sábado quatro programas jornalísticos locais.

A RBS TV transmite das 12h às 13h o Jornal do Almoço e à noite, depois da novela das 18h (programação nacional) o RBS Notícias, sendo o primeiro bloco local e os restantes estadual. Já a Ric Record, objeto de análise dessa pesquisa transmite no horário do

almoço o Meio Dia e à noite, às 19h45 o Ric Notícias, seguindo o cronograma da concorrente.

### **Jornal do Meio Dia**

Há 13 anos, de segunda a sexta-feira, das 12h às 13h, o horário do almoço é local no canal 8 VHF. O programa resistiu às mudanças de emissoras, de apresentadores, de perfis e de formato. O *Meio Dia* já recebeu a denominação *SBT Meio Dia* quando o canal 8 transmitia a *Rede SC Joinville*, afiliada ao SBT (Sistema Brasileiro de Televisão). Atualmente, veicula pela RIC TV Joinville, pertencente ao Grupo Independência de Comunicação (RIC - afiliado à Record, uma das maiores redes de televisão do país). A cada ano se consolida como programa jornalístico que está a serviço da comunidade e disputa com o *Jornal do Almoço* a liderança de audiência em Joinville.

O jornalismo local é predominante no programa jornalístico *Meio Dia* e isso se dá pela trajetória que a emissora que o transmite têm. Mais jovem, porém, muitas vezes a história do Grupo Independência de Comunicação se encontra com a história do Grupo RBS. Já que ambos buscaram serem redes com objetivo de se aproximar dos telespectadores e dos anunciantes.

De acordo com informações contidas no site do Instituto RIC, o grupo teve início na década de 1980, por Mário José Gonzaga Petrelli, e foi expandido e consolidado com o trabalho de seus filhos Leonardo e Marcello, gestores das empresas no Paraná e em Santa Catarina, respectivamente. Atualmente é considerado um dos maiores grupos regionais de comunicação do Brasil, é afiliado à Rede Record (que luta pela liderança da audiência com a Rede Globo). Está presente em 18 municípios catarinenses e paranaenses e atinge um público de 16,8 milhões de habitantes. Ainda de acordo com informações do site, tem como papel ser um agente de desenvolvimento dos valores culturais, econômicos e sociais e considera a sua produção de telejornalismo local uma das mais expressivas do país. Parte da história do Grupo está publicada no site Wikipédia e que foram confirmadas em entrevista com a Coordenadora de Jornalismo da RIC TV Joinville, Adriana Ferminiano.

De 1987 a 1995, a RIC TV foi afiliada à Rede Manchete, com o nome de TV Independência em Curitiba, litoral e regiões central, noroeste e oeste Paranaense, e TV Vanguarda na região de Cornélio Procopio e Londrina. A partir de 1989, foi afiliada ao SBT em Florianópolis e Chapecó com o nome TV O Estado, sendo que a partir de 2000 com as emissoras de Joinville e Blumenau, para todo estado, com o nome Rede SC, até 2008. A partir de janeiro de 2011, as emissoras da RIC em Santa Catarina passam a adotar a

nomenclatura RIC TV Record, sendo que, até final de 2010 utilizava a denominação RIC Record, para integração com a RIC TV no Paraná<sup>3</sup>.

Apresentado por Marcos Ouriques, o *Meio Dia Joinville* solicita a colaboração do telespectador para sugerir pautas, mandar opiniões e principalmente reclamações de situações que ocorrem no seu bairro através de telefone e/ou email. Todos os dias, quatro ou mais emails são lidos ao vivo. Além disso, a produção do programa entra em contato com o órgão responsável pelo problema e busca uma solução ou até mesmo uma resposta. Os telespectadores podem participar também através do tele-mural. Como o próprio nome já diz, no quadro, o telespectador pode reclamar, sugerir, oferecer produtos e serviços. O programa segue uma linha editorial voltada à comunidade e ao assistencialismo. A participação do público pode ser feita também através das redes sociais na internet.

### **Sobre os resultados da pesquisa**

Em 12 programas analisados, somando 870 minutos de gravação, divididos em 58 blocos, a participação do público pode ser percebida todos os dias de maneiras diversas. Todos os dias os telespectadores participaram do Concurso Cultural promovido pela emissora chamado de Maleta Premiada<sup>4</sup>. Outra maneira de participação registrada neste noticiário é através de e-mail, que são lidos ao vivo ao longo do programa. Eles não pertencem a nenhum quadro, mas são lidos ao longo dos programas. Porém, os e-mails não aparecem em todas as edições. De acordo com a coordenadora de jornalismo da emissora, Adriana Ferminiano, durante entrevista concedida a pesquisadora, os e-mails entram no roteiro do noticiário conforme a demanda e também é avaliado pela equipe de jornalismo se há espaço suficiente na grade. Esses e-mails apareceram em cinco dos 12 programas analisados, chegando a um total de 11 e-mails.

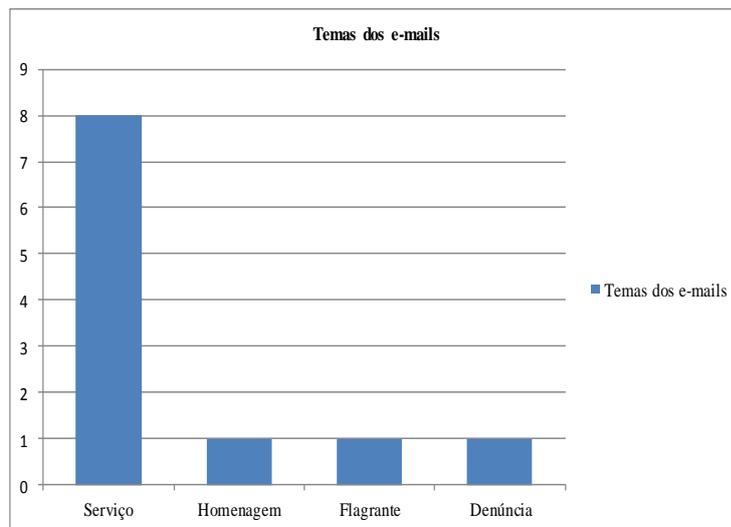
Dos 11 e-mails, oito foram classificados como serviço: dois foram anúncios de doação de móveis, três pedidos de ajuda para encontrar documentos, um deles pedindo ajuda para encontrar uma pessoa, outro também pedindo ajuda para encontrar uma moto roubada, um pedindo doação. Um deles foi classificado como homenagem, outro como denúncia e último como flagrante, pois se tratava era um flagrante de um incêndio. Observe o gráfico:

---

<sup>3</sup> Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/RIC\\_TV](http://pt.wikipedia.org/wiki/RIC_TV). Acesso em: 27/08/2013, às 21h10.

<sup>4</sup> A participação dos telespectadores nesse quadro não se configura como jornalismo cidadão. Maleta Premiada será especificado logo abaixo na análise dos blocos.

Gráfico: Temas dos e-mails.



Fonte: Batista, 2013.

Além dos e-mails, o público que assiste ao telejornal do meio dia da Ric Record Joinville pode participar através do Tele-mural<sup>5</sup>. Ao longo dos 12 programas analisados, o Tele-mural apareceu em quatro programas. Foram ao todo cerca de oito minutos, sendo dois minutos por programa, somando 28 participações. O primeiro foi no dia 16 de setembro, com oito participações, o segundo no dia 17 de setembro teve seis participações, no dia 25, sete telespectadores participaram do quadro e por último do dia 26, último dia de análise, mais oito pessoas participaram. Dessas participações, a maioria se enquadra em negócios (compra-vende-troca).

### Considerações finais

A análise de conteúdo realizada para elaboração da pesquisa se dá através da observação minuciosa de 12 programas de cada emissora. O objeto de estudo, o Meio Dia da Ric Record foram gravados durante duas semanas seguintes, do dia 16 a 28 de setembro de 2013 e analisados por completo focando nos registros da participação do telespectador.

Estudar um tema inovador traz consigo algumas vantagens e desvantagens. O referencial teórico disponível sobre jornalismo cidadão ainda é pequeno, porém o material existente é novo e atual, o que favorece o entendimento dessa nova categoria do jornalismo.

O jornalismo cidadão parte da premissa de que um indivíduo munido de aparelhos tecnológicos, tais como celulares com câmeras por exemplo, registra algum fato

<sup>5</sup> Quadro do programa que exibe em cada edição uma junção de telefonemas gravados dos telespectadores. O tele-mural será explicado neste capítulo, durante a descrição dos blocos.

considerado notícia. Porém o jornalismo cidadão também favorece aqueles consumidores de notícias que participam do telejornal de outras maneiras, com e-mails ou até mesmo telefonemas, desde que sejam regados de sentido jornalístico a mensagem.

Durante a análise desses 12 programas, foi possível constatar que o jornalismo cidadão ainda não está consolidado na produção do noticiário. Apesar dos jornalistas envolvidos por esse processo afirmarem que a participação do público existe, seja ela através de e-mail, telefone, redes sociais, não há registro quantitativo relevante para afirmarmos que o jornalismo cidadão faz parte da produção desses telejornais.

Ao longo da análise dos dados foi possível perceber que no programa jornalístico da Ric Record a participação do telespectador é registrada com bastante frequência, porém, a futilidade dos temas fere os princípios jornalísticos que possibilitariam caracterizá-lo como jornalismo cidadão. Em todos os doze programas analisados, foram registradas a participação do público em todas as edições através de três principais meios: e-mail, tele-mural e maleta premiada.

Dos doze programas analisados, foram ao todo 870 minutos distribuídos em 58 blocos. Em cinco destes foi registrada a presença da participação do público através de e-mail. Esses e-mails são previamente selecionados pela produção do noticiário, de acordo com normas de noticiabilidade como interesse público e vão ao ar na íntegra. Em cinco programas, foram 11 e-mails lidos, sendo que sete deles foram enviados por mulheres, três por homens e um anônimo. Os temas mais comuns são prestação de serviço, homenagem, flagrante e denúncia.

Percebe-se que há um interesse intenso por parte do público em enviar ao telejornal e-mails com mensagens de pedidos de ajuda por exemplo ou de serviços em geral. Podemos concluir com esses dados de que os telespectadores que assistem ao Meio Dia da Ric Record se sentem parte do noticiário e querem buscar através desse canal soluções para problemas que eles julgam de interesse geral. Já por parte da emissora, concluímos que essas participações parte do interesse em ter sempre o cidadão ao lado do noticiário ajudando com colaboração e sugestões de pautas, mas também se tornando telespectador fiel e colaborando na manutenção da audiência e legitimarem os interesses privados da empresa na localidade.

Além dos e-mails, muitos telespectadores ligam para o telefone interativo da emissora e gravam mensagens para serem veiculadas no quadro tele-mural. Esse quadro foi visualizado por quatro vezes ao longo da pesquisa. Foram ao todo 8 minutos

disponibilizados a esses quadros, tendo ao todo 28 participações. Essas participações em geral são usadas como “classificados”, onde são oferecidos serviços de venda, compra e troca. Ao que se refere a prática do jornalismo cidadão, está é uma ação distante do que diz o conceito estudado. Essas participações não se referem em momento algum em fatos noticiosos, mas sim na participação do telespectador regada de interesses. Por parte do telespectador, o indivíduo está utilizando um espaço aberto a ele para oferta de serviços, tendo então interesse em solucionar sua questão levada à público e quem sabe fechar um negócio econômico quando for o caso. Já por parte da emissora, a utilização de um quadro de ofertas de serviços dentro de um programa jornalístico tem a função de atrair e prender de certa forma ainda mais a atenção do público. Sendo assim, este espaço não pode se caracterizar como jornalismo cidadão, mas sim como participação do público, não como coadjuvante na construção das notícias, mas como parceiro na busca por audiência.

Outra participação do público registrada neste telejornal, mas como já dito na análise não configura o formato de jornalismo cidadão é o Concurso Cultural Maleta Premiada. Além de fugir dos padrões de exibição de noticiários, onde só as informações devem ser pautadas, o programa utiliza o espaço para promover um sorteio que premia o telespectador com dinheiro no caso dele acertar o que contém dentro da maleta. Este concurso é mais uma das manobras da Ric Record, (podemos dizer que é a principal) em prender a audiência do telespectador, já que o indivíduo precisa estar acompanhando as dicas deixadas pelo apresentador ao longo do programa.

Nesta análise foi possível constatar que o público que assiste ao telejornal da Ric Record é esse novo telespectador que está antenado e tem o desejo, a vontade de colaborar com a construção do noticiário e de certa forma é o mesmo que exerce sua função de cidadão, buscando seus direitos através de meios de comunicação.

Já a emissora como veículo de comunicação usa dessa participação para se promover e conquistar ainda mais a audiência, esta que é a principal arma de conquista dos anunciantes, objetivo final de uma empresa, seja ela de comunicação ou não. Sobre audiência, concordamos com a defesa exposta na dissertação de mestrado defendida recentemente na Universidade Federal de Santa Catarina pela pesquisadora Beatriz Cavenaghi, o tema é debatido para falar sobre a relação dos telejornais com os telespectadores. Cavenaghi (2013) lembra que um veículo de comunicação depende das propagandas para se manter e a captação de anunciantes dependem por sua vez dos índices

de audiência. “O compromisso com o lucro e com as regras de mercado faz com que as emissoras busquem sempre a audiência máxima” (p. 10)

Uma das formas se alcançar essa “audiência máxima” é trazendo o telespectador o mais próximo possível do noticiário, fazendo com que ele se sinta parte do programa, queira colaborar e também estar sempre disponível para assistir aos programas.

Por ser uma maneira nova de se fazer jornalismo, o jornalismo cidadão está presente no telejornal analisado. Porém, ainda é preciso adaptações e aprimoramentos para ser melhor utilizado e compreendido.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

AMORIM, Lidiane Ramirez de. Telespectador multimídia: olhares sobre o jornalismo participativo em noticiários de TV. 170 f.. Dissertação de Mestrado da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2009.

BARCELOS, Marcelo. Jornalismo cidadão: participação do leitor nos jornais do grupo RBS em Santa Catarina. 146f. Dissertação de Mestrado da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2011.

COUTINHO, Iluska; PORCELLO, Flávio; VIZEU, Alfredo (org's.). O Brasil (é)editado. Florianópolis: Insular, 2012.

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo e identidade em emissoras locais: a construção de contratos de pertencimento. 2006. 17f. Disponível em:

[http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coord5\\_iluska\\_coutinho.pdf](http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coord5_iluska_coutinho.pdf).

Acessado em 10 de julho de 2013, às 15h30.

COUTINHO, Iluska; FERNANDES, Lívia. Telejornalismo local e identidade: O Jornal da Alterosa e a construção de um lugar de referência. 2007. 12f. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2007/resumos/R0498-1.pdf>. Acessado

em 20 de julho de 2013, às 19h30.

GILLMOR, Dan. Nós, os media. Lisboa: Presença. 2005.

GOMES, Taiga Corrêa. A localidade no telejornalismo: um espaço de interação e pertencimento. 2006. 12f. Disponível em:

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/132820610185117675235604637827115535014.pdf>.

Acessado em 12 de julho de 2013, às 21h.

- MAIA, Wander Veroni. Análise descritiva e histórica do telejornal regional “Balanço Geral”, da Tv Record Minas. 2007. 19f. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/maia-wander-telejornal-regional.pdf>. Acessado em 18 de julho de 2013, às 16h30.
- MARTINS, Simone. Da audiência presumida ao espectador participativo: telejornalismo e identidade local no jornal da Alterosa edição regional. 2008. 13f. Disponível em: <http://portaladm.estacio.br/media/3327463/6-audiencia-presumida-espectador-participativo-telejornalismo-identidade-local-jornal-alterosa-edicao-regional.pdf>. Acessado em 15 de julho de 2013, às 18h.
- MARTINS, Maria Cezira Nogueira; Bógus, Cláudia Maria. Considerações sobre a metodologia qualitativa como recurso para o estudo das ações de humanização em saúde. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-12902004000300006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-12902004000300006&script=sci_arttext). Acessado em 07 de setembro, às 22h30.
- TARGINO, Maria das Graças. Jornalismo Cidadão. Informa ou deforma? Brasília: Unesco, 2009.