

# A participação popular na produção do telejornalismo: um estudo da RBS TV Santa Maria

Alice Pavanello<sup>1</sup>

## Resumo

Nas últimas décadas, o celular e o acesso à internet passaram a fazer parte do dia a dia dos brasileiros. Com as tecnologias móveis disponíveis a um toque e a convergência de mídias representada nas possibilidades oferecidas em *smartphones*, qualquer cidadão tem o potencial de registrar imagens e vídeos e divulgá-los em suas redes sociais. Entretanto, mesmo com acesso às plataformas para a circulação de informação de caráter amador, a mídia tradicional continua sendo o principal canal que o cidadão dispõe para ter sua demanda veiculada. Nesse cenário, onde o amador e o profissional colidem e o cidadão encontra na cultura participativa canais para se manifestar, o presente artigo tem como finalidade analisar a participação do telespectador nos dois principais telejornais da RBS TV Santa Maria e as áreas que apresentam maior demanda por reportagens através das sugestões de pauta oriundas do cidadão. Para este estudo serão utilizados os embasamentos teóricos de Jenkins (2009), Shirky (2010), Castells (2005), Moretzsohn (2014) e Ramonet (2014).

**Palavras-chave:** Cultura participativa, telejornalismo, jornalismo cidadão, convergência de mídias, RBS TV

---

<sup>1</sup> Pós-graduanda em Televisão e Convergência Digital pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) e graduada em Comunicação Social, habilitação Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Contato [alicejornal@yahoo.com.br](mailto:alicejornal@yahoo.com.br).

## Introdução

Nas últimas décadas, a telefonia móvel passou a fazer parte do dia a dia dos brasileiros. A popularização de celulares e *smartphones* tem alcançado até as camadas mais baixas da sociedade. Na mesma crescente aparece o acesso à internet. De acordo com a Pesquisa de Amostra por Domicílio divulgada pelo IBGE<sup>2</sup> em 2014, 75,5% da população brasileira possuíam telefone celular. Enquanto em 2008, eram 53,7%. Um crescimento de 21,8% em cinco anos. No mesmo período cresceu 15,3% o número de pessoas que tem acesso à internet, em diferentes dispositivos, atingindo mais da metade da população do país. De acordo com uma segunda pesquisa, da Nielsen Ibope<sup>3</sup>, no primeiro trimestre de 2015, 68,4 milhões de brasileiros acessaram a internet por meio de um *smartphone*.

Com câmeras que fotografam e fazem vídeos de alta qualidade e a facilidade de divulgação em plataformas *online* e redes sociais, as pessoas passam a registrar fatos e acontecimentos que, na opinião delas, são relevantes e merecem atenção. Se antes um conteúdo, para ser publicado, passava por uma escala hierárquica vertical em que precisava ser avaliado e checado por vários profissionais, hoje ele segue uma dinâmica horizontal de produção sem precisar passar por instâncias decisórias, processo que Shirky (2010) define como o fim das barreiras entre textos públicos e textos privados.

Entretanto mesmo com a grande disponibilidade de plataformas para a distribuição de produtos em caráter amador a força das mídias tradicionais ainda prevalece. O que é respaldado pela primeira Pesquisa Brasileira de Mídia<sup>4</sup> realizada em 2013 pelo Ibope, a pedido da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. O levantamento mostra que 97% das pessoas entrevistadas assistem televisão enquanto 47% têm o hábito de acessar a internet. Também de acordo com a pesquisa, a televisão é o meio de comunicação preferido dos brasileiros com 76,4%, seguido pela internet com 13,1%.

Diante dessa penetração que os veículos de comunicação de massa têm, a população vê o jornalista como um verificador e um mediador de acordo com a

---

<sup>2</sup> A Pesquisa de Amostra por Domicílio do IBGE está disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000018851209112014124618639859.pdf>. Acesso em 05 de setembro de 2015.

<sup>3</sup> Pesquisa da Nielsen Ibope disponibilizada para colaboradores da RBS TV por meio de comunicação interna.

<sup>4</sup> A Pesquisa Brasileira de Mídia está disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/download/PesquisaBrasileiradeMidia2014.pdf>. Acesso em 05 de setembro de 2015.

definição de Moretzsohn<sup>5</sup>, já que, ainda conforme a autora, o papel do profissional é apurar, confirmar e, então, divulgar as notícias. Assim como Ramonet (2014) defende que, por um lado, as redes sociais caminham para uma democratização da informação, ele reconhece, por outro, que o papel do jornalista é ainda mais fundamental em um mundo onde a informação é abundante. É um método de selecionar o que de fato é relevante. Além disso, dessa forma o assunto em questão ganha espaço de destaque e se sobressai dentre tantos outros apresentados por cidadãos comuns; poder esse, chamado por Jenkins (2009) de amplificador.

Diante dessa realidade o presente artigo tem a intenção de analisar a participação da população nos dois principais telejornais da RBS TV (Jornal do Almoço e RBS Notícias) e apontar quais os segmentos que possuem maior demanda por reportagens. Foram analisadas as sugestões de pauta feitas pelos telespectadores entre os dias 8 e 21 de junho de 2015. Foram levadas em consideração todas as sugestões feitas pessoalmente ou utilizando os canais oferecidos pela emissora, quer sejam carta, telefone, e-mail, SMS e mensagens enviadas para repórteres e editores via Facebook.

Para embasar este trabalho serão utilizados conceitos de convergência de mídia, telejornalismo, jornalismo cidadão e cultura participativa, com embasamento dos teóricos Jenkins (2009), Shirky (2010), Castells (2005) Moretzsohn (2014) e Ramonet (2014) entre outros.

### **Web 3.0**

Hoje o acesso à internet é facilitado e disponível inclusive de graça através de sistemas de *wi-fi* em shoppings, lojas, restaurantes e até mesmo em alguns locais públicos ao ar livre. Com esse sistema o acesso às redes sociais e sites pode ser feito por dispositivos móveis tão popularizados hoje que desde muito cedo crianças e jovens aprendem e usufruem dessas tecnologias como mostra a pesquisa anual sobre o uso de internet por crianças e adolescentes do Comitê Gestor da Internet no Brasil que mostra que oito em cada dez jovens com idades entre 9 e 17 anos costumam acessar a rede pelo celular<sup>6</sup>. Já o acesso através de *tablets* é feito por 32% do grupo pesquisado e apesar de não ser um número tão expressivo, mostrou significativo crescimento com relação à pesquisa do ano anterior quando apenas metade, 16% dispunha do recurso.

---

<sup>5</sup> Moretzsohn, Sylvia. Para mais detalhes consultar artigo “Jornalismo Cidadão” e o mito da tecnologia redentora. In Brazilian Journalism Research – vol.2, n.2, 2014.

<sup>6</sup> Os dados da pesquisa foram coletados em 2014 com entrevistas domiciliares a 2,1 mil jovens. Disponível em: <http://cetic.br/pesquisa/kids-online/>. Acesso em 08 de setembro de 2015.

Santaella (2013) cita uma reportagem da revista Exame publicada em 2012 em que se refere ao período em que vivemos como o quarto marco da revolução digital. Sendo o primeiro a criação dos semicondutores, o segundo o computador pessoal, o terceiro a criação do Internet Explorer e as interfaces gráficas e, por fim, a interação entre usuários através das redes sociais. Essa evolução foi viabilizada pelo desenvolvimento da Web.

A Web 1.0 surge no fim do século passado e se baseia em páginas estáticas e na comunicação via e-mail. Koo (2011) cita como características o computador ter se tornado popular, redes de comunicação passaram a ser utilizadas por pessoas comuns, não apenas instituições e o início do comércio eletrônico. Já a Web 2.0 se caracteriza pela capacidade de interação e compartilhamento proporcionados aos usuários. O mesmo pesquisador enumera características como a conexão de inteligências através de *links*, modelos mais simples de programação e principalmente a facilidade de conexão interpessoal através da convergência digital e das redes sociais.

A fase em que estamos já ultrapassa as características da Web 2.0 que evolui diante do constante desenvolvimento da tecnologia, da crescente disponibilidade de informação e da forma como a população tem aproveitado essas possibilidades. O que, a partir de 2010, nos traz a um terceiro nível, a Web 3.0 caracterizada pela construção de novos conhecimentos através das informações que se têm disponíveis de forma a se criar um espaço mais democrático. Thompson observa que as tecnologias digitais transformaram a organização de espaço e tempo na vida social, (2014, p.119) “criando *novas* formas de ação e interação e *novos* tipos de relacionamentos sociais”. É nesse contexto que os cidadãos se apoderam dos mecanismos de interação para mostrar sua voz e suas demandas, registram suas insatisfações, trocam experiências uns com os outros e juntos buscam visibilidade para os problemas da sua rua, bairro e cidade.

### **Convergência e Cultura da Participação**

Hoje quem tem um *smartphone* em mãos conta com um aparelho capaz de captar imagens, escrever textos e imediatamente torna-los públicos. Cada vez mais “o público que ganhou poder com as novas tecnologias e vem ocupando um espaço na intersecção entre os velhos e os novos meios de comunicação, está exigindo o direito de participar intimamente da cultura” (JENKINS, 2009, p.53). A vontade de interferir na cultura, na definição de Jenkins também pode ser compreendida como motivação para participar ativamente das mudanças sociais através da circulação de conteúdos em

diferentes mídias. O que o autor define como cultura da participação é uma mudança no papel dos espectadores que até há pouco tempo apenas assistiam passivamente o que era transmitido pelos canais de comunicação. Essa alteração na lógica comunicacional é possível, segundo o autor (2009, p. 30), devido a “uma mudança cultural em que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídias dispersas”.

Essa possibilidade de ativa participação do cidadão é percebida por veículos de comunicação que passam a disponibilizar caminhos para facilitar a interatividade com seu público. A proposta de disponibilizar a notícia para ser lida, aperfeiçoada ou comentada de acordo com visões particulares para uma “estratégia democratizante da atividade de imprensa” é a proposta central do jornalismo *open source* segundo a visão de Brambilla (2005, p.4). O que também pode ser entendido como jornalismo participativo, uma vez que “evoca o ato criativo de um cidadão na coleta, apuração, análise e disseminação de uma informação” (BRAMBILLA, 2005, p.4). Gillmor (2004) também denomina o noticiário produzido pelas pessoas e para as pessoas como *grassroot journalism*. Sendo essa uma forma de legitimar o público como autor de mensagens heterogêneas e plurais.

Grassroots journalism is a part of wider phenomenon of citizen-generated media-of a global conversation that is growing strength, complexity and power. When people can express themselves, they will. When they can do so with powerful yet inexpressive tools, they take to the news-media realm quickly. When can reach a potentially global audience, they literally can change the world (GILLMOR, 2004, p.15).<sup>7</sup>

A base dessa nova forma de construir notícias foi fundamentada em 2000, quando a opinião de anônimos começou a ganhar espaço e credibilidade. Com o slogan “cada cidadão é um repórter” o sul-coreano Oh Yeon-ho criou o site de notícias Ohmynews<sup>8</sup> que recebia a colaboração de aproximadamente 38 mil pessoas de todo o mundo. Os textos que chegavam eram formatados e publicados por um grupo de 50 jornalistas que não interferiam no conteúdo, apenas na adequação gramatical. Em seu período de maior influência, a página chegava a receber mais de 1 milhão de visitantes por dia.

---

<sup>7</sup> Tradução livre da autora: “Jornalismo popular faz parte de um amplo fenômeno de mídia produzido por cidadãos de uma conversa global que está crescendo com força, complexidade e poder. Quando as pessoas puderem se expressar, elas o farão. Quando elas puderem fazê-lo com ferramentas ainda mais expressivas e poderosas, elas levam para um novo reino de notícias de mídia rapidamente. Quando puderem atingir uma audiência potencialmente global, que literalmente poderá mudar o mundo”.

<sup>8</sup> Disponível em <http://international.ohmynews.com/>. Acesso em 25 de agosto de 2015.

Logo, veículos tradicionais em todo o mundo perceberam que a participação do público para contar histórias reais se tornava mais que uma tendência e sim uma necessidade. Um espaço de interação que até então era restrito a cartas, e-mails e telefonemas que não se sabia se de fato seriam correspondidos. O depoimento dos cidadãos passou a ser buscado nas redes sociais e valorizado. Grandes veículos criaram canais para envio direto de fotos e vídeos como é o caso ainda hoje do Vc no G1<sup>9</sup>, por exemplo.

Entretanto a grande quantidade de informações encontradas na internet põe em cheque a credibilidade do que é disponibilizado. Questão que em 2000 é apresentada por Manoel Castells<sup>10</sup> durante a conferência inaugural do Programa de Doutorado em Sociedade da Informação da Universitat Oberta da Catalunya em Barcelona. Ele contou que já no início do século a redação do grupo *Chicago Tribune* era constantemente abastecida por informações da internet. E que essas eram processadas e compartilhadas por jornalistas dos veículos do grupo. O autor cita esse modelo como uma revolução na forma de fazer jornalismo, mas também questiona a confiabilidade do que se diz e reforça a importância do nome do veículo, da marca que transmite as notícias sendo “a etiqueta de veracidade”, a única forma de “sobrevivência em um mundo de interação e de informação generalizada” (2012, p.255).

Na mesma vertente vai o pensamento de Ramonet (2012). Para o autor, a informação circula, hoje, à velocidade da luz. “Passamos de um mundo do jornalismo para um mundo do imediatismo, do instantaneísmo, não há tempo para estudar a informação. A informação é feita cada vez mais de impressões, de sensações” (RAMONET, 2012, p.247). E para evitar a insegurança do público quanto à veracidade das informações entra em cena novamente a credibilidade do profissional e do veículo.

### **A televisão em um mundo de convergências**

A televisão está presente em praticamente todos os lares brasileiros, sendo para muitos a única forma de acesso à informação. Essa popularização se deu de forma muito rápida considerando que ela chegou ao Brasil há pouco mais de 50 anos. Bergesch (2010, p.22) relata que a primeira apresentação pública de televisão na região Sul do país aconteceu em 1955 quando “o magnata das comunicações Assis

---

<sup>9</sup> Disponível em <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/vc-no-g1-rs/enviar-noticia.html>. Acesso em 25 de agosto de 2015.

<sup>10</sup> CASTELLS, Manoel. Para mais detalhes consultar artigo *Internet e sociedade em rede*. In: Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. MORAES, Dênis de. (Org.) Rio de Janeiro: Record, 2012.

Chateaubrian mandara instalar 50 aparelhos de televisão, alguns deles na própria Praça da Alfandega, outros nas vitrines do Clube do Comércio e alguns outros nas salas do próprio clube”. A intenção na época era despertar a curiosidade da população e atrair o interesse de parceiros dispostos a entrar como acionistas de uma futura emissora de televisão. Desde o início, a informação esteve presente na programação com o *Imagens do dia* da TV Tupi de São Paulo e o *Repórter Esso*, da TV Piratini do Rio Grande do Sul, o que fez com que os brasileiros se acostumassem a assistir telejornais todos os dias.

A passagem do sistema analógico para o digital ainda está em andamento e só deve ser concluído em todo o Brasil em 2018. Essa mudança não possibilita apenas uma maior qualidade da imagem, mas também propicia que o conteúdo que é transmitido pela televisão seja consumido em qualquer lugar contanto que se tenha o aparelho que receba o sinal, como definem FINGER e SOUZA (2012, p.377) “quando assistir televisão é um hábito que ultrapassa o ambiente doméstico, ganha as ruas, embarca no transporte coletivo, por exemplo, ou em outras situações de espera.”

Quem perdeu a transmissão ao vivo do programa televisivo pode assistir ao mesmo conteúdo na internet. Muitas emissoras possuem sites em que ficam hospedadas as matérias que já foram ao ar nos seus telejornais, como é o caso das afiliadas da Rede Globo que disponibilizam os materiais através do portal do G1<sup>11</sup>. Apesar de facilitar o acesso ao conteúdo, esse mecanismo não propicia a interatividade.

Mas se tecnologicamente a interação do público não é tão viável, ela tem se dado de outras formas como, por exemplo, através da participação cada vez mais ativa na construção dos assuntos que serão noticiados pelos programas de televisão. “A televisão começou como uma rua de mão única, que ia dos produtores até os consumidores, mas hoje essa rua está se tornando de mão dupla” (JENKINS, 2009, p.327). Mesmo demandando a mediação de um jornalista para que os assuntos sejam colocadas no ar, a colaboração do público seja por meio de sugestões de temas ou envio de fotos e vídeos está cada vez mais presente e é também uma forma de interatividade.

### **A RBS TV Santa Maria**

A TV Gaúcha iniciou suas atividades no final de 1962, idealizada por Maurício Sirotsky Sobrinho que tinha o desejo de construir uma emissora de televisão com

---

<sup>11</sup> Disponível em [www.g1.com.br](http://www.g1.com.br). Acesso em 5 de setembro de 2015.

“uma programação voltada para uma comunidade local, a imagem viva do Rio Grande e uma melhor estruturação comercial” (BERGESCH, 2010, p.103). Em 1979, passou a ser chamada de Rede Brasil Sul de Televisão (RBS TV). Pioneira no modelo de regionalização da televisão é a mais antiga afiliada da Rede Globo e também a maior rede regional de TV com 18 emissoras distribuídas no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina, com uma cobertura que atinge 790 municípios e mais de 17 milhões de telespectadores nos dois estados<sup>12</sup>. Santa Maria e Caxias do Sul foram as primeiras cidades do interior do estado a receber uma emissora local. Hoje a RBS TV Santa Maria abrange 37 municípios da região central, retransmite a programação nacional da Rede Globo, a regional da RBS TV Porto Alegre e também possui programação local.

Essa programação se dá através dos telejornais Jornal do Almoço e RBS Notícias, além do programa jornalístico Redação RS todos produzidos e editados pela equipe de telejornalismo local. O grupo é formado pelos repórteres Bruna Taschetto, Tiago Guedes, Peterson Furlan e Vanessa Backes, o editor de texto Rogério Kerber, as editoras-chefes e âncoras Alice Pavanello e Michele Dias, os repórter cinematográficos Cláudio Vaz, Daian Fantineli, Oneide Moura e Vinicius Pimentel, além da equipe técnica dos editores de imagem Rafael Ocanha, Guilherme Bitencourt e Valmir Rodrigues todos sob a coordenação do jornalista Luis Eduardo Silva.

O Jornal do Almoço tem duração de 45 minutos, é produzido com reportagens gravadas e atrações ao vivo e começa a ser exibido ao meio dia. Ainda no primeiro bloco a apresentadora de Porto Alegre avisa “agora você fica com as notícias da sua região com os apresentadores locais”, pelos próximos 15 minutos começa a ser exibida a programação de Santa Maria no telejornal. As reportagens abordam assuntos variados desde a programação cultural da região, projetos desenvolvidos junto à comunidade, dicas de beleza e saúde, serviço e os assuntos em destaque na noite anterior e naquela manhã na região que vão de crimes e acidentes até histórias curiosas sempre focando na relevância para o público.

O RBS Notícias é composto de reportagens e entradas ao vivo. O programa não tem hora precisa para começar e depende do horário que vai ser estipulado pela Rede Globo que também define diariamente o tempo de duração do programa. Porém ele costuma ser veiculado entre as 19h05 e 19h25 e ter duração média de 15 minutos distribuídos em três blocos. A programação local tem espaço de três minutos e ocupa

---

<sup>12</sup> Informações disponíveis em <http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/noticia/2011/12/historia.html>. Acesso em 25 de agosto de 2015.

o segundo bloco. O foco desse telejornal são as notícias do dia com ênfase na contextualização dos fatos além de serviços à comunidade.

Outro produto jornalístico da RBS TV Santa Maria é o Redação RS programa que vai ao ar sem horário definido ao longo da programação durante os intervalos comerciais e pode ser gravado ou ao vivo. O tempo médio de duração é de um minuto e meio (1'30'') e é formado basicamente por serviços, assuntos urgentes que precisam ser informados naquele momento ou temas menos importantes que não merecem espaço nos outros telejornais.

O que vai ser tratado nos telejornais é definido em reuniões de pauta<sup>13</sup> realizadas em dois momentos. Uma às 12h30, logo após o término do Jornal do Almoço local, quando é definida a reportagem principal do RBS Notícias e os outros assuntos (lembrando que se trata de uma previsão, já que ao longo da tarde, dependendo dos fatos que surgirem, tudo pode mudar). A outra reunião de pauta é feita às 14 horas quando as equipes da manhã retornam do intervalo de almoço e todos que estão na redação (muitas vezes equipes de reportagem já estão na rua para a realização das matérias propostas previamente) se reúnem para programar os assuntos para o Jornal do Almoço do dia seguinte. É nessa hora que todos dão suas sugestões de reportagens a serem produzidas. As ideias surgem a partir da percepção do cotidiano, dos assuntos que estão em outras mídias e dos temas de interesse da equipe além das sugestões feitas pela população através dos canais disponibilizados para essa comunicação.

## **Pesquisa**

Antes de adentrar à pesquisa propriamente dita faz-se necessária uma rápida abordagem teórica acerca da construção do jornalismo. A população sempre foi incentivada a participar da produção jornalística através das solicitações de envio de sugestões de pautas por meio de cartas e telefone - canais de ligação entre a redação e as demandas da população. Curado defende que “o público é uma fonte preciosa” (2002, p.35). Com a ânsia de tornar o mundo melhor os cidadãos são capazes de se engajar em causas pela simples satisfação de se sentirem pertencentes o que Shirky (2011) define como sendo a cultura da participação.

A importância da colaboração do cidadão na construção dos relatos jornalísticos é defendida por Brambilla (2013, p.258) que ressalta que em situações

---

<sup>13</sup> Pauta é definida por Olga Curado (2002, p.40) como “um conjunto de dados que dão partida a uma reportagem”. Ela ainda complementa que a “pauta não pode ser genérica e evasiva” e vai além afirmando que “pauta para televisão só existe se ela puder ser explicada em três linhas”.

únicas de catástrofes ou acidentes, por exemplo, “o registro de testemunhas confere um valor-notícia inquestionável ao material, impossível de ser reproduzido por uma equipe de jornalistas profissionais”.

Jenkins (2009) destaca a mudança de comportamento advinda da cultura da convergência que passou a possibilitar novas formas de participação e colaboração. A internet diminuiu a distância entre jornalistas e cidadãos e o tempo de comunicação entre as mesmas partes. Com a facilidade de acesso a telefones, e-mails e mídias sociais os telespectadores ficam mais próximos das redações e se tornam atuantes nos jornais que estão sendo pensados por repórteres e editores. A influência do telespectador muitas vezes está tão presente na rotina da redação que chega a ser o ponto de partida no processo de produção de reportagens, que partem da sugestão de pauta de pessoas externas, como ressalta Brambilla.

A disseminação de noticiários *open source* ao longo de uma década e o constante apelo à participação, associados à popularização de dispositivos digitais de produção de conteúdo, despertam o cidadão para uma consciência colaborativa, em que o compartilhamento é a reação mais imediata diante do registro de um fato atípico. (2013, p. 266).

As redes sociais são ferramentas para que as pessoas possam agir de forma organizada em prol de um objetivo. E também como observado por Shirky (2010, p.163) "a sociedade não é o tipo de grupo que consegue ter conversas e chegar a decisões e partir para a ação. O valor cívico poucas vezes (...) irrompe de ações individuais". Aí que entra o papel da mídia tradicional. Já que a mesma mensagem pode ter um impacto diferente na sociedade dependendo do meio em que ela é veiculada, o que McLuhan (1964) define por “o meio é a mensagem”.

Nesse sentido, o propósito dessa pesquisa é mapear os setores que a população de Santa Maria e região mais clama pela ajuda de uma emissora tradicional de televisão, no caso a RBS TV, como uma forma de ver seus problemas resolvidos. Durante os dias 8 e 21 de junho foram anotadas e tabeladas todas as sugestões de pauta feitas pessoalmente, ou através de cartas, e-mail, telefonemas e pelas páginas particulares no Facebook de repórteres e editores<sup>14</sup>, conforme Tabela 1, em anexo.

Para melhor categorizar as pautas sugeridas, será utilizado como referencial teórico o livro *Jornal Nacional: modo de fazer escrito* pelo editor-chefe do Jornal

---

<sup>14</sup> Durante a confecção desse artigo a RBS TV Santa Maria lançou no site de redes sociais Facebook uma fanpage para o Jornal do Almoço e RBS Notícias locais. Como essa plataforma não contempla o período para análise deste estudo não integrará a pesquisa.

Nacional (JN), uma vez que a RBSTV é afiliada da Rede Globo e segue os mesmos padrões. Bonner (2009) divide os assuntos que vão ao ar no JN em cinco categorias: Política, Internacional, Economia, Esporte e Geral; nessa última entram assuntos variados como transporte, saúde, meio ambiente, segurança, desastres. A partir dessa categorização percebe-se que a *Geral* é que domina as sugestões oriundas dos telespectadores (Tabela 2).

**Tabela 2**

Sugestões de pauta	
Infraestrutura	29
Social	15
Saúde	9
Meio Ambiente	6
Educação	4
Segurança	2
Lazer	1
<b>Total</b>	<b>66</b>

Dentre os temas que geraram um maior número de reclamações para a redação foi, em primeiro lugar infraestrutura com 29 sugestões dentre elas problemas de buracos em ruas, esgoto a céu aberto e deficiências na manutenção de ônibus. O segundo assunto com maior demanda de reportagens foi social com 15 sugestões de coberturas de eventos em comunidades, divulgação de jantares beneficentes e atividades em praças públicas principalmente de Santa Maria. Saúde ficou em terceiro lugar com nove sugestões como a falta de remédios na farmácia popular e a lentidão no início do funcionamento de um hospital regional em obras. Em seguida, vêm as questões quanto a problemas não resolvidos na área de meio ambiente com seis reclamações como excesso de lixo jogado em terrenos baldios, falta de manutenção em praças públicas e animais abandonados.

Demandas por reportagens de educação foram quatro como as consequências da greve dos servidores da Universidade Federal de Santa Maria para os estudantes e a dificuldade para crianças com dislexia de ter inclusão nas escolas públicas. Segurança recebeu duas sugestões: a falta de policiamento em um bairro da periferia e o perigo da vinda de imigrantes para o país. O tema que menos recebeu demanda de reportagens foi lazer com a sugestão de reportagem sobre um seminário sobre dança e teatro.

Interessante também observar que no período em que a pesquisa foi realizada foi comemorado o dia dos namorados. Durante o Jornal do Almoço foi solicitado que os telespectadores enviassem fotos de casais por e-mail ou pelo aplicativo de mensagens instantâneas *Whatsapp* para que as imagens fossem exibidas na edição

do telejornal do dia 12 de junho como uma forma de homenagem. Em menos de dois dias foram enviadas 33 fotos.

A partir das temáticas apresentadas percebe-se que o cidadão tem grande demanda de reportagens que possam representar a resolução de problemas como o descaso de autoridades com o que é público e com os serviços que são oferecidos à população. No que tange o veículo utilizado para fazer as sugestões, apesar de não ser o escopo desse artigo, é interessante perceber que o cidadão ainda se utiliza principalmente de um canal de comunicação tradicional como o telefone (Tabela 3).

**Tabela 3**

Canal para o envio das sugestões de pauta	
Telefone	56
Facebook (páginas dos repórteres)	4
E-mail	3
Carta	2
Pessoalmente	1
<b>Total</b>	<b>66</b>

### **Considerações finais**

A partir do que foi estudado neste artigo percebe-se que através das tecnologias móveis com acesso à internet cada vez mais pessoas estão vendo nas plataformas digitais um meio para expor seus problemas, reivindicar melhorias e mudanças para sua rua, bairro ou cidade. Mas também é possível perceber que para grande parcela da população os veículos tradicionais, como a televisão, ainda são a forma mais confiável e de maior força para fazer com que problemas sejam vistos pelas autoridades e exigir que sejam resolvidos.

Hoje o que se fala nas redes sociais se propaga de forma muito rápida e em pouco tempo alcança um grande número de pessoas. Entretanto, para o cidadão comum é difícil muitas vezes distinguir o que é ou não verdade. Dessa forma se faz necessário o trabalho do jornalista profissional, ligado a veículos de comunicação de credibilidade reconhecida, para que a população possa ter acesso a informações corretas e imparciais. É diante dessa confiança que em um mundo com tanta oferta de informações, a televisão ainda é o meio mais consumido pelos brasileiros.

Um exemplo interessante que surgiu no final da confecção deste artigo mostra o alcance e a repercussão que ganham os assuntos veiculados na RBS TV Santa Maria. No dia sete de setembro foi ao ar no RBS Notícias uma reportagem sobre dois jovens que, devido à greve de agentes da polícia civil, decidiram investigar por conta

própria o acidente em que eles ficaram feridos<sup>15</sup>. O casal utilizou o Facebook para divulgar um vídeo em que aparece o momento em que eles estão em uma motocicleta e são atingidos por uma camionete. O motorista foge sem prestar socorro. A campanha para identificar quem dirigia o veículo estava na rede social há mais de uma semana sem que o casal tivesse obtido resultados. No entanto, uma hora após a matéria ter sido veiculada na televisão o motorista se apresentou para as vítimas<sup>16</sup>.

Novos estudos são necessários para apontar o quanto o jornalismo tem sido construído através de uma ligação direta entre profissionais e cidadãos, mas já é possível apontar que para as equipes que trabalham com jornalismo diário a popularização das tecnologias também pode ser uma aliada na produção dos telejornais. Uma vez que o público de posse de *smartphones* e *tablets* com alta tecnologia para captação de vídeos e imagens colabora para dar mais valor e realismo às reportagens feitas pelos jornalistas e assim aproxima ainda mais a redação das ruas.

---

<sup>15</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/t/santamaria/v/com-greve-da-policia-civil-casal-investiga-por-conta-propria-acidente-em-santamaria/4450085/>. Acesso em 10 de setembro de 2015.

<sup>16</sup> Disponível em: <http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/rbs-noticias/videos/t/santamaria/v/identificado-motorista-que-se-envolveu-em-acidente-e-nao-prestou-socorro-em-santamaria/4452820/>. Acesso em 10 de setembro de 2015.

## Referências bibliográficas

BERGESCH, Walmor. **Os televisionários**. Porto Alegre: Ardotempo, 2010.

BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo Colaborativo nas redes sociais: peculiaridades e transformações de um modelo desafiador**. In: Interações em Rede. PRIMO, Alex. (Org). Porto Alegre: Sulina, 2013

BRAMBILLA, Ana Maria. **Jornalismo open source em busca de credibilidade**. In: Intercom 2005 – XXVIII Congresso Brasileiro Interdisciplinar de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 2005.

BONNER, William. **Jornal Nacional: modo de fazer**. Rio de Janeiro: Globo, 2009.

CASTELLS, Manoel. **Internet e sociedade em rede**. In: Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. MORAES, Dênis de. (Org.) Rio de Janeiro: Record, 2012.

CURADO, Olga. **A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.

FINGER, Cristina. SOUZA, Fábio Canatta. **Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar**. Revista FAMECOS mídia, cultura e tecnologia. Porto Alegre, v. 19, n. 2, pp. 373-389, maio/agosto 2012.

GILLMOR, Dan. **We, the media**. United State of America. O'Reilly Media, 2004. – Paperback edition, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

MACLUHAN, Marshall. **Os meios como extensões do homen**. São Paulo: Cultrix, 2005.

MORETZSOHN, Sylvia. **“Jornalismo Cidadão” e o mito da tecnologia redentora**. In: Brazilian Journalism Research – vol.2, n.2, 2014.

RAMONET, Ignácio. **A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massas de mídia.** São Paulo: Publisher, 2014.

RAMONET, Ignácio. **O poder midiático.** In: Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder. MORAES, Dênis de. (Org.). Rio de Janeiro: Record, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Intersubjetividades nas redes digitais: repercussões na educação.** In: Interações em Rede. PRIMO, Alex (Org.). Porto Alegre: Sulina, 2013.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado.** Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis: Vozes, 2014.

KOO, Lawrence. **Web 3.0: Impacto na Sociedade de Serviços.** Tese de doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2011.

## Anexo

### Tabela 1

Sugestões de pauta durante os dias 08 e 21 de junho de 2015				
Sugestão	Nome	Dia	Assunto	Canal
Faltam profissionais no posto de Saúde do bairro Santa Marta	Valdir Borges	08	Saúde	Telefone
Pracinha na Vila Brenner em más condições	Fernanda	08	Infraestrutura	Telefone
Reclama dos horários de ônibus	Lucimar Santos	08	Infraestrutura	Telefone
Líder comunitária reclama de ponte com problema na Vila Bela União	Alice	09	Infraestrutura	Telefone
Médicos da Casa de Saúde estariam sem receber há três meses	Não quis se identificar	09	Saúde	Telefone
Sobrinho quebrou o quadril e fizeram raio x do joelho - Caçapava do Sul	Aníbal	09	Saúde	Telefone
Sugestão de cobertura de evento no bairro	Cassia	09	Social	Telefone
Sanga com mato alto Bairro Nonoai	Rogério	09	Infraestrutura	Telefone
Ponte sobre o Rio Ibicuí em mau estado	Marisa Carvalho	09	Infraestrutura	Telefone
Farmácia popular do Estado está sem fraldas geriátricas	Marilene	09	Saúde	Telefone
Alega que guardas municipais não vão ao bairro Zilda Arns, mesmo chamados	Hernani Beigio	09	Segurança	Telefone
Disse que campo do exército está improdutivo Rosário do Sul	Daniel	09	Meio ambiente	Telefone
Postes de luz estragados na rua Silva Jardim	Adilmar	09	Infraestrutura	Telefone
Reclama da bagunça feita por vizinhos na rua próximo a casa dela no Parque Itaimbé	Elisabeth	09	Meio ambiente	Telefone
Falta de iluminação pública em frente a casa dela no bairro Tancredo Neves	Rosana	09	Meio ambiente	Telefone
Divulgação de evento na praça para distribuir camisinhas	Estudantes de Enfermagem UFSM	09	Social	Telefone
Cobertura de jantar da pastoral da juventude	Conselho da Paróquia	10	Social	Carta
Prédio abandonado no Parque Itaimbé onde se encontram os bagunceiros	Mário Manaim	10	Meio ambiente	FB da Michele Dias
Seminário internacional em Dança-teatro	Curso de Letras UFSM	10	Social	Telefone e e-mail
Reclama de esgoto no bairro Santa Marta	Marisa	10	Infraestrutura	Telefone

Problema em uma ponte no Bairro Salgado Filho	Nádia	10	Infraestrutura	Telefone
Muitos terrenos baldios no Bairro Tancredo Neves	Leonardo	10	Meio ambiente	Telefone
Vai fazer trabalho literário com moradores brasileiros na Áustria	Marcelo Schmidt	10	Social	Telefone
Diz que tachões e quebramolas são contra lei, reclama que tem muitos na cidade	Antônio Augusto	10	Infraestrutura	Telefone
Diz que não tem vacinas no Posto de Saúde	Otávio	10	Saúde	Telefone
Reclama da falta de táxis na cidade	Bernadete	10	Infraestrutura	Telefone
Viu matéria de carros abandonados exibida no Jornal do Almoço e queria que fizéssemos matéria mostrando projeto de lei de Nova Esperança	Ronilda	10	Infraestrutura	Telefone
Evento de comemoração 100 anos de serviço militar em Santiago	Exército	10	Social	Telefone
Problemas na frota de ônibus da Expresso São Pedro	Luciana da Silveira	10	Infraestrutura	Telefone
Buracos na estrada do distrito de Pains	Não quis se identificar	11	Infraestrutura	Telefone
Festa em homenagem a Santo Antônio	Paróquia Santa Terezinha	11	Social	Cartaz
Pauta sobre dislexia – falta de monitores nas escolas públicas	Marsur	11	Educação	Telefone
A cidade de Mata completa 50 anos e tem festa	Marion	11	Social	Telefone
Quer reportagem sobre grupo de dança da Vila Schirmer	Vera	11	Social	Telefone
Buraqueira no acesso à UFSM pela estrada do distrito de Pains	Leandro	11	Infraestrutura	Telefone
Demora na conclusão da obra do Hospital Regional	Luciano	12	Saúde	Telefone
Cão abandonado na Vila Caramelo	Não quis se identificar	15	Meio ambiente	Telefone
Reclamam da decisão de que a administração do Hospital Regional deverá ser feita pela Ebser	Secretário de Saúde de Restinga Seca	15	Saúde	Telefone
Más condições do cemitério São José	Luiziane Bitencourt	15	Infraestrutura	Telefone
Qualidade dos ônibus que vão para o distrito de Boca do Monte	Nome não anotado	16	Infraestrutura	Telefone
Consequências da greve dos servidores da UFSM para os estudantes	Sarita Rosa	16	Educação	Facebook da Vanessa
Divulgar o desfile de Carreiros em São Gabriel	Patronagem do PTG Herança dos Carreiros	16	Social	E-mail
Bueiro está um perigo para	Sérgio	16	Infraestrutura	Telefone

pedestres no Bairro Patronato	Guimarães			
Projeto contra obesidade infantil através da dança	Isabel	16	Saúde	Telefone e-mail
Buracos nas calçadas do centr	Josemar	16	Infraestrutura	Telefone
Reclama que roupas de campanhas do agasalho antigas são jogadas fora em terreno baldio	Não quis se identificar	16	Meio ambiente	Telefone
Festa em honra a São João Batista	Capela Santa Inês	17	Social	Telefone
Comemoração de 100 anos igreja evangélica	Comun. Evang. Luterana	17	Social	Pessoal
Banda da Brigada nos ônibus	Sargento Rafael	17	Social	Telefone
Rua esburacada no bairro Itararé	Elson	17	Infraestrutura	Telefone
Esgoto a céu aberto Santa Marta	Valdir Trindade	17	Infraestrutura	Telefone
Buracos nas calçadas do centro de Santa Maria	José Cardoso	17	Infraestrutura	Telefone
Buracos em ruas do bairro Jardim Berleze	Mauricio Bianchin	17	Infraestrutura	Facebook Alice
IPE cobra por serviços que pacientes não precisam	Não quis se identificar	17	Saúde	Telefone
Repórter investigativo deve investigar porque o Brasil está recebendo tantos imigrantes	Marisa	18	Segurança	Telefone
Funcionários que trabalharam na construção de uma creche estavam protestando porque não receberam os salários	Jairo	18	Educação	Telefone
Três bairros sem água	Bruno Menezes	18	Infraestrutura	E-mail
Casas sem água próximo ao Hospital Regional	Nome não anotado	18	Infraestrutura	Telefone
Unipampa de Caçapava não tem RU	Stener Camargo	18	Educação	Fcebook Peterson
Filho tem atraso no desenvolvimento, mas adora fazer favores para as pessoas de bicicleta – sugestão para quadro que mostra exemplos positivos no Jornal do Almoço	Nome não anotado	18	Social	Telefone
Famílias estão na Vila Brener em área invadida vão ser retiradas pela prefeitura	Janaína	18	Infraestrutura	Telefone
Cobram valor indevido na conta de água, mas já foi ressarcido	Sérgio	18	Infraestrutura	Telefone
Homem mora num ponto de táxi, tem até churrasqueira	Nome não anotado	18	Social	Telefone
Árvore caiu na rede elétrica e morador foi notificado	Paulo Cezar da Silva	18	Infraestrutura	Telefone
Falta ponte no bairro São José	Paulo Zogue	20	Infraestrutura	Facebook Peterson