
Informação e interação: o uso de quadros de participação do público como parte das rotinas produtivas do MG1 Zona da Mata¹

Gustavo Teixeira de Faria PEREIRA²
Iluska Maria da Silva COUTINHO³
Universidade Federal de Juiz de Fora, MG

RESUMO: O intuito do presente trabalho é analisar como as interações entre o MG1 e o público a partir de quadros de participação e compreender como essa interação é incorporada ao telejornal. Busca-se identificar se a interação se dá de forma esporádica e não estratégica, ou se é parte das rotinas produtivas do noticiário. Para tal, tomamos como objeto empírico edições do MG1, telejornal local da TV Integração, afiliada Globo na Zona da Mata e Campo das Vertentes, por meio do recorte do mês de maio de 2024. A metodologia utilizada é a Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016; 2018), escolhida por permitir uma avaliação de materiais audiovisuais sem decomposição e em sua totalidade. Os resultados preliminares indicam que a interação estabelece-se como forma de geração de vínculo e representação entre o telejornal e o público e, ao mesmo tempo, auxilia na oferta de materiais que compõem o noticiário.

PALAVRAS-CHAVE: Telejornalismo Expandido; Interação; Participação do público; MG1; Análise da materialidade audiovisual.

INTRODUÇÃO

Tomando como ponto de partida um cenário de telejornalismo expandido (Mello Silva, 2017) e multitelas (Finger, 2013), no qual a ampliação do digital e a expansão da tecnologia e das redes sociais digitais representam uma revolução na maneira de apurar, produzir e distribuir conteúdos jornalísticos (Rasêra, 2010), a participação do público nos telejornais tem se tornado uma prática recorrente e cada vez mais incentivada pelas emissoras, principalmente no que diz respeito ao caráter local. Isto porque, a partir desta participação, busca-se o fortalecimento do vínculo entre os veículos de comunicação e seu público e, ao mesmo tempo, identifica-se uma maneira de compor o noticiário com oferta de materiais que não são desenvolvidos pelas emissoras, mas que auxiliam na produção e construção do telejornal enquanto narrativa audiovisual (áudio + visual).

De acordo com Goulart de Andrade (2018), esta prática de gravação de imagens feitas para além do jornalismo, sobretudo utilizando câmeras amadoras ou de vigilância, pode ser conceituada como telejornalismo apócrifo e é fruto de transformações do telejornalismo na era digital.

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor de Jornalismo da Facom-UFJF, Jornalista e Doutor em Comunicação. email: gustavo.tfp7@gmail.com

³ Professora da Facom-UFJF, Jornalista e Doutora em Comunicação. email: iluska.coutinho@ufjf.br

A partir disso, o objetivo do presente trabalho é analisar de que maneira os quadros de participação do público e envios de materiais produzidos por telespectadores são integrados nas rotinas produtivas de um telejornal de caráter local e quais são os impactos dessa interação na construção do conteúdo jornalístico e na relação com a audiência.

Para tal, tomamos como objeto de pesquisa empírica edições do MG1 Zona da Mata, telejornal veiculado no horário do almoço pela TV Integração, afiliada da Rede Globo e a metodologia a ser empregada é a Análise da Materialidade Audiovisual, desenvolvida por Coutinho (2016; 2018) e que oferece ao pesquisador a possibilidade de investigar o conteúdo audiovisual em sua totalidade e sem decomposições.

PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO COMO ESTRATÉGIA DO MG1

Antes de iniciarmos a discussão acerca da participação do público nos telejornais, faz-se necessário posicionarmos que a despeito do que se produziu em termos científicos acerca da internet e do digital enquanto espaço para universalizar o acesso à comunicação, a interação e a coparticipação dos usuários no desenvolvimento de conteúdos, o que tem-se observado é uma uma ampliação do poder de algoritmos e das *big techs* que comandam esses algoritmos, bem como do uso de recursos de inteligência artificial no âmbito digital, o que coloca em risco a credibilidade da informação.

Por outro lado, o Jornalismo tem se inserido neste cenário digital, marcando presença como produtor de conteúdo nas mídias sociais digitais, e também tem atuado neste espaço como agente capaz de gerar credibilidade e informação de qualidade. No caso do telejornalismo, a ampliação de telas e a possibilidade de construção de narrativas que reafirmam o papel do jornalismo tem-se mostrado como uma importante estratégia na busca por reafirmar a veracidade e a confiabilidade das informações (Coutinho; Emerim, 2019). Tal fator é reforçado com a importância de informações apuradas, de qualidade e com credibilidade em um cenário de pandemia vivido entre 2020 e 2023, no qual o isolamento social foi uma das principais estratégias de combate ao avanço do vírus da Covid-19 por parte da Organização Mundial da Saúde (OMS), o que auxiliou no processo de retomada da credibilidade por parte da imprensa - mesmo que não em sua totalidade.

Entretanto, também devido à pandemia de Covid-19, o telejornalismo passou por significativas mudanças em suas rotinas produtivas, sendo que grande parte destas

modificações permaneceram após o fim do estado de Emergência de Saúde Pública Mundial no que se refere à COVID-19 por parte da OMS, o que ocorreu em maio de 2023.

Um primeiro impacto foi a ampliação do tempo dos telejornais nas grades de programação das emissoras, o que se justificava pela necessidade de informações sobre a Covid-19 naquele momento de pandemia, mas que permaneceu e trouxe reflexos para o telejornalismo, principalmente de caráter local, que continuou com o tempo de seus telejornais dilatado, mas sem que houvesse um aumento na quantidade de equipes disponíveis, o que resultou na ampliação das entradas “ao vivo” e no tempo destinado para entrevistas (Mesquita; Vizeu, 2020).

Outro resultado proveniente das mudanças decorrentes da pandemia para os telejornais, sobretudo locais, foi o aumento da frequência de gravação de vídeos com *smartphones*, tanto entre jornalistas, que à época filmavam em suas próprias residências e agora realizam inserções pontuais no local do fato - principalmente com a produção de conteúdos para as redes sociais digitais; quanto entre o público que começou a enviar materiais para os telejornais e tal estratégia tem sido incorporada aos telejornais (Rohde, 2020; Martins, 2020).

Soma-se a isso o cenário atual de um telejornalismo expandido, que segundo Mello Silva (2017) consiste na quinta fase do telejornalismo, caracterizada pelas mudanças ocorridas no jornalismo de televisão devido aos avanços tecnológicos e do digital.

Neste contexto de telejornalismo expandido e de apropriação e uso de novos formatos, linguagens e maneiras de interação e participação do público nas narrativas telejornalísticas (Finger, 2013), o telespectador - que agora também é usuário e consome o telejornalismo na TV e em outras telas (Pereira, 2019) - passa a não apenas consumir o que é produzido pelos telejornais, mas é convidado a participar e a co-produzir materiais com o telejornal, o que se identifica aqui como uma proposta de interação.

E é justamente por meio desta proposta que busca-se investigar os envios de materiais enviados por telespectadores e suas participações em quadros específicos do MG1 com o intuito de compreender os impactos dessas interações na construção do telejornal e no desenvolvimento de relação com a audiência, bem como identificar a presença de conteúdos que se enquadram como sendo parte de um telejornalismo apócrifo, que é aquele produzido fora das redações e exterior ao jornalismo (Goulart de Andrade, 2018).

ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL

Para compreender o objetivo central deste trabalho, tomamos como método a Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016; 2018), escolhida pela possibilidade de avaliação de materiais audiovisuais como uma unidade, bem como a investigação do texto e de seus paratextos.

Neste sentido, utiliza-se como objeto o MG1, telejornal vinculado à TV Integração, afiliada da Rede Globo, e que tem como área de abrangência e alcance a Zona da Mata e Campo das Vertentes do estado de Minas Gerais. O recorte será o mês de maio de 2024, escolhido por ser um mês no qual não há nenhuma data especial ou comemorativa capaz de mobilizar ou alterar a programação do telejornal durante toda a sua extensão, o que auxilia na investigação do MG1 em seu contexto de produção cotidiano.

Retomando a questão metodológica, de acordo com Coutinho (2016; 2018), o primeiro passo consiste na pesquisa bibliográfica e documental, o segundo passo é o de construção de eixos de investigação e a terceira etapa é a análise dos materiais selecionados a partir de uma espécie de “entrevista do objeto” que é balizada por perguntas referentes aos eixos de avaliação anteriormente estabelecidos.

Escolhido o objeto e estabelecido seu recorte, passamos para a seleção de eixos de avaliação. No caso do presente trabalho, utiliza-se 3 eixos de investigação, importantes para a construção de resultados: 1- o telejornal convida o público a participar ou a participação se dá de forma espontânea?; 2- a participação é feita no ao vivo ou é mediada pelo telejornal?; 3- a interação acrescenta informação ou é utilizada apenas como modo a inserir os espectadores na construção do telejornal?, que tem como intuito contribuir com a “entrevista ao objeto”.

Antes da análise, contudo, cabe destacar que foram identificados 5 quadros que convidam o público a participar através do WhatsApp da emissora e que são parte da programação do MG1. São eles: 1- MG Responde, que é transmitido às terças-feiras e é composto por: convite à interação no início do telejornal, VT de introdução, participação do público por meio de perguntas que são exibidas no estúdio e respostas de especialistas - no estúdio e em externa; 2- Quadro Diversão e Arte, em que artistas enviam fotos ou vídeos convidando o público para eventos; 3- Arquibancada virtual, que consiste em convites relacionados a esportes feitos por telespectadores para o público; 4- Gols do MG1, que é composto de vídeos enviados por telespectadores para o telejornal; 5- Cadê meu Pet?, em que o público envia informações sobre seus pets desaparecidos.

Além disso, observou-se um quadro específico na última semana de maio, que diz respeito ao envio de materiais que celebram o aniversário de 174 anos de Juiz de Fora (local onde o telejornal é produzido), bem como mensagens que chegam para o telejornal e são exibidas durante um outro quadro do MG1: o “Fala Comunidade”, que traz como abordagem temas cotidianos das comunidades de Juiz de Fora e região.

Passando para os eixos de análise, uma prática comum no MG1 é o convite à participação, principalmente nos quadros que compõem a programação do telejornal. Das 27 edições analisadas, em 24 delas ocorreu algum tipo de interação entre MG1 e o público. Além disso, foram contabilizados 24 convites diretos à participação, com destaque para os quadros MG Responde, que é composto de perguntas feitas pelos telespectadores; arquivancada virtual e gols do MG1, quadros relacionados ao esporte; e Diversão e Arte, quadro ligado à cultura. Em todos os casos, os convites à interação são feitos pelo telejornal com a possibilidade de envio de materiais para o WhatsApp do telejornal, que é exposto na tela.

Imagem 1: MG1 convida o telespectador à participação por meio de seu WhatsApp



Fonte: Globoplay

Uma outra forma de participação observada é a de envio de imagens que, apesar de não serem creditadas, são feitas por telespectadores, como é destacado pela apresentadora do MG1, Érica Salazar. Exemplo disso se dá na edição de 13 de maio, quando telespectadores enviaram um material com cerca de 2 minutos de duração em que mostram as doações feitas em Juiz de Fora sendo entregues no Rio Grande do Sul, estado que em 2024 sofreu com chuvas que deixaram milhares de pessoas desabrigadas. No vídeo, é possível ouvir a voz de quem faz a gravação e narra o que está visualizando ao realizar as entregas.

Em relação aos modos pelos quais se dão as interações no MG1, identifica-se que todas são feitas a partir da mediação do telejornal e nenhuma delas ocorre ao vivo. Tal constatação se dá pelo fato de que todos os convites à participação que são respondidos pelo

público e exibidos na tela do estúdio possuem template próprio do MG1, seja no envio de mensagens de texto, imagens ou vídeos.

Imagem 2: Participação do público no quadro MG Responde



Fonte: Globoplay

Para além da mediação, pode-se inferir que o telejornal realiza uma curadoria dos materiais que chegam mas, ao exibirem na tela e promoverem uma sensação de bate-papo e interação entre as perguntas e respostas - algo que é mais recorrente no MG Responde -, transmite ao público uma “sensação de ao vivo” e de instantaneidade.

Por fim, ao analisarmos se a interação acrescenta informação ou é utilizada apenas como modo a inserir os espectadores na construção do telejornal, percebe-se que desde os convites à participação até a interação promovida entre o MG1 e o público, por meio de comentários da apresentadora, revela uma incorporação dos telespectadores na rotina produtiva do telejornal. Tal perspectiva é corroborada com o quadro fixo do MG Responde e que possui duração média de 30 minutos dos cerca de 60 minutos de telejornal.

Neste sentido, identifica-se que no quadro MG Responde, em que as perguntas feitas pelo público são utilizadas como temas de respostas de especialistas, em estúdio e em externa - com temas que são produzidos previamente pelo telejornal -, o que torna a participação um pontapé inicial para a informação; e no quadro Diversão e Arte, em que artistas locais divulgam eventos em Juiz de Fora e região, o telejornal se coloca como mediador da informação e observa-se um acréscimo de informações por meio da participação popular.

Por outro lado, em quadros como a “Arquibancada Virtual”, no qual o público envia fotos de eventos ou faz convites para eventos esportivos; “Gols do MG1”, em que o público envia vídeos de gols em partidas de futebol amador; e envio de imagens em locais de Juiz de Fora como forma de homenagear os 174 anos da cidade, os recursos de interação são utilizados apenas como auxiliares na construção do telejornal e preenchimento da grade de programação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após análise do MG1, uma primeira consideração a ser feita é a presença cada vez maior do público no telejornal, algo que ocorre tanto pela participação espontânea em envio de fotos e vídeos de ocorridos que o MG1 não esteve no local do fato - ainda que sem a devida creditação -, como pelo convite à participação do público através do WhatsApp do telejornal.

Nesse sentido, identifica-se uma busca do MG1 pelo estabelecimento de vínculos de proximidade e de interação com o público, bem como uma utilização de materiais enviados pelos telespectadores para a construção dos telejornais, funcionando como uma “via de mão dupla” no qual o cidadão se sente representado e o MG1 preenche sua grade de programação com a “presença do público”.

Por fim, pode-se concluir que a interação do público no telejornal não apenas é incorporada em seus quadros fixos, como se torna elemento essencial no desenvolvimento de certos quadros que “dependem” do envio de material por parte dos telespectadores. Isso justifica tanto o estabelecimento de quadros em dias fixos, como é o caso do MG Responde, que é parte da agenda do MG1 todas as terças-feiras, como também quadros que possuem nome e identidade visual, mas que não são reproduzidos com regularidade, como pode-se exemplificar com os quadros “Gols do MG1”, que apesar de ter cinco inserções, tais exibições são em dias próximos (14, 22, 23, 28 e 29 de maio); e “Cadê meu Pet”, que apareceu apenas uma vez no período analisado.

Contudo, cabe destacar que apesar de essa interação e inserção do público se colocarem como alternativas interessantes no que se refere à participação no telejornalismo, por outro lado é possível apontar para uma redução de conteúdos de interesse público e que possam promover a informação. Além disso, identifica-se um cenário de precarização profissional, à medida que parte da grade horário do telejornal que outrora era ocupado por matérias produzidas por equipes de jornalismo, agora é substituída por mensagens, fotos e vídeos dos telespectadores.

REFERÊNCIAS

COUTINHO, I. M. S.; EMERIM, C. **Lugares, espaços, telas e reconhecimento: o local do telejornalismo na contemporaneidade.** In: COUTINHO, I. M. S.; EMERIM, C. Telejornalismo Local: Teorias e Conceitos. Insular, 2019. p. 23-40.

-
- COUTINHO, I. M. S. **Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual:** da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. *In:* Emerim, C.; Coutinho, I.; Finger, C. (orgs.). Epistemologias do telejornalismo brasileiro. Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 7. Florianópolis: Insular, 2018. p. 175-194.
- COUTINHO, I. M. S. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. *In:* **Anais XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, São Paulo: ECA-USP, 2016.
- FINGER, C. O telejornal em qualquer lugar: uma sondagem sobre a recepção de notícias nos dispositivos portáteis. **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul – v. 12, nº. 23, jan./jun. 2013.
- GOULART DE ANDRADE, A. P. **Telejornalismo apócrifo:** a construção da notícia com imagens amadoras e de vigilância. Insular, 2018. 164 p.
- MARTINS, M. A. **A ascensão de estratégias amadoras no telejornalismo profissional:** uma nova visibilidade potencializada pelas limitações técnicas trazidas pela Covid-19. *In:* EMERIM, C.; PEREIRA, A.; COUTINHO, I. M. S. A (re)invenção do telejornalismo em tempos de pandemia. Editora Insular: Florianópolis, 2020. p. 107-121.
- MELLO SILVA, E. Bases Epistemológicas do Telejornalismo: entre a teoria e a prática. *In:* 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2017, São Paulo, SP. **Anais [...]** São Paulo: ECA/USP, 2017.
- MESQUITA, G.; VIZEU, A. **Em tempo de coronavírus nos telejornais:** o “lugar de referência” e a “audiência potente” na produção de notícia. *In:* EMERIM, C.; PEREIRA, A.; COUTINHO, I. A (re)invenção do telejornalismo em tempos de pandemia. Editora Insular: Florianópolis, 2020. p. 25-42.
- PEREIRA, G. T. F. **Novas Telas para o Telejornalismo:** o conflito entre o quarto e quinto estado/poder e a expansão do conteúdo para além das localidades. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, p. 116. 2020.
- RASÊRA, M. Jornalismo digital: do boom aos dias atuais. Uma reflexão sobre a necessidade da convergência de meios decorrente da mudança de hábitos de consumo da notícia. **Ícone**, v. 12, n. 1, p. 1-9, 2010. DOI: <https://doi.org/10.34176/icone.v12i1.230424>.
- ROHDE, A. **Jornalismo e pandemia na TV.** *In:* Emerim, C.; PEREIRA, A.; COUTINHO, I. A (re)invenção do telejornalismo em tempos de pandemia. Editora Insular: Florianópolis, 2020. p. 21-24.