

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**LUCAS ALVES DA SILVA TEMOTEO**

**JORNALISMO COLABORATIVO: ESTUDO DE CASO DA  
PARTICIPAÇÃO DOS TELESPECTADORES NO BOM DIA RIO**

**VOLTA REDONDA**

**2022**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**JORNALISMO COLABORATIVO: ESTUDO DE CASO DA  
PARTICIPAÇÃO DOS TELESPECTADORES NO BOM DIA RIO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo do UniFOA como requisito para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Aluno: Lucas Alves da Silva Temoteo

Prof. Ms: Edilberto Venturelli

**VOLTA REDONDA**

**2022**



Fundação Oswaldo Aranha



## FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado JORNALISMO COLABORATIVO: ESTUDO DE CASO DA PARTICIPAÇÃO DOS TELESPECTADORES NO BOM DIA RIO, elaborado por Lucas Alves da Silva Temoteo, apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

Aprovado em 23 de novembro de 2022.

Banca Avaliadora:

Professor(a) Orientador(a)

Edilberto Venturelli, Mestre, UniFOA

Professor(a) Avaliador(a)

Heitor da Luz Silva, Doutor, UniFOA

Professor(a) Avaliador(a)

Rebeca Baltazar, Mestre, UniFOA

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a toda minha família que juntamente comigo vivenciou cada etapa desse processo, tanto nas grandes conquistas e dificuldades.

## AGRADECIMENTOS

Quero agradecer primeiramente a Deus, que me tem concedido saúde, força, garra e a cada dia me renova para enfrentar os obstáculos e dificuldades da vida. Aos meus familiares que sempre apoiaram na tomada de decisões, e que ajudam em oração. Quantas vezes eu estava indignado, desanimado e aquela palavra amiga, de conforto me consolava nos momentos mais difíceis. À minha turma de Jornalismo, sabemos que não foi fácil chegar até aqui, mas pela permissão de Deus estamos realizando um grande sonho, o diploma do Ensino Superior.

Agradecimento a todos os professores do UniFOA, que sempre tiveram paciência e a disponibilidade de nos ensinar da melhor maneira possível. Dentre eles, a coordenadora Angélica Arieira, que visa o melhor desempenho dos alunos. Dedico este espaço também ao professor e coordenador de TCC, o professor e doutor Heitor da Luz Silva. Profissional que sempre acreditou em mim e em suas aulas sempre fez o melhor para que pudéssemos chegar a essa conclusão. Fica aqui o meu respeito e admiração sempre!

Não poderia deixar de mencionar o meu orientador Edilberto Venturelli, pelo seu jeito que me conduziu durante este trabalho. Suas sugestões e a confiança que depositou em mim foi algo incrível. Nunca vou esquecer o seu companheirismo.

Aos amigos que fizemos e caros companheiros de profissão, dizer que não é o fim da caminhada e sim a abertura de um novo ciclo. Que todos sejam felizes e realizados naquilo que escolherem, estando sempre satisfeitos. Vou levar cada momento que passamos juntos em nossos pensamentos.

“Tudo o que um sonho precisa para ser realizado é alguém que acredite que ele possa ser realizado.”

(Roberto Shinyashiki)

## RESUMO

Os telejornais têm se tornado mais dinâmicos e inovadores, buscando cada vez mais cativar o seu público. E para isso contam com um recurso que é a tecnologia, dentre as quais estão as redes sociais na internet. Nota-se também, que com todas essas particularidades, a participação e a interatividade são presentes na programação de muitos telejornais. A pesquisa analisou o telejornal Bom Dia Rio, da Rede Globo, com o objetivo de compreender de que forma a contribuição do telespectador auxilia na formação/produção de um programa telejornalístico. Foram analisadas cinco edições do programa, sendo estas exibidas entre os dias 14 e 18 de março de 2022, sendo que a maior parte das participações veio por meio do Whatsapp, o que confirma a hipótese inicial do trabalho sobre a sua predominância como plataforma de contato entre jornalistas e público para a elaboração de matérias. A participação dos telespectadores proporciona maior vínculo com aquilo que está sendo noticiado, e para isso cabe a esse profissional averiguar as fontes, ver se realmente aquilo que está sendo proposto é algo verídico e que possa ser levado adiante, como a produção e execução da matéria.

**Palavras-chave:** Jornalismo colaborativo. Telespectador. Telejornalismo. Participação. Bom Dia Rio.

## **ABSTRACT**

Television news has become more dynamic and innovative, increasingly seeking to captivate its audience. And for that, it has a resource that is technology, among which are social networks, the internet, communication platforms and many others. It is also noted that with all these particularities, participation and interactivity are present in the programming of many television news programs. The research analyzed the TV news program Bom Dia Rio, from Globo, in order to understand how the viewer's contribution helps in the formation/production of a news program. Five editions of the program were analyzed, these being from March 14th and 18th, 2022, with most of the participations coming through Whatsapp, which confirms the initial hypothesis of the work about its predominance as a platform for contact between journalists. and public for the preparation of materials. The participation of viewers provides a greater bond with what is being reported, and for this it is up to this professional to investigate the sources, to see if what is being proposed is really something true and that can be carried forward, such as the production and execution of the matter.

Keywords: Collaborative journalism. viewer. Television journalism. Participation.  
Good morning Rio.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>2 CONCEITOS REFERENTES A TV E AO TELEJORNALISMO .....</b>	<b>16</b>
2.1 O surgimento da TV no Brasil e no mundo .....	16
2.2 A receptividade do telejornalismo pelo público e as semelhanças com o rádio .....	19
2.3 As funções sociais do telejornalismo e o funcionamento de uma TV.....	22
<b>3 CONCEITOS SOBRE JORNALISMO COLABORATIVO, INTERATIVIDADE E PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO NOS TELEJORNAIS .....</b>	<b>27</b>
3.1 Jornalismo Colaborativo .....	27
3.2 Interatividade.....	30
3.3 Participação do público nos telejornais .....	34
<b>4 HISTÓRICO DO TELEJORNAL BOM DIA RIO E ANÁLISE DE CINCO EDIÇÕES DE MARÇO DE 2022 .....</b>	<b>39</b>
4.1 Bom Dia Rio – O começo.....	39
4.2 Evolução do telejornal a partir da década de 2000 .....	42
4.3 O telejornal no ano de 2022 e as suas principais curiosidades.....	45
4.4.1 Edição do dia 14/03/2022.....	47
4.4.2 Edição do dia 15/03/2022.....	49
4.4.3 Edição do dia 16/03/2022.....	51
4.4.4 Edição do dia 17/03/2022.....	53
4.4.5 Edição do dia 18/03/2022.....	56
4.4.6 Análise Geral.....	57
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>59</b>
<b>6 REFERÊNCIAS: .....</b>	<b>62</b>

## **LISTA DE QUADROS**

**QUADRO 1:** Funções dentro de uma redação..... **24**

**QUADRO 2:** Termos utilizados por um apresentador de telejornal..... **25**

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Leda Nagle, a primeira apresentadora do Bom dia Rio.....	<b>40</b>
<b>Figura 2:</b> Apresentadora Zaira Martins informando o acidente aéreo.....	<b>41</b>
<b>Figura 3:</b> Ana Luiza Guimarães passa o bastão do telejornal para o jornalista Flávio Fachel em 2013.....	<b>43</b>
<b>Figura 4:</b> Apresenta o número de telefone para que os telespectadores contribuam com o jornal .....	<b>44</b>
<b>Figura 5:</b> Vista do novo estúdio do Bom Dia Rio .....	<b>45</b>
<b>Figura 6:</b> Participação de telespectadora no Bom Dia Rio .....	<b>48</b>
<b>Figura 7:</b> Vídeo enviado por telespectador .....	<b>50</b>
<b>Figura 8:</b> Print do vídeo mostra momento da agressão .....	<b>52</b>
<b>Figura 9:</b> Responsáveis de alunos gravam vídeo sobre a falta de aulas .....	<b>55</b>
<b>Figura 10:</b> Responsáveis de alunos mandam registros sobre precariedade em escolas .....	<b>57</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Materiais que os telespectadores enviaram para o Bom Dia Rio ..	<b>49</b>
<b>Gráfico 2:</b> Resultado da participação .....	<b>51</b>
<b>Gráfico 3:</b> Participações por editorias .....	<b>53</b>
<b>Gráfico 4:</b> Materiais contribuídos pelos telespectadores nas editorias .....	<b>55</b>
<b>Gráfico 5:</b> Percentual das participações que apareceram na análise .....	<b>57</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O telejornalismo tem utilizado diferentes formas para se aproximar cada vez mais do seu telespectador. Para isso, conta com recursos técnicos, que incluem redes sociais, internet e plataformas de comunicação. Verifica-se também que, por todas essas peculiaridades, engajamento e interação são coisas que existem na programação de muitos telejornais. Mas nem sempre foi assim, isso porque para que houvesse uma comunicação com determinada emissora era preciso enviar cartas, fazer telefonemas para que fosse possível dar uma sugestão de pauta ou até mesmo uma denúncia por parte da população.

Diante disso, a notícia é prioridade e por isso precisa de cuidado desde a produção até a sua execução final, que no caso da TV é a reportagem. Com toda essa demanda, é comum que as pessoas enviem fotos, vídeos, sugestões para os programas televisivos, sendo que tal possibilidade se deu ao fato do avanço e da facilidade das tecnologias, provocando assim transformações no trabalho jornalístico, isso porque segundo Rost (2014) o telespectador se tornou um colaborador na produção da notícia, mesmo não tendo formação em comunicação.

Por não conseguir estar em todos os ambientes ao mesmo tempo para a apuração dos fatos, observa-se com mais atividade a participação das pessoas, sendo que estas utilizam seus próprios recursos que tem em mãos, como por exemplo o próprio celular, para registrar algo que acontece onde uma equipe de reportagem não está na localidade, como acidente de trânsito, enchentes, tiroteios etc. E dessa forma, é uma maneira de atrair o público para o jornal, além de dar oportunidade de colaborar na formação da notícia.

Portanto, este trabalho parte do seguinte questionamento: como a produção de notícias em um telejornal tem se moldado com o advento das redes sociais e a colaboração dos telespectadores? Desse modo, foi formulada a seguinte hipótese para esse problema: de que o telespectador pode atuar como produtor colaborador, onde muitas vezes as equipes de reportagem e produções de TV não conseguem estar em todos os lugares ao mesmo instante, mostrando de perto a realidade que os cidadãos enfrentam. Tal evento se deve ao fato do

avanço das tecnologias, principalmente as redes sociais que contribuem para a comunicação entre público e veículo.

Dando sequência à proposta desse trabalho foi utilizada primeiramente a metodologia no que tange a uma pesquisa bibliográfica, onde acontece a apresentação dos autores de acordo com o tema. Mais adiante houve uma abordagem qualitativa com foco no objeto escolhido para análise, o telejornal Bom Dia Rio da Rede Globo. Logo, o estudo busca compreender a participação dos telespectadores e a sua contribuição para esse jornal. E para dar sustentação a esse enfoque acadêmico, foi realizado um estudo de caso.

O objetivo geral consistiu a compreender de que forma a contribuição do telespectador auxilia na formação/produção de um programa telejornalístico. Assim, foram estimados os seguintes objetivos específicos: entender que o jornalismo colaborativo se refere a um processo em que as pessoas cooperam para produção jornalística; mostrar como o processo de produção jornalística se relaciona com o público, cada vez mais ativo e participativo; identificar quais são as principais redes sociais utilizadas pelos telespectadores para o contato com os veículos de comunicação; explicar como acontece a participação dos telespectadores no telejornal Bom Dia Rio, sendo ela por meio de fotos, vídeos, sugestões de pautas etc.

A análise feita é sobre um programa telejornalístico matinal, com transmissão para todo o estado do Rio de Janeiro. Aborda os assuntos que foram destaque durante a madrugada e a manhã do dia, além de expor também os principais fatos já noticiados no dia anterior. Apresenta ainda, em determinados momentos a opinião dos apresentadores que comentam as manchetes e as reportagens, sendo um jornal opinativo.

A proposta justifica-se que a pesquisa traz alguma contribuição para os profissionais, por se tratar de comunicação entre público e produção. O intuito de fazer o estudo esteve ligado a crescente colaboração do público, sendo que hoje tem uma participação ativa. Além disso, outro ponto importante é o alcance de público, visto que muitas pessoas (cerca de 70% segundo o site Observatório da TV) assistem essa programação diariamente, de segunda a sexta-feira.

A estrutura dos capítulos foi formada da seguinte maneira: o primeiro com ênfase na abordagem de alguns conceitos como telejornalismo (surgimento da

TV e estrutura de composição de telejornal). O segundo capítulo abordou os temas do jornalismo colaborativo, da interatividade e da participação do público nos telejornais. E o terceiro contou o contexto do telejornal Bom Dia Rio, apresentadores e evolução da programação, além de trazer uma análise qualitativa das edições selecionadas no período de duas semanas, sendo estas de 14 a 18 de março de 2022.

## 2 CONCEITOS REFERENTES A TV E AO TELEJORNALISMO

Este capítulo aborda sobre o surgimento da TV no Brasil e no mundo, analisando a trajetória dos telejornais até os moldes que se tem hoje. Além disso, contextualiza como o público se relaciona com esse veículo, suas finalidades sociais e alguns termos técnicos da televisão.

### 2.1 O surgimento da TV no Brasil e no mundo

Almeida (2019) afirma que tudo começa na Rússia, quando Wladimir Zworykin produziu em 1923 o primeiro tubo de transmissão eletrônica com imagem. Com isso, a empresa americana RCA viu uma oportunidade, comprando assim o protótipo russo que gerou o primeiro modelo televisor. Por volta de 1935, a Alemanha realizou a primeira transmissão televisiva do mundo. Até que em 1939, a TV se tornou presente nos lares das famílias nos Estados Unidos, seguido da Alemanha, Rússia, França e Reino Unido.

Para Rezende (2000), com a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), gerou-se uma queda nos investimentos das televisões, havendo este retorno somente após o término desse conflito. Mais adiante, no ano de 1951 nos Estados Unidos ocorreu a primeira transmissão em cores, sendo que no ano de 1960 aconteceu o primeiro debate de candidatos à presidência norte-americana. Já no Brasil, a primeira transmissão só aconteceu no dia 18 de setembro de 1950 com inauguração da TV Tupi, tudo sob o comando do empresário Assis Chateaubriand, que adquiriu os primeiros equipamentos da companhia americana, além dos primeiros 200 televisores. Apesar de a primeira transmissão não atingir um grande público, fez muito sucesso na época.

Com o tempo [...] as emissoras foram se instalando em outros estados: a TV ampliava a sua área de penetração e começava a atrair as agências de propaganda e os anunciantes. Os anos 60 consolidam a TV no Brasil. Na disputa pelas verbas publicitárias, ele assume, definitivamente, o seu caráter comercial; as emissoras começam a briga pela audiência. (PATERNOSTRO, 1987, p.26).

No começo, apenas a cidade de São Paulo obteve o acesso as primeiras imagens, isso porque naquela época não havia transmissões por meio de satélites. Meses depois, houve uma expansão para a cidade do Rio de Janeiro,

até mesmo porque pouca parcela da população tinha esse privilégio de ter uma TV. Junto dessa inovação, foi ao ar o primeiro telejornal, sendo o programa Imagens do Dia, não tendo um horário específico. Mas, somente no ano de 1952, é que se nota o formato do telejornalismo, sendo que os programas recebiam os nomes conforme seus patrocinadores, como por exemplo o Repórter Esso e Telenotícias Panair.

O telejornal é um front onde se travam batalhas decisivas e muitos conflitos são ganhados ou perdidos mais na televisão do que nos campos de batalha. [...] Como se vê, a ambigüidade “informativa” do telejornal produz incertezas nas cabeças de estrategistas e protagonistas dos conflitos, que nunca conseguem saber com clareza se o jornal é simpático ou hostil às causas alegadas e se a televisão ajuda ou atrapalha numa situação de confronto militar. (MACHADO, 2005, p. 112).

Diante disso, o autor considera que a interpretação dos acontecimentos não é previsível, devido a sua veiculação podendo esta ser imparcial ou não. Embora a TV esteja bem presente no cotidiano das pessoas, ela pode trazer grande influência no comportamento de uma sociedade, fazendo com que o seu telespectador se sinta mais atraído e informado. Por isso, as emissoras tentam criar programas que instigam o pensamento do público, como é o caso dos reality shows.

Além da TV Tupi, surgiram outras como: TV Cultura, TV Record, TV Excelsior e TV Paulista, que estavam entre as principais. Com o avanço da modernização no Brasil no ano de 1960, já no fim do governo JK, estimava-se quase 600 mil lares possuíam aparelhos de televisão. Curado (2002) aponta que outra ferramenta que possibilitou as formas de fazer programa na televisão foi o videoteipe, permitindo assim a pré-gravação – e não apenas o ao vivo. Hoje é conhecido por VT, isso porque as imagens são gravadas e exibidas na hora do programa. Vale ressaltar ainda que o primeiro programa gravado foi Chico Anísio Show, na época exibido pela TV Rio em 1962, sendo que no ano de 1965, a TV Globo do Rio de Janeiro realizou sua primeira transmissão. No ano de 1969, as transmissões começam a ser por satélite, o que gerou maior alcance no Brasil e no mundo.

O Jornal Nacional, da Rede Globo, um serviço de notícias integrando o Brasil novo, inaugura-se neste momento: imagem e som de todo o

país. Aos poucos, o telejornal conquistou a preferência dos telespectadores, mantendo-se por décadas como o programa campeão de audiência da televisão brasileira. Inspirado nos modelos norte-americanos de telejornalismo, o JN trazia a figura central do âncora, como o representante da linha editorial da emissora, e o cuidado com a estética dos cenários e da edição. A distribuição das notícias obedecia à sequência das mais impactantes para as mais leves. Esse modelo posteriormente influenciou outras emissoras no fazer jornalístico. (ALMEIDA, 2019, p. 28).

Nesse período, o Jornal Nacional foi criado com o intuito de concorrer com o Repórter Esso. O horário do JN era de das 19h45 às 20h15, sendo que no começo obteve várias críticas em relação ao governo da Ditadura Militar (1964-1985), onde as informações eram restritas ao cuidado e a linguagem que seria abordada. Os noticiários eram censurados e os profissionais punidos caso não divulgasse aquilo que o regime mandasse.

Na década de 1970, mais uma inovação em relação a TV, sendo esta agora em cores, tendo como marco a transmissão da Copa do Mundo com marca de 25 milhões de espectadores em todo o país. Nesse mesmo período também surgem as telenovelas criadas pela Rede Globo, sendo ela a maior rede de emissoras do país, segundo Sampaio (1984). Ainda conforme o autor, no ano de 1980, o Brasil contava com 106 emissoras comerciais e 12 estatais. No mesmo ano acontece a extinção da TV Tupi.

Em 1980, o SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) reformulou o quadro de jornalismo com alta tecnologia e na contratação de profissionais. Rezende (2000), aponta o jornalista Boris Casoy como uma figura polêmica visto que ela dava suas opiniões, mas mesmo com esses percursos ficou conhecido como o âncora mais bem-sucedido da televisão brasileira. Além disso, os telejornais passaram por uma transformação, seguindo os noticiários norte-americanos e europeus.

A busca por credibilidade sempre foi uma preocupação constante nos telejornais internacionais, europeus e norte-americanos. Na Inglaterra, os telejornais funcionam como instituições sociais, apartidárias e não panfletárias que se orgulham por transmitir a “realidade dos fatos”. No Brasil, os noticiários — também reconhecendo a importância dessa credibilidade — passaram a investir na contratação de jornalistas para a apresentação dos programas — e não mais locutores —, que também exerciam função nos bastidores. Acreditava-se, assim, que jornalistas de renome seriam capazes de transmitir maior veracidade. (ALMEIDA, 2019, p. 32).

Para haver maior repercussão, os ancoras e até mesmo o veículo de comunicação visavam uma linguagem que fosse mais direta e objetiva, dando maior relevância ao jornalismo informativo e imparcial. Outro fator que preocupou bastante o telejornalismo no Brasil foi a questão da audiência, tentando atrair cada vez mais o telespectador. Para Bourdieu (1997), esses programas geram críticas e se torna uma ação mercadológica, frente suas produções e escolhas de qual conteúdo transmitir.

## **2.2 A receptividade do telejornalismo pelo público e as semelhanças com o rádio**

Com a consolidação do telejornalismo, a TV começa a abordar discussões de impacto social que fosse pertinente junto ao seu público. A proposta nesse momento era ver como a sociedade recebia e assimilava as informações repassadas pelo audiovisual. Mello (2009), afirma que a televisão absorveu o modelo radiofônico e que com o decorrer do tempo foi adquirindo sua linguagem própria, sendo que mesmo com a expansão da internet, os telejornais se constituem como principal fonte de notícias.

É no telejornalismo que uma parcela significativa da população se abastece do mínimo de informações para se sentir parte integrante da realidade, para estar atendida com o que acontece no país e no mundo. Esse é o principal impacto social do telejornalismo sobre a sociedade: a força que possui, graças à imagem “casada” com o texto, de transmitir fatos como verdadeiros e, portanto, inquestionáveis. Há um consumo de notícias e uma referência à televisão, em todo o mundo, que se mostram inabaláveis até os dias atuais (MELLO, 2009, p. 40).

E assim, com o fortalecimento dos telejornais como seu público, cresce a relação com a publicidade, isso porque as campanhas publicitárias tiveram mais espaço, aumentando a ideia de telespectadores consumidores. Enquanto isso, a maior responsabilidade do jornalista é pela busca da verdade. Becker (2005), menciona da imparcialidade desses profissionais em meio a TV, crendo que o repórter tem a capacidade de mostrar suas impressões em seu texto falado, emitindo opiniões ou simplesmente explicando o que aconteceu. O autor pontua ainda o direcionamento que se deve receber ao ponto de que a informação seja transmitida sem ruídos, sendo esta de maneira clara e objetiva.

Embora a televisão tenha se apropriado de algumas técnicas do rádio, principalmente no início de sua chegada, buscava-se que algumas particularidades entre ambos, como alavancar o alcance e o público. Nos anos de 1970 e 1980, segundo Almeida (2019), se torna o principal veículo de comunicação de massa, contendo uma grade de programação que por sua vez agradava as famílias que acompanhavam fielmente as telenovelas e os noticiários. E assim, cresce a variedade de formatos dos telejornais a até mesmos os temas que eram abordados por eles, isso porque para muitos críticos existia uma padronização e uma homogeneização.

Vizeu (2009) afirma que cabe aos jornalistas a função de apurar, selecionar, organizar e determinar de que maneira essa informação chegará ao seu telespectador. Aponta ainda que é preciso escolher os temas centrais, os quais têm mais apelo com o seu público. Durante os 60 anos de existência, o telejornalismo serviu de principal elemento mediador para mostrar a realidade do mundo. Os lares brasileiros eram acostumados a assistir ao jornal noturno todos os dias, junto da família, isso porque como era transmitido ao vivo reforçava ainda mais a ideia de estarem por dentro das últimas notícias, “frescas” e bem apuradas.

Dessa forma, houve uma segmentação de veiculação em horários específicos que seja do interesse de cada público. Durante o dia, são transmitidos os jornais com noticiários mais leves, formado basicamente por matérias mais frias, como temas de família, saúde, economia doméstica etc. Já a noite, o foco se direciona para os acontecimentos mais importantes do dia como as áreas de política, economia e segurança. Por isso, é importante sinalizar a linguagem que será envolvida para que haja compreensão dessas diferentes editorias, segundo afirma Paternostro.

A linguagem usada no telejornalismo é um ponto importante para se entender a consolidação das audiências desse gênero televisivo. Utilizam-se parágrafos curtos e objetivos, sem descrições ou frases de efeito. O texto coloquial dos apresentadores é próximo do cotidiano e daquele praticado pelas massas, gerando um entendimento natural da mensagem, independentemente de variações culturais ou geográficas do público que assiste. O telespectador pode assistir ao telejornal do início ao fim, sem precisar desistir por não ter compreendido algo. A compreensão precisa ser rápida e imediata, até porque não tem como voltar atrás para rever a reportagem. (PATERNOSTRO, 1999, p.43).

Os telejornais precisavam assim buscar sua credibilidade, o que visavam também na conquista de audiência e um público cada vez mais fiel. Quanto mais confiáveis as fontes, maior confiabilidade terá o telejornal. E dentre os elementos principais para que isso aconteça, está um bom texto (sendo este bem claro), além de obter boas imagens, conhecido como “casamento” no telejornalismo. Quando as notícias não são fáceis de entendimento, são utilizados os elementos gráficos, as famosas artes, como infográficos, mapas, selos, fotos muitas vezes utilizadas pelas editoras de saúde ou economia.

Barreiro e Lima (2013) dizem que por trás de uma notícia veiculada há sempre uma responsabilidade perante a sociedade que precisa ser cumprida. Nos anos 1950, com uma grande audiência consolidada levou com que alguns teóricos que são ligados a comunicação social refletissem sobre os aspectos que eram mais relevante aos telespectadores. Citam os recursos que devem ser usados durante as matérias para atingir diferentes classes, sendo elas letradas ou não. Outro fator mencionado pelos autores é o de bem-estar pela coletividade, em prol dos interesses comerciais e até mesmo o auxílio na produção da notícia. E quem assiste as reportagens produzidas na TV, observa que o tempo de duração se relaciona com a importância que ela tem desde a sua produção até a edição.

O telespectador, ciente disso, dedica maior atenção àquelas matérias mais longas e melhor exploradas, acreditando, de antemão, serem de maior relevância e de maior impacto para sua vida — é o valor dado a cada notícia. No meio jornalístico, há a figura do gatekeeper (ou porteiro, em português). A função desse profissional é justamente selecionar entre as pautas aquelas de maior relevância para a sociedade. Assim, possui um papel importante na medida em que considera o interesse público e a importância dos fatos no momento de selecionar a informação a ser veiculada. É a análise do gatekeeper que define se a informação será apurada e que tipo de destaque terá tal reportagem. É ele quem define o valor social de cada notícia. (ALMEIDA, 2019, p. 64).

Dessa maneira, há uma necessidade em que o público se interesse pelas histórias pela qual deseja se informar. Karam (2014) pontua que o telespectador deve alcançar uma visão crítica do mundo, sendo capaz de se posicionar em alguma causa que considere inadequada ou injusta. Logo, aumenta a abertura

para por reportagens pautadas nos movimentos sociais, grupo social ou relações ligadas ao preconceito e a violência. O espaço aberto se refere também a democratização da informação, que é um direito social pelo qual acontece a manifestação de ideias e interesses.

No telejornalismo, é comum em alguns noticiários o foco estar sobre os direitos humanos e questões sociais. Em outros casos, existem quadros dentro do próprio telejornal que são relacionados a problemas que os moradores apontam esperando assim uma intervenção do poder público. Já Bahia (2014) fala dessa relação entre jornalismo e democracia, reconhecendo desta maneira a função do jornalista de transmitir informações que sejam de relevância para os cidadãos, quanto a esfera política, lembrando de que o trabalho é imparcial e que requer que ouça ambos os lados da história.

### **2.3 As funções sociais do telejornalismo e o funcionamento de uma TV**

Para Karam (2014), a notícia vinculada na TV tem uma finalidade social e uma responsabilidade por quem a acompanha. É sob esse enfoque que as informações precisam levar a verdade, fazendo com que o telejornalismo seja capaz de denunciar as mazelas da sociedade, conhecido até mesmo como o jornalismo de denúncia. O alcance massivo trouxe diferentes discussões sobre as funções sociais dentro da televisão, tendo como exemplos matérias que abordem temas com foco na saúde, educação, direito das minorias etc. Tais condições garantem melhores condições de vida do telespectador e por isso a importância por quem exerce a profissão de jornalista.

Diante dessas diferentes abordagens, tem que ser pensado que o público a ser alcançado é diferente, podendo ser letrado ou não, além de ter uma cultura ou até mesmo situações geográficas distintas. Daí a importância de se utilizar recursos gráficos e imagens para deixar tudo mais claro para quem assiste. Alguns críticos de jornalismo questionam sobre o compromisso e o bem-estar da coletividade, visto que os profissionais têm ignorado suas funções em prol de interesses comerciais. Cabe então, nesse intuito, a defesa da informação, compreendendo um fato ou acontecimento que gera um impacto para a sociedade.

O jornalismo cidadão — também chamado jornalismo colaborativo ou jornalismo democrático — compreende uma linha de trabalho em que os próprios cidadãos, sem a formação de jornalista, participam ativamente da produção da notícia, nas etapas de apuração e redação. Para os adeptos, trata-se de uma forma de democratizar a informação, e qualquer pessoa pode participar ativamente do processo. Esse conceito ganhou força especialmente nas últimas décadas com a expansão da internet e de ferramentas de publicação, como blogs e redes sociais. (ALMEIDA, 2019, p. 64).

Nesse sentido, abre mais espaço para as pautas que são relacionadas aos movimentos sociais, como por exemplo, a falta de reconhecimento de um determinado grupo social envolvendo contextos de preconceito e violência. Hoje, as reportagens discutem assuntos que gerem soluções para os bairros ou cidades, temas estes que envolvem a coletividade de uma população daquele lugar. Em alguns telejornais existem quadros semanais onde os assuntos são relacionados as reivindicações dos moradores, esperando assim uma atuação mais direta do poder público.

Bahia (2014) faz uma relação entre jornalismo e democracia, sendo que a função do jornalista é a transmissão de informações que possibilitem aos cidadãos discutir e conhecer um pouco mais sobre o âmbito político e público. E assim, a sociedade democrática ganhará voz ativa, além de senso crítico nas participações e decisões que são de direito do público. Portanto, aparece aí uma função social do jornalismo que é a formação da opinião pública e a discussão dela. Logo, o objetivo é inserir nessas discussões representantes do público, visando um telejornalismo onde promova a inclusão da produção de notícia e a participação dos seus telespectadores.

Estamos inseridos atualmente na chamada Era da Sociedade Informacional. Mas o que isso significa? Trata-se de um momento marcado pelo desenvolvimento das chamadas tecnologias de informação e comunicação (TICs), com franca expansão da internet e com maior facilidade de acesso e compartilhamento de dados. Com isso, a informação circula rapidamente, extrapolando fronteiras geográficas e culturais. E o trabalho do jornalista? O maior acesso à informação não exima o jornalista de questionamentos e aprofundamentos nas reportagens e do compromisso com a verdade e com o justo e ético. A exigência atual com a velocidade na divulgação da informação não representa superficialidade. Ao contrário, o telespectador, mais crítico, quer ter a sensação de estar bem informado 24 horas por dia. (KARAM, 2014, p. 27).

Nesse contexto parte para o pressuposto de que o telejornalismo está vinculado ao avanço das novas tecnologias e das transformações sociais que aconteceram no decorrer da história. As questões atuais partem do sentido de

que a internet contribuiu para a facilidade de muitas pessoas consumirem conteúdos de notícias, assim como compartilhá-las. Assim, um profissional da área da TV passa a ganhar destaque, sendo este o videojornalista conhecido como repórter cinematográfico, que vive a rotina de ir as ruas, desempenhando muitas vezes mais de um papel na redação. Diante da demanda de quantidades de informações que chegam com mais frequência nas redações, o profissional precisa atuar em fluxo contínuo, tendo muitas vezes de cumprir o *deadline*.

Com o crescimento e o uso das redes sociais, os telespectadores passaram a contribuir cada vez mais com o conteúdo do telejornal, enviando vídeo, fotos, relatos e e-mails com sugestões de pautas. Tal atuação como coprodutor quebra o paradigma de que apenas o jornalista era o detentor da informação e onde o público atuava como ouvinte. A postura de quem atua tanto na bancada de TV, quanto o repórter que atua na rua e das pessoas que estão em casa evoluíram com esse advento proporcionado pela tecnologia, percebendo uma tendência onde se age com mais informalidade, onde todos possuem espaço e voz.

Jambeiro (2001) aponta que a programação televisiva é formada por um tripé, sendo este: informação, entretenimento e anúncios. Aponta também que na televisão existe um horário nobre, sendo das 18 às 24 horas. É nesse período que se tem boa parte do telejornalismo, além dos *breaks* (espaços para os comerciais), sempre disputado pelos anunciantes com altos valores para garantir espaço na grade. Numa emissora de TV, existem diversos departamentos como: gerência geral, departamento de telejornalismo, setor administrativo, departamento pessoal, de engenharia. Dentro das redações, geralmente existe uma divisão nas estruturas para que o produto final, o telejornal, seja produzido. Barbeiro (2002), seleciona da seguinte maneira em:

**Quadro 1** – Funções dentro de uma redação

<b>Diretor de jornalismo</b>	Profissional incumbido pela linha editorial da emissora, buscando conciliar as relações comerciais e políticas da empresa, negociando com clientes e funcionários.
<b>Chefe de jornalismo</b>	Jornalista responsável pela redação do telejornal e pelo funcionamento do mesmo.

<b>Editor-chefe</b>	Profissional que lida direto com cada edição do telejornal. Participa das reuniões, decide quais matérias vão ao ar e assume a responsabilidade de algum erro que possa acontecer durante a programação.
<b>Chefe de reportagem</b>	Sempre está a parte do trabalho das equipes de reportagens, tendo contato com os profissionais que estão na rua, quanto na redação.
<b>Pauteiro</b>	É o profissional incumbido de criar as pautas, que por seguinte serão encaminhadas aos repórteres.
<b>Produtor</b>	É ele quem auxilia a equipe que está na rua, como também a marcação de entrevistas, sugestões de imagens e fontes. Entra em contato direto com o repórter, mas não aparece no vídeo.
<b>Editor de texto</b>	Profissional que atua na revisão das imagens captadas e finalizando-a com o texto do repórter. Em alguns momentos, auxilia na construção da cabeça da matéria.
<b>Editor de imagem</b>	Monta as reportagens que vão ao ar, editando o material que foi produzido pelo repórter. Além disso, une as imagens com os <i>off's</i> gravados.
<b>Repórter</b>	Atua diretamente com a notícia, indo à rua, colhendo as informações e é o momento em que se grava a passagem. Sempre presta tudo o que acontece ao chefe de reportagem.
<b>Repórter cinematográfico</b>	Responsável pela captação de imagens e atua diretamente com o repórter nas ruas.
<b>Âncora ou apresentador</b>	Apresenta o telejornal, chamando as reportagens e os links ao vivo. Muitas vezes, esse profissional também é o editor-chefe do telejornal.

Fonte: ALMEIDA, Clarisse de Mendonça E.; FORECHI, Marilene; CERIGATTO, Mariana P.; et al. **Telejornalismo I**. Porto Alegre: Grupo A, 2019. 9788595028340. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595028340/>. Acesso em: 17 abr. 2022.

Além disso, alguns termos são mais utilizados dentro do vocabulário do apresentador, e desta forma Paternostro (1999) apresenta definições de alguns termos técnicos que serão descritos a seguir:

**Quadro 2** – Termos utilizados por um apresentador de telejornal

<b>Script</b>	Roteiro que contém de forma detalhada o desenvolvimento do telejornal como roteiro de imagens, falas e textos.
<b>Nota coberta</b>	Texto que é lido pelo apresentador com acompanhamento de imagens;

<b>Nota pé</b>	São informações que são lidas, sendo estas adicionais, e que não foram exibidas durante a matéria. Também é lida pelo apresentador e não há o uso de imagens;
<b>Flash/Boletim</b>	Hoje conhecido como <i>stand-up</i> , é quando o repórter busca as informações e realiza uma gravação de sua imagem em pé.

Fonte: ALMEIDA, Clarisse de Mendonça E.; FORECHI, Marcilene; CERIGATTO, Mariana P.; et al. **Telejornalismo I**. Porto Alegre: Grupo A, 2019. 9788595028340. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595028340/>. Acesso em: 17 abr. 2022.

E não existe só este setor dentro de uma TV, isso porque existem outros conteúdos audiovisuais que são produzidos, como as novelas, noticiários, programas humorísticos e de entretenimento. Com isso, as emissoras se dividem entre abertas e a cabo. A primeira se refere ao sinal que é transmitido através de satélite. Já a segunda, diz respeito a fibra ótica, tendo funcionalidades como *pay-per-view* e a internet. Mais recentemente, houve uma migração para o sinal digital, melhorando sua qualidade de sinal. Portanto, o material que o telespectador recebe em sua casa perpassa por diferentes fases e funções tanto em sua estrutura técnica, operacional e tecnológica, com o intuito de proporcionar com eficácia a comunicação.

### **3 CONCEITOS SOBRE JORNALISMO COLABORATIVO, INTERATIVIDADE E PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO NOS TELEJORNAIS**

Este capítulo aborda conceitos sobre o jornalismo colaborativo, interatividade e a participação do público nos telejornais. Em alguns casos, autores diferenciam jornalismo colaborativo de jornalismo cidadão. Além disso, trata sobre assuntos que são referentes ao surgimento de tais termos e como eles têm sido retratados no Brasil. Com um enfoque sobre a crescente participação dos telespectadores, mostra que ferramentas podem ser utilizadas e como tal fato contribui no trabalho do jornalista.

#### **3.1 Jornalismo Colaborativo**

Segundo os estudos de Brittes (2004), o jornalismo colaborativo se caracteriza pela divulgação de publicações através da internet e que proporcionam um grau maior de interatividade, fazendo com que os conteúdos sejam construídos de maneira coletiva. Tudo aquilo que as pessoas observam e presenciam de uma maneira diferente pode enriquecer a reportagem que será exibida ou que ainda está em construção. Pontua também que essa colaboração é conhecida como jornalismo participativo, já que tem sido praticado na web e nas redes sociais, além de outros veículos de comunicação como a televisão, abordando assuntos que sejam relevantes principalmente no que tange a realidade local.

Gillmoor (2005) acredita que pequenas comunidades com aproximadamente 10 mil habitantes tendem a contribuir cada vez mais para o processo jornalístico, exercendo atividades como participar e fiscalizar as peculiaridades de determinado bairro ou até mesmo da cidade. Muitas vezes, os próprios cidadãos junto do veículo de comunicação buscam respostas do poder público e essa parceria faz com que o jornalismo se torne mais evidente e eficaz. A produção de notícias feita pelos telespectadores acontece em condições essenciais, isso porque existem momentos em que a imprensa e os jornais enfrentam momentos de crise. Desse modo, as ferramentas de tecnologia possibilitam tal ação.

Outro fator que motiva o desenvolvimento do jornalismo participativo é a vulgarização de máquinas de fotografia digital e celulares que podem captar fotos ou vídeos e enviar mensagens multimídia. Essas tecnologias de comunicação móvel facilitam o registro e divulgação de fatos no momento em que eles ocorrem. As empresas jornalísticas passaram a contar com a pulverização de fontes de imagens e informações, mesmo onde não haja qualquer jornalista ou repórter-fotográfico. E não faltam ilustrações sobre os processos distribuídos e capilarizados que subsidiaram a ampliação da cobertura de grandes notícias: o ataque às torres gêmeas, em 11 de setembro de 2001; o tsunami no sudeste asiático, em dezembro de 2004; as explosões no metrô de Londres, em julho de 2005 (PRIMO, TRASEL, 2006, p.4).

Kaplún (1984) e Anderson (2006) consideram que a comunicação participativa abre novos espaços para as pessoas e concretiza situações para uma sociedade justa e democrática, e que os jornalistas atuam como mediadores da informação para enriquecer aquilo que é apresentado pelos seus telespectadores. Pontuam ainda que o jornalismo colaborativo implica na participação do público em programações, sendo que com registros ou até mesmo sugestões e denúncias contribuem para os telejornais, sendo que qualquer pessoa é capaz de produzir conteúdo que sejam significativos, principalmente com acesso à internet e a ferramentas como câmeras portáteis e celulares. Inserir essa participação na TV requer planejamento por parte da redação, fazendo análise daquilo que é relevante e que vai proporcionar também um viés mais interativo.

Não tarda a ser normal que qualquer portal de informação da Web disponha de endereço eletrônico para onde as pessoas possam enviar as suas fotografias, a partir de telemóveis ou computadores. O jornal (ou a emissora, ou qualquer outro gênero de serviço noticioso) deveria periodicamente publicar as melhores fotografias, tanto online como no seu veículo normal de informação. Assim o público habituar-se-ia à ideia de utilizar o meio dessa maneira. Depois, quando ocorresse algo de importante, a organização teria pelo menos algumas pessoas treinadas para utilizarem, quase sem pensar, este meio de comunicação (GILLMOR, 2005, p.128).

É notório que público tem contribuído com os veículos de comunicação, isso porque não tem como estar em todos os lugares ao mesmo tempo, e as emissoras sempre visam o “furo” jornalístico. Assim, os fatos exclusivos muitas vezes podem chegar como uma contribuição de um cidadão. Portanto, os profissionais tiveram que se atentar no interesse do público e se isso é válido para se tornar notícia. Além disso, eles ganham mais autonomia para decidirem o que é ou não relevante, lembrando que a disseminação dos conteúdos permite na possibilidade de se tornar uma possível pauta.

E por muito tempo, o correio eletrônico se tornou o principal canal de comunicação, proporcionando com mais facilidade e sendo até mesmo mais rápido do que outras formas de contato tanto para o público quanto profissionais. Logo, o autor afirma: “editores, colunistas e repórteres divulgam seus e-mails e rompem assim a barreira da distância, do inatingível, dialogando com o leitor, que muitas vezes transforma-se em fonte para pesquisas e reportagens” (PINHO, 2003 p.63).

Já na televisão, conforme Prado (2011), a tendência é que continue com o incentivo da prática de aproximação com o seu telespectador, potencializando no seu público características de manifestação, resultando em uma nova forma de fazer jornalismo na atualidade e possibilitando essa troca entre ambas as partes. E assim com o suporte e avanço da tecnologia cria novas ferramentas de manter que as pessoas sejam ativas durante o telejornal, elevando até mesmo os índices de audiência naquele horário.

Com recentes desenvolvimentos tecnológicos, outras características interativas surgem, permitindo que conceitos da atividade sejam atualizados com essas novas transformações. Os profissionais seriam determinantes para uma série de escolhas em relação ao fluxo de notícias, que deve passar por esses portões. No momento em que ele pode comentar abaixo das matérias, criando um efeito nessa informação, a transparência cresce e aumenta seu raio de aproximação, pois o leitor que tem espaço para opinar fica satisfeito, mesmo que não opine, apenas por saber que pode ter a chance de fazê-lo, consequentemente, volta a procurar mais informação (PRADO, 2011, p.51).

E para que isso fosse possível era necessário o avanço da internet, ainda segundo o mesmo autor, que enfatiza que graças a esse fator a população fez com que o jornalismo colaborativo se tornasse mais evidente, gerando até mesmo novas oportunidades de comunicação. Desse modo, nota-se também um aumento na produção de conteúdos ligados ao jornalismo, principalmente nas redes sociais. Mas para que haja essa cooperação é necessário interesse por parte de quem assiste, visto que na maioria dos casos é necessária uma identificação como nome, idade e até mesmo de onde está falando. Todavia, existem alguns casos que ainda preferem o anonimato.

Dentro do jornalismo colaborativo, a pessoa tem autonomia na transmissão da informação, isso porque nem tudo que é sugerido por quem está

em casa precisa de imagens. Às vezes é só uma sugestão de pauta ou até mesmo uma demonstração como elogios, reclamações. Em outros casos, o cidadão pode contribuir na apuração da reportagem ou ser uma fonte confiável que vai transmitir as informações, cabendo ao veículo a missão de verificar a veracidade dos fatos.

No entanto, alguns autores como Andrew Kenn (2009), defende que essa prática seja realizada por profissionais qualificados, uma vez que, apenas os jornalistas possuem o domínio das técnicas e conceitos éticos referentes a sua profissão, bem como na qualidade do material que está sendo produzido. Afirma que a credibilidade é um pilar fundamental, tendo em mente que é algo que utilizado para legitimar o discurso de um veículo de comunicação.

Já em outras situações, a colaboratividade pode ser responsável por todo o processo da construção da matéria, deixando de ser apenas um comentarista do telejornal, passando a atuar como produtor colaborador na construção de possíveis assuntos que possam se tornar pautas relevantes para determinado público. Assim, o telespectador pode atuar de diferentes maneiras, sendo elas: sugerindo pautas e mandando para um profissional experiente, que caso aprovada passa a ser executada pelo repórter; envio de fotos, vídeos que pode ser disponibilizada durante a programação; e além de sugerir pode ser uma fonte ou personagem da matéria.

### **3.2 Interatividade**

Pinho (2003) considera a interação como fator primordial no jornalismo, isso porque possibilita ao público de participar ativamente da programação, além de gerar possibilidades como comentários e opiniões sobre o assunto em questão. Afirma também que a comunicação interativa precisa ser permeada de respostas que potencializem as referências antigas, denominando assim de “dupla-via”. Quando acontece uma resposta a mensagem anterior, ele aponta como “comunicação ativa” ou “quase-interativa”. E voltando na história, um fator que facilitou o processo entre emissor e receptor foi a chegada do e-mail aproximadamente nos anos de 1970.

Para manter a credibilidade das fontes e das informações é importante que haja uma checagem para ver se há veracidade no assunto e se engloba também na política editorial do veículo e nos critérios de noticiabilidade. Thompson (1998) afirma que o termo cidadão repórter já existe há algum tempo, embora a internet proporcione maior alcance, isso no que tange no elo entre público e jornalistas. Denomina ainda, que os meios de comunicação desenvolvem formas de ação e interação, como interação face a face e interação mediada. A primeira consiste na presença dos participantes fisicamente, compartilhando mesmo tempo e espaço. Já na segunda é necessário que se utilize de algum recurso técnico (papel, fios elétricos,) como forma de possibilitar que a informação chegue no mesmo tempo para todos.

A abertura de novas formas de interação entre público e jornalistas nem sempre representa uma relação dialógica ou um processo de interação mútuo. As relações de poder existentes fora da rede são também transpostas para o mundo online. Os níveis de decisão que envolvem a publicação, a angulação, a edição e seleção do conteúdo ainda permanecem na redação do jornal. Assim, a participação e interação do leitor seguem determinadas, filtradas e monitoradas por jornalistas profissionais (SILVEIRA, 2009 apud WEBER 2010, p 49).

Além dessas denominações apresentadas pelo autor, existe a quase interação mediada, que está diretamente ligada as relações estabelecidas pelos meios de comunicação (jornais, rádio, televisão etc.). Dessa forma, existem técnicas, práticas, atitudes e modos que permeiam o processo de comunicação em determinado veículo, tendo cada um à sua particularidade. Logo, (WOLTON, 2007, p.87) afirma: “o indivíduo é o único responsável por si mesmo, e fora de qualquer estrutura pode livremente desenvolver sua competência, assegurar seu destino, se cultivar, se corresponder, criar relações”. E assim considera, que as informações podem ser criadas e acessadas por qualquer indivíduo.

Mesmo que haja a intenção dessa interação, é preciso tomar alguns cuidados visto que com evolução da tecnologia e a divulgação mais rápida da notícia tem se espalhado informações falsas, conhecida como “*Fake News*”. Em muitos casos, principalmente nos veículos online, observa-se que a apuração não foi completa ou checada, se a realmente a fonte é verídica ou não (bem como o que ela fala sobre determinado assunto), a data de veiculação etc. Isso porque com o alcance de compartilhamento, podem ser expostos matérias

antigas e que não condizem com os assuntos que estão sendo divulgados por diversos veículos de comunicação.

Com o avanço da internet, ainda mais com a preocupação e velocidade de circulação da informação, critérios de noticiabilidade estão sendo cada vez mais esquecidos, é o que afirma Bruns (2005). Por isso, existe um profissional responsável para decidir se a notícia será reproduzida, cargo estes muitas vezes conhecido como editor-chefe. Sendo assim, com a prática do webjornalismo traz à tona a aproximação do público, mas ao mesmo tempo altera as relações e formas do jornalismo tradicional, como a checagem da pauta, averiguação das fontes e do assunto, além de analisar se o conteúdo é relevante para a empresa de comunicação.

(...) o maior legado desse movimento de Inovação Digital, transpor o digital e distribuir novos pensamentos em velhos departamentos. É olhar diferente. Buscar soluções não só em como comunicar com o seu cliente, mas como se relacionar com ele e com tudo que está a sua volta, ou seja, o mundo todo trazendo um jeito novo de questionar para encontrar novas soluções (ANTUNES, 2011 p. 49).

Dentre as formas de atrair o leitor, o usuário instiga seu poder de atuação, isso porque ele tem o poder de escolha sobre o veículo de comunicação que deseja acompanhar e até mesmo participar. Diante dessa nova realidade é preciso se atentar, principalmente no perfil do profissional de comunicação que está em formação, uma vez que tem domínio das ferramentas digitais e está cada vez mais ligado ao jornalismo digital. Entender o interesse do espectador e corroborar com ele é algo significativo, desde que não perpassa a hierarquia do jornal, site.

E dar oportunidade ao telespectador, segundo Reis (2010), é oferecer conteúdo que aproximem cada vez mais a realidade local/regional, se atentando nos critérios de noticiabilidade, fazendo com que o público de casa sinta interesse de participar, além de motivá-los ao acompanhamento da programação. Logo, entender as necessidades é importante para ver as preferências do público, mostrando que ele faz parte do conteúdo que está sendo produzido. E partindo do pressuposto que muitas pessoas têm confiança do que está sendo transmitido na TV é verdade, os jornalistas precisam deixar de

sobressair na notícia, visto que ela é o foco principal, fazendo com que o receptor deposite relevância naquilo que eles transmitem.

Rost (2014) também conceitua interatividade. Esse termo se refere a capacidade de seus usuários se relacionarem por meio da navegabilidade dentre as quais estão e-mails e redes sociais. E assim, o autor define dois graus de interatividade que podem acontecer dentro da comunicação. O primeiro deles é a interatividade seletiva, que permite que o usuário selecione os caminhos de navegação e de recuperação de leitura (a hipertextualidade e a memória são exemplos). Já a segunda interatividade é a comunicativa, que por sua vez possibilita que o usuário seja um produtor da informação, dialogando com leitores e jornalistas.

A interatividade trouxe a mudança da linguagem no telejornal, que está, a cada dia, mais informal, além da participação da sociedade não só como mero receptor de mensagens, mas também como produtor: participa na sugestão de pautas, na produção de matérias, enviando imagens registradas. Isso torna o programa ainda mais interativo e assim, se fortalece com a combinação, o que possibilita a liderança na audiência, além de acompanhar os avanços que a globalização exige, para se manter no mercado. (MORAIS; REIS, 2010, p. 3).

Portanto, assuntos de interesses coletivos para sociedade fazem com que por muitas pessoas possuírem câmeras fotográficas, vídeos, aparelhos celulares contribuam na disseminação de registros que demoraria horas ou dias para chegar na redação caso fosse feito por um profissional. GILLMOR (2004, p.60) determina o conceito de evento descritivo afirmando que “hoje em dia, se o seu argumento for suficientemente persuasivo e/ou apoiado em fatos, os meios à sua disposição podem transformar sua causa num fenômeno social”.

Além desses termos, Curado (2002) afirma sobre a importância de selecionar trechos importantes que foram coletados por cinegrafista e repórter, e assim fazer a seleção de pautas que serão escolhidas de acordo com os critérios de cada veículo. Menciona ainda, que na TV a importância da imagem é primordial unindo esta com a informação coletada. E a proposta do autor, é que haja o diálogo da televisão com as novas tecnologias, principalmente a internet e as redes sociais.

Silva (2013), os dispositivos móveis reconfiguram a reportagem de campo, e segundo ele se caracteriza por: emergência de um jornalista/repórter

multitarefa, que acumula funções; atualização contínua da notícia do campo; velocidade/tempo real; trabalho para multiplataformas; streaming de dados (imagens, áudio, vídeo e textos) que traz ubiquidade ao conteúdo; interações mediadas virtualmente entre repórteres e editores.

Televisão interativa pode ser definida como qualquer coisa que torne possível ao telespectador ou telespectadores se engajarem em um diálogo com as pessoas que fazem um canal de televisão, programa ou serviço. Mais especificamente, pode ser definida como um diálogo que leva os telespectadores além da experiência passiva de assistir e os permite fazer escolhas ou praticar ações (GAWLIMSKI, 2003 apud TEIXEIRA, 2009, p.20-21).

O avanço do processo de modernização fez com que os conteúdos que são feitos e produzidos na televisão ampliassem sua forma de divulgação, já que as matérias exibidas ou até mesmo o próprio telejornal pode ser revisto na internet, além das redes sociais como facebook, twitter, instagram, tik tok etc. Com a crescente de usuários, a comunicação se possibilita participação e interatividade com quem consome as notícias. “As novas tecnologias da informação oferecem instantaneidade, interatividade, abrangência e liberdade” (TOURINHO, 2007, p. 21).

### **3.3 Participação do público nos telejornais**

A participação do público com a mídia evolui com o decorrer do tempo principalmente por causa da evolução da tecnologia, é o que afirma Castilho (2009). Há algumas décadas, para entrar em contato com os jornais e até mesmo com as redações, era preciso ligar, mandar cartas ou até mesmo ir presencialmente para expor dúvidas e sugerir pautas. Para o autor, os jornais impressos tiveram que se adaptar com o progresso da imprensa e aponta que a partir dos anos 1990 nos Estados Unidos, houve uma crescente popularização da internet na comunicação, proporcionando a população a prática do jornalismo colaborativo.

Tal prática que antes ficava restrita a profissionais ligados à área da comunicação, favoreceu com que seu público participasse com atividade no auxílio e na distribuição de informações, como, por exemplo, em texto, áudio, vídeo e som. E a internet impulsionou esse fato, e diante disso Castells (1999, p.499), considera: "redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma

ilimitada, integrando novos nós desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação”. A possibilidade é que agora as pessoas têm a oportunidade de produzir seus próprios conteúdos, expondo a sua realidade, anseios e desejos.

As mídias digitais, que trouxeram consigo a possibilidade de conexão em rede, foram uma batalha final vitoriosa da guerra do homem contra o tempo e o espaço. As mudanças nesses casos, não foram apenas de caráter quantitativo, e sim qualitativo. Se com a difusão da imprensa as mensagens ganharam em possibilidade de distribuição, ou seja, maior quantidade de mensagens a serem distribuídas, a revolução digital trouxe, além da facilidade de distribuição da mensagem, a possibilidade de o receptor participar mais ativamente na (re)construção da mensagem, transformando os receptores em autores (CARNIELLO, 2003, p.126).

Assim, pressupõe-se que essa plataforma permite que seus usuários desenvolvam diversas possibilidades e que auxilia no trabalho dos jornalistas. Nesse contexto, Moretzsohn (2007) afirma que essa nova cultura é interativa e participativa, onde o cidadão tem a possibilidade de desempenhar diferentes ações, muitas vezes sendo ela social ou não que visa o bem-estar do coletivo. “A possibilidade de qualquer um produzir informação dará voz a pessoas que não têm tido. E precisamos ouvir o que elas têm a dizer-nos” (GILLMOR, 2005, p.19).

Para Traquina (2005), os valores notícias envolvem categorias que podem mudar conforme a localidade, o tempo, o público e até mesmo fatores inusitados ou questões que abordem tragédia, morte, violência. Destaca ainda que essa concepção precisa ser discutida e analisada de acordo com a linha editorial do veículo e a própria produção jornalística que concerne à linha de produção. O jornalista então, precisa de conhecimento e discernimento para estudar e verificar se determinado assunto se tornará uma pauta.

Alguns autores como Madureira (2010) diferenciam jornalismo cidadão do jornalismo colaborativo ou participativo. Para ele, o primeiro se refere ao movimento que acontece nos jornais ou sites que visam a forma de desenvolver demandas de determinada localidade, onde existem problemas que necessitam de uma resposta e dessa forma precisam de uma condução de editores e jornalistas. Enquanto o segundo, diz respeito a seleção de conteúdos que são relevantes, todavia contando ainda com a função de um profissional jornalista. A

partir daí o público passa a contribuir com conteúdo em diferentes mídias, como coprodutores.

Dentro das possibilidades de produção, o jornalismo também ganha a interferência, nem sempre negativa, dos novos produtores, ou melhor, coprodutores de informação. Seja pelo envio de fotos ou imagens de um fato que vão agregar à notícia, esses coprodutores buscam se identificar com conteúdos a partir da presença de uma realidade mais próxima deles nos jornais, mesmo que sua identidade não seja revelada (FILHO; FERREIRA, 2016, p. 106).

A participação do público em algumas ocasiões pode ser confundida com o jornalismo público, é o que afirma Abreu (2003). Essa especialidade jornalística foi criada nos Estados Unidos para que a população se tornasse mais ativa, confrontando assim os problemas locais. O fenômeno dessa colaboração teve origem no final dos anos 1990 no mesmo país, persistindo também na década seguinte. E dessa maneira, a participação passa a ter importância não só para jornalistas que estão presentes diariamente nas redações dos jornais, assim como para aquele que também deseja contribuir.

No Brasil, essa forma mais indireta acontece quando através das equipes de jornalismo que estão na rua, como por exemplo o caso do telejornal RJ 1, da Globo Rio. Conforme o que apresenta o site Memória Globo, no fim da década de 1990 o jornalismo local da emissora carioca tinha uma linha editorial voltada para o comunitário, sendo que nos anos seguintes essa presença do público se tornou mais efetiva. Abreu (2003) aponta que a boa participação foi na década de 1990, em jornais cariocas, paulistas e até mesmo de nível nacional. E a internet foi um fenômeno que gerou mais espaço, sendo que agora há um predomínio das redes sociais.

O público ao interagir, tem sua copresença estimulada, isso porque os participantes partilham do mesmo referencial e espaço. No começo, existiam poucos recursos, tendo como o principal o telefone. E quando se pensa na internet, as formas são as mais diversas para que essa participação aconteça. Contudo, é necessário que esse processo se concretiza pelo computador ou pelo celular. Além de ser um recurso que media, funciona como mecanismo de auxílio do público com a televisão. Cajazeira (2014) fala sobre três tipos de participações que podem ocorrer em um jornal, sendo estas: direta, indireta e simultânea.

**Direta** – considera que existem dois tipos para que o público possa participar do telejornal por meio da internet:

- a) Fale conosco: pode ser encontrado nos sites das emissoras de TV, na qual o público pode encaminhar alguma solicitação, sugestão ou dúvida que possa ser lida e respondida por alguém do departamento de jornalismo. Esse atendimento em sua maioria acontece por *e-mail*, podendo servir de interesse público, conforme interesse dos editores do jornal, passando por uma análise por profissionais da área.
- b) Redes sociais: é através desse canal que se cria maiores relações entre o telespectador e jornalista, já que é ambiente midiático onde os próprios integrantes podem dar opiniões e comentários. Para que isso seja possível, é necessário um monitoramento por alguém responsável pelas mídias sociais, propondo participações do público/internauta. Logo, esse tipo de mensagem apresenta o canal como interativo e imediato, filtrando assuntos que são de interesse do público e encaminhados ao setor de jornalismo da TV.

**Indireta** – esse tipo de participação resulta da ação direta que publica, compartilha o conteúdo jornalístico que é veiculado pela televisão, como blogs, sites e redes sociais online. Assim, acontece a midiaticização do conteúdo em outros espaços que pode gerar audiência para o canal. Com isso, aumenta a visibilidade, propondo relações unilaterais, partilhando as vezes apenas de comentários ao invés da exposição na TV.

**Simultânea** – ocorre quando a participação acontece durante o ao vivo ou assíncrona, isto é, já gravada. Alguns programas televisivos propõem essa prática por meio do fale conosco, sms, participação telefônica, e-mails e redes sociais online. No final, o emissor (TV) converge esse conteúdo, evidenciando a interatividade e relações entre TV e público.

Dessa forma, percebe-se que existem diferentes formas e ferramentas em que os telejornais utilizam para que o seu telespectador participe da sua programação. Concomitantemente, pelo fato da televisão ser um meio de comunicação de massa esses elementos vão de encontro ao interesse por quem assiste identificando a representatividade coletiva, as relações comunicacionais num espaço midiaticizado. Logo, a responsabilidade por parte dos jornalistas é

com informação, não se esquecendo de fato de que a população numa era digital quer ser ouvida e ganhar cada vez mais espaço na sociedade.

## **4 HISTÓRICO DO TELEJORNAL BOM DIA RIO E ANÁLISE DE CINCO EDIÇÕES DE MARÇO DE 2022**

Nesse capítulo ocorrerá um breve histórico do telejornal Bom dia Rio, desde o início do programa até os moldes em que se encontra hoje, destacando pontos como os apresentadores, as edições. Além disso, foi realizada uma análise de cinco edições de março de 2022, onde foram discutidas como acontece de fato a participação dos telespectadores e como eles têm colaborado com a notícia. Dessa forma, busca-se mostrar a relevância de conteúdos que são produzidos por pessoas que não tem título de comunicação, mas que ajudam na disseminação da informação.

### **4.1 Bom Dia Rio – O começo**

A história é contada por duas fases. Segundo o site Memória Globo, a primeira se inicia no dia 3 de janeiro de 1983, onde é conhecido como a marca inicial do telejornal, isso porque foi a data de estreia do Bom Dia Rio sendo assim transmitido pela primeira vez. Com os moldes parecidos e similares com o jornal Bom Dia São Paulo que já estava no ar desde 1977, a proposta era ter um noticiário que trazia informações locais, prestação de serviços e até mesmo entrevistas, além de conter a participações dos repórteres que faziam entradas ao vivo em diversas regiões da cidade. Nessa época a duração do telejornal era de meia hora, sendo exibido depois do Bom Dia Brasil, às 7h30 de segunda à quinta-feira. A apresentação nesse período ficava por conta de Leda Nagle e Marcos Hummel.

Para que fosse exibido durante a manhã, os profissionais chegavam a redação as 3h da manhã para que houvesse a preparação do jornal. Faziam parte da equipe naquela época os seguintes jornalistas: Renato Kloss, que era o editor-chefe; Luís Edmundo Monteiro que era responsável pela produção; Renée Castelo Branco, Mariangela Medeiros e Toninho Vaz eram os editores; a supervisão ficava na responsabilidade de Diléa Frate; André Luíz Azevedo, Fernanda Esteves, Glória Maria, Leilane Neubarth, Pedro Rogério e Romulo Casali eram os repórteres; Acyr Fillus, Daniel Andrade, Umberto Borges e Flávio Capitone eram os cinegrafistas. Já Alberico Souza Cruz era o editor-regional.

**Figura 1:** Leda Nagle, a primeira apresentadora do Bom dia Rio



Fonte: Site Memória Globo, disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com>

“Mesmo acostumada à pauleira do dia a dia, estou descobrindo assuntos que apresentam a novidade, descontração, matérias para cima, com um alto astral, que fazem com que as pessoas comecem o dia numa ótima”, essa foi a fala de Glória Maria, uma das repórteres em entrevista que ela concedera ao jornal O Globo no dia 21 de janeiro do mesmo ano, onde ela contava como era o novo modelo do trabalho. No entanto, logo no ano seguinte, em 1984 o Bom Dia Rio deixou de ser exibido, devido ao luto que o programa passou por causa da morte de jornalistas que estavam em um avião que havia explodido em Barra de São João, distrito este pertencente a cidade de Casimiro de Abreu no estado do Rio de Janeiro.

Por isso, no dia 24 de junho de 1984 a apresentadora Zaira Martins abriu o jornal informando da tragédia que havia acontecido, sendo este o último dia de exibição, finalizando assim a primeira fase. Morreram no acidente aéreo os profissionais da rede Globo sendo eles, Dario Duarte, Jorge Antônio Leandro, Levy Dias da Silva e Luís Eduardo Lobo. Além destes, equipes de outras emissoras de TV perderam seus profissionais de jornalismo no acontecimento, como da TV Bandeirantes, Educativa e Manchete. Com esse noticiário, encerra-se a primeira fase e a programação só voltaria a ser exibida quase cinco anos depois.

**Figura 2:** Apresentadora Zaira Martins informando o acidente aéreo



Fonte: Site Memória Globo, disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com>

A segunda fase se inicia em 22 de maio de 1989, mantendo o mesmo horário, só que a partir daí a apresentação ficava no comando da jornalista Cláudia Cruz, que antes pertencia a TV Educativa. O retorno do telejornal se deu em conta da implementação de outros jornais locais matutinos em outros estados como de Minas Gerais e de Pernambuco, hoje conhecido como Bom Dia Minas e Bom Dia Pernambuco. Nesse período, havia um espaço destinado aos comentários políticos que ficava na responsabilidade de Bruno Cartier Bresson. Já as entrevistas no estúdio eram realizadas por Marcos Hummel e Paulo Roberto Amaral.

Já no ano de 1992, o programa ganha um novo marco, criando um canal de comunicação com o telespectador. Era através do número de telefone que as pessoas podiam dar sugestões de reportagens ou até mesmo reclamar de problemas pertinentes a sua região. Nesse momento, a apresentadora Cláudia Cruz não fazia mais parte da equipe. Quem assumira seu lugar era Marcos Hummel que antes comandava o Jornal Hoje. As ligações que chegavam do público iam para Central de Atendimento ao Telespectador, e posteriormente eram encaminhadas ao estúdio, onde o apresentador avaliava se os comentários

eram cabíveis para que fosse aproveitado no ar. Tudo era analisado também por Jorge Mansur, editor-chefe dessa época.

Em 1995, um fato marcante prepondera a programação, visto que Evandro Carlos de Andrade assume a direção de jornalismo da Globo, fazendo com que houvesse mudanças nos telejornais locais. A estratégia agora era aperfeiçoar a linguagem jornalística, fazendo com que acontecesse com mais frequência a participação de entrevistados no estúdio e apostando cada vez mais na prestação de serviços. Com isso, no dia 19 de abril de 1996, o jornal ganha meia hora a mais e começa ser exibido às 7h da manhã. E quem comandava a apresentação era Priscila Brandão. Outros apresentadores passaram pelo jornal entre os anos de 1992 a 2001, na qual destacam-se: Ana Paula Araújo, Isabela Scalabrini, Hélder Duarte, Márcio Gomes e Renata Capucci.

#### **4.2 Evolução do telejornal a partir da década de 2000**

O Bom Dia Rio chega a década de 2000 com o intuito de manter o jornal dinâmico, mantendo as entrevistas ao vivo, abordando os principais fatos que aconteceram na cidade no dia anterior e na manhã que está começando. Um caso que deu muita visibilidade a programação foi a apresentação de três séries, intitulada “A paz que eu quero”, no ano de 2002, onde mostrava cidades do interior do estado que tinham poucos índices de violência. Tal ideia se deu ao ocorrido que aconteceu com o jornalista Tim Lopes que foi assassinado em junho do mesmo ano.

Em agosto de 2005, Ana Luiza Guimarães passa a substituir Sidney Resende, onde atuou como apresentadora e editora do telejornal, permanecendo no cargo até o ano de 2013. Outro marco importante para o jornal foi no ano de 2010, onde é criado o quadro “Radar RJ”, ocupando assim parte da programação com ênfase no trânsito na cidade do Rio de Janeiro e das principais rodovias que ligam a região metropolitana da capital, como a BR-040 e a BR-116 (Via Dutra), além das vias expressas como a Avenida Brasil, Linha Amarela e Linha Vermelha. Com o convite que Ana Luiza recebera para assumir o RJTV 2ª edição, a apresentação passa para o jornalista Flávio Fachel, que

apesar de ser gaúcho trabalhou na Globo Rio de Janeiro desde 2000 a 2010, além de passagens como correspondente internacional.

**Figura 3:** Ana Luiza Guimarães deixa a bancada do telejornal e o jornalista Flávio Fachel é quem assume em 2013



Fonte: Site Memória Globo, disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com>

Em 6 de maio de 2013, com a proposta de manter o padrão do Bom Dia São Paulo, o horário de duração do Bom Dia Rio passa a ser estendido, começando agora às 6h15. Tal fato se concretizou também, devido à concorrência que a emissora Rede Record trazia consigo com a sua programação no mesmo horário. No mesmo ano, houve várias mudanças no projeto gráfico, visto que tem o quadro do Radar RJ, além de ser um molde para as emissoras locais, que por sua vez seguiam a padronização do telejornal da capital.

O jornal passa a ganhar quinze minutos a mais na sua programação diária a partir do dia 1 de dezembro de 2014, tendo início assim às 6 horas da manhã. No dia 23 de março de 2015, uma nova ferramenta passa a fazer parte do Bom Dia. O Whatsapp se tornou um canal de comunicação entre os jornalistas e os telespectadores, fazendo com que público a partir desse momento pudesse participar, mandando fotos e vídeos para a redação, abordando diferentes assuntos. No comando do quadro do Radar RJ, a jornalista Silvana Ramiro ficava responsável por apresentar imagens e os vídeos que eram gravadas pelos cidadãos que compartilhavam problemas básicos que aconteciam na cidade

como as enchentes, a falta de saneamento básico, a precariedade do transporte público.

**Figura 4:** Apresenta o número de telefone para que os telespectadores contribuam com o jornal



Fonte: Site [g1.globo.com](https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/vc-no-g1-rj/noticia/2015/03/veja-como-colaborar-com-o-bom-dia-rio.html), disponível em: <https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/vc-no-g1-rj/noticia/2015/03/veja-como-colaborar-com-o-bom-dia-rio.html>

Essa iniciativa de utilizar aplicativos e redes sociais para interagir com o público ganhou visibilidade no ano de 2015, assim como outros apps como o você no G1 RJ. Através do número de Whatsapp o internauta podia enviar depoimentos, vídeos, fotos. Mas é necessário se atentar a algumas dicas importantes que o próprio veículo de comunicação ressalta, como: a gravação ser utilizada com o aparelho deitado, fazendo com que apareça o plano inteiro; é importante escrever algumas informações sobre a sua identificação (nome, qual bairro e assunto que está sendo retratado; e sempre que for possível identificar quem fez as imagens ou até mesmo o vídeo, para que a equipe do telejornal coloque nos créditos que foi o telespectador que contribuiu com a notícia.

Atualmente o Whatsapp do programa é (21) 99424-2523 e a evolução do jornal fez com que houvesse mudanças de cenários, como, por exemplo, no ano de 2011, onde o Bom Dia Rio inaugurou um novo estúdio no último andar do prédio da TV Globo, no Jardim Botânico, zona sul do Rio de Janeiro. A visibilidade do estúdio permite ao telespectador ver ao fundo imagens naturais

dentre as quais estão a Lagoa Rodrigo de Freitas e o Arquipélago das Cigarras. Todavia, no mesmo local acontece as gravações do RJ1, RJ2 da capital, além de ser espaço para o Globo Comunidade.

**Figura 5:** Vista do novo estúdio do Bom Dia Rio



Fonte: Site O TV em Foco, disponível em: <https://www.otvfoco.com.br/bom-dia-rio-sofreram-mudancas-apos-crescimento-do-balanco-geral/>

Alves (2009) aponta que a tarefa de aproximar cada vez mais o telespectador para sua programação faz com que aumente o interesse fazendo com que a colaboração e a participação ocorram de diferentes formas como: envio de sugestões de pauta, fotos, vídeos, participação como fonte, perguntas ao vivo, participações em enquetes e debates etc. Com todas essas reformulações, o telejornal passa a ter duas horas de duração a partir de 21 de janeiro de 2019, sendo assim exibido das 6h às 8h da manhã. Mas com a pandemia da Covid-19 no ano de 2020, fez com que aumentasse a cobertura e passando a ter agora duas horas e meia de duração, o que persiste até os dias de hoje.

#### **4.3 O telejornal no ano de 2022 e as suas principais curiosidades**

Com o horário estendido das 6h às 8h30 da manhã, o jornal busca noticiar os principais fatos que aconteceram durante a noite. Assim como no início do Bom Dia, as equipes de jornalismo chegam cedo a redação para a sua preparação. A apresentação fica no comando de Flávio Fachel e Silvana Ramiro,

que por muitas vezes expressam suas opiniões durante a programação, tornando um jornal opinativo, mas que não deixa de transmitir a realidade dos acontecimentos. Atualmente conta com três apresentadores eventuais, sendo eles Hélder Duarte, Mônica Teixeira e Silvana Ramiro.

O Radar RJ, ainda sob a responsabilidade de Silvana Ramiro, aborda os principais assuntos referentes ao trânsito da cidade. Além disso, conta com a presença constante do Globocop (helicóptero da Rede Globo) que em vários momentos registra flagrantes importantes, que por sua vez gera visibilidade nos outros jornais diários do dia. O jornalista Genílson Araújo que sobrevoa juntamente com a equipe área pela cidade e região metropolitana. Na sua ausência, repórteres como Guilherme Peixoto, Diego Haidar, Ana Paula Santos fazem a eventual substituição.

Por abordar diversos assuntos nos quais estão ligados a cidadania, política, direitos do consumidor, previsão do tempo fazem com que seja um diferencial e cativa a atenção do telespectador. Existe ainda, um momento dedicado ao esporte onde são abordados e comentados os principais times do estado do Rio de Janeiro: Botafogo, Flamengo, Fluminense e Vasco. André Lofredo comanda o quadro, embora ele não seja exibido todos os dias, dando destaque apenas nos dias em que tiveram jogos. O comentarista utiliza da sua eloquência para também interagir com os apresentadores, que por sua vez fazem comentários acerca do assunto.

Dentre as curiosidades do Bom Dia Rio, vale mencionar que a rotina agitada durante a madrugada vem desde o início dos anos 1980. Alguns casos ficaram marcados na história de alguns profissionais, como contou Glória Maria que roteirizava as matérias junto da sua supervisora, Diléa Frate, e que em um desses momentos pegou um trem do subúrbio até a Central do Brasil, mostrando como era a vida das pessoas que acordavam muito cedo e precisavam trabalhar. Outra situação, que a atual apresentadora do Globo Repórter, e ex repórter do Bom Dia ressalta é que já emendou vários trabalhos, como entrevistas e a volta para o estúdio.

#### **4.4 Programas do Bom Dia Rio analisados (14 a 18 de março de 2022)**

As análises realizadas levaram em conta as cinco edições em destaque, priorizando alguns momentos de cada dia. Foram selecionados alguns aspectos referentes a opinião e a abordagem dos apresentadores em relação aos temas e participações; mostrar se o material escolhido envolveu a participação direta, indireta ou simultânea; qual meio utilizado para essa interação se foi foto, vídeo, perguntas, etc.

A consulta e pesquisa do material escolhido foram realizadas pela internet, através do site globoplay onde foram vistas as edições desse jornal no período já mencionado. Diante disso, foram selecionados alguns trechos de cada edição para serem analisados nessa pesquisa. Logo abaixo, foi descrito a matéria ou a participação que foi ar durante cada dia da semana.

#### **4.4.1 Edição do dia 14/03/2022**

Essa edição do Bom dia Rio conta com 2 horas e 18 minutos de programação. Assim como em todo telejornal, ele é dividido em blocos e para a abordagem do material escolhido foi analisado o segundo bloco a partir dos 25 minutos. Com a apresentação de Flávio Fachel e Silvana Ramiro, essa parte do programa mostrou matérias já produzidas, além de dar um espaço maior ao Radar RJ. Desse modo, foi colocado em destaque uma participação de uma moradora sobre o assunto relacionado a trânsito. Mas, existiram outros momentos em que houve interação que teve um enfoque no gráfico abaixo.

A moradora Patrícia fez uma denúncia que virou matéria. Através do Whatsapp seu questionamento era sobre um sinal de trânsito que estava apagado há três meses, temendo assim a ocorrência de acidentes. Tal fato aconteceu com os moradores de Vicente de Carvalho, bairro da zona norte do Rio de Janeiro. Esse trecho foi escolhido devido à dinâmica que foi feita pela moradora. Quando a sugestão de matéria chega à redação, é preciso ser analisado para ver se realmente de fato isso acontece. E logo na edição desse mesmo dia o problema foi exposto buscando uma solução por parte das autoridades.

Logo, os apresentadores tornam o jornal opinativo, já que comentam os assuntos que estão sendo retratados. A reação de ambos era em relação aos

cidadãos que precisam utilizar desse semáforo diariamente, utilizando um discurso que cobrava do poder público uma atitude, para até mesmo evitar colisões e atropelamentos.

**Figura 6:** Participação de telespectadora no Bom Dia Rio



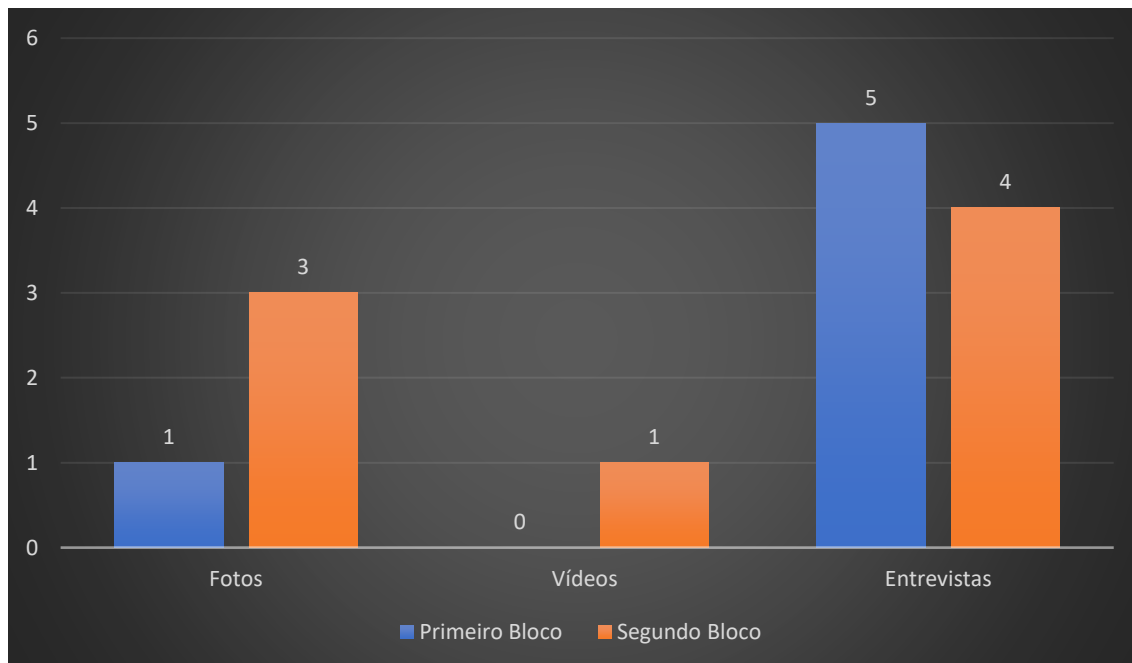
Fonte: Globoplay. Disponível: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/videos-bom-dia-rio/playlist/videos-bom-dia-rio-de-terca-15-de-marco-de-2022.ghtml>>. Acesso em 04 de outubro de 2022.

A figura aborda de fato quem fez a denúncia. Além disso, no decorrer do link ao vivo são entrevistadas outras pessoas que retratam o mesmo problema. Dessa forma, envolve assuntos que estão ligados as editorias de trânsito e transporte, esperando que seja tomada alguma ação do poder público. Após o caso ter aparecido no telejornal, o sinal de trânsito em Vicente de Carvalho foi resolvido dias depois.

Assim, a participação de Patrícia aconteceu em dois momentos distintos. O primeiro dele foi referente ao contato que ela fez com a redação através de um aplicativo de mensagens, sendo esta o Whatsapp. Pode-se então definir, conforme aponta Cajazeira (2014), que essa interação acontece de forma direta, já que por meio desse canal houve a comunicação entre telespectador e jornalista. O segundo momento se concretiza com a participação da moradora

durante o jornal ao vivo, onde ela concede a entrevista e expõe de fato o problema que dificultado os pedestres.

**Gráfico 1:** Materiais que os telespectadores enviaram para o Bom Dia Rio



Fonte: o autor, a partir da análise feita pela edição assistida na globoplay

O gráfico 1 mostra os materiais que os telespectadores enviaram durante o primeiro e segundo bloco da edição do dia 14 de março, embora a análise descrita tenha sido apenas do segundo bloco e referente a uma participação específica devido ao envolvimento que houve entre os envolvidos. Vale ressaltar também que o índice das entrevistas se destaca por causa dos links ao vivo, como foi no caso de Patrícia, onde a repórter Nathália Castro entrevistou duas pessoas em sua abordagem, fora o que já tinha sido exibido no bloco anterior a este.

#### 4.4.2 Edição do dia 15/03/2022

A segunda edição em análise teve 2 horas e 19 minutos. Para este momento foi selecionado o quarto bloco e selecionado dois momentos que destacam a contribuição e envolvimento das pessoas com o telejornal. Dentre as matérias exibidas, destaca-se um vídeo encaminhado por responsáveis de alunos da rede municipal de Japeri, alegando a falta de transporte. Nesse caso,

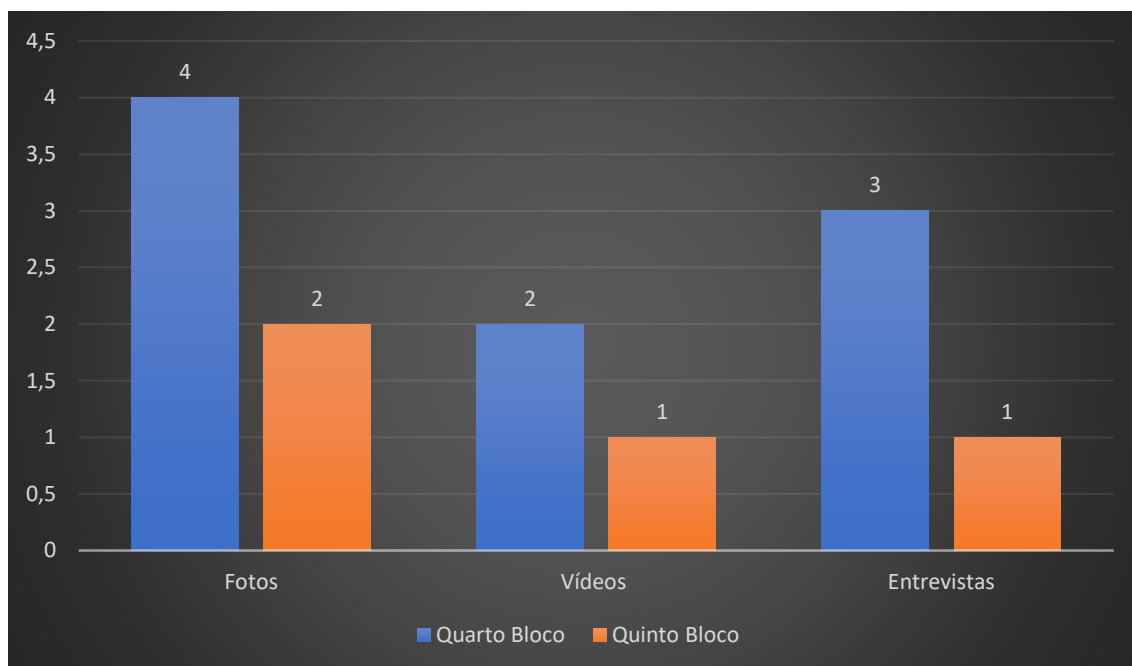
foi gravado um vídeo e exibido durante a programação com uma reposta já solicitada ao poder público municipal. Essa participação é considerada simultânea, uma vez que tal reprodução repercutiu tanto nas redes sociais quanto na televisão.

**Figura 7:** Vídeo enviado por telespectador



Fonte: Globoplay. Disponível: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/videos-bom-dia-rio/playlist/videos-bom-dia-rio-de-terca-15-de-marco-de-2022.ghtml>>. Acesso em 04 de outubro de 2022.

Já o segundo momento em que houve participação, aconteceu quando foi exibido outro vídeo só que de uma denúncia feita por funcionários do hospital de Saracuruna, em Duque de Caxias, região metropolitana do Rio de Janeiro. A acusação foi feita por uma rede social e por quem trabalha na unidade de saúde, alegando a falta de pagamentos. A equipe do Bom Dia entrou em contato com os funcionários, assim como o hospital, para que houvesse uma solução, ouvindo assim ambas as partes. Nessa semana, o jornal fazia menções ao carnaval que aconteceu no final de fevereiro e início de março, com matérias aos homenageados e até mesmo registros do público como vídeos e fotos sobre as escolas de samba. Por isso, nas semanas anteriores também houve participações de pessoas que tanto estiveram nos desfiles na Marquês de Sapucaí quanto no desfile das campeãs.

**Gráfico 2:** Resultado da participação

Fonte: o autor, a partir da análise feita pela edição assistida na globoplay

O gráfico acima retrata sobre dois momentos dessa edição. O primeiro deles expõe o quarto bloco, onde houve mais participações tanto entrevistas, fotos e vídeos. As matérias enviadas pelos telespectadores foram exibidas durante a programação, não esquecendo os créditos de quem fez o registro, além da ênfase que os apresentadores e os repórteres deram para que houvesse a solução das questões já mencionadas. Logo, compara-se que no quinto bloco, até mesmo por ser mais leve, conteve menos material enviado pelo público.

#### 4.4.3 Edição do dia 16/03/2022

Com uma duração de 2 horas, 19 minutos e 23 segundos, a edição da quarta-feira contou com contribuições que foram apresentadas no decorrer do telejornal. Neste momento, serão analisados dois deles. O destaque vai para imagens de câmeras de segurança que foram compartilhadas com os telespectadores, que posteriormente encaminharam para a redação do Bom Dia Rio. O caso era referente as agressões que um motorista da linha de ônibus 476, que liga os bairros Méier e Leblon, sofreu durante um dia de serviço.

O apresentador Fachel afirmou em um dos seus comentários que o trabalhador não tem mais segurança para trabalhar na cidade do Rio de Janeiro e que o caso tinha que ser investigado e o agressor punido. As imagens de segurança ajudaram a divulgar a foto do criminoso, até que o mesmo foi levado para prestar esclarecimentos. A interação pode ser considerada respectivamente indireta e simultânea, uma vez que houve um compartilhamento e divulgação do material, além da participação que priorizava a divulgação da foto do suspeito tanto na TV, jornais, internet.

**Figura 8:** Print do vídeo mostra momento da agressão



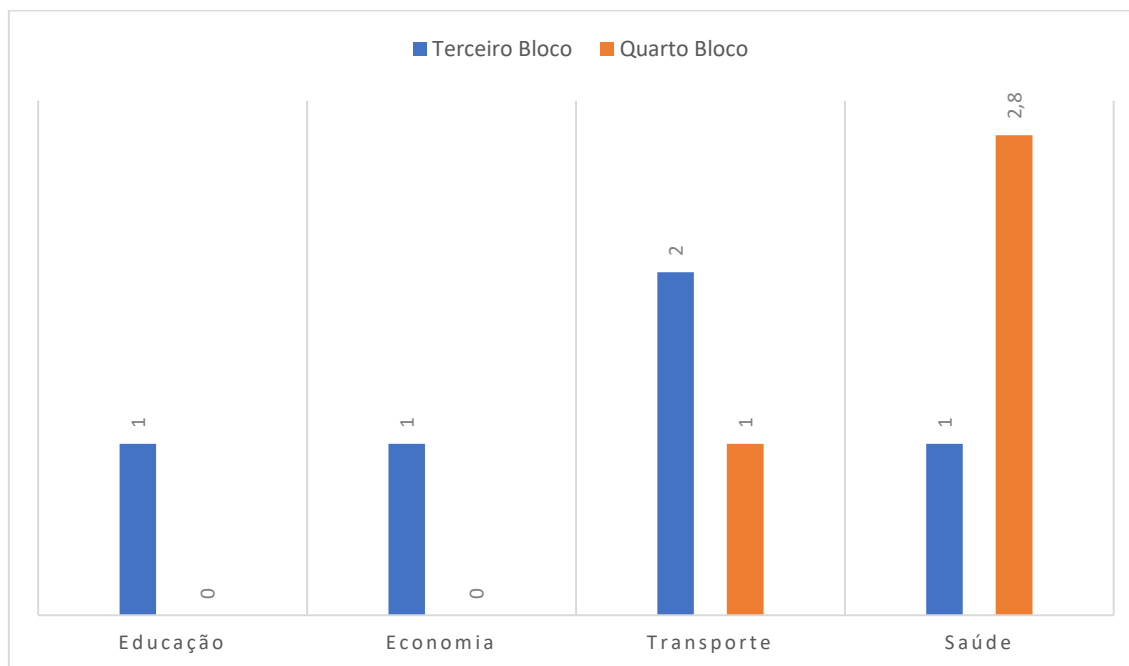
Fonte: Globoplay. Disponível: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/videos-bom-dia-rio/playlist/videos-bom-dia-rio-de-terca-16-de-marco-de-2022.ghtml>>. Acesso em 04 de outubro de 2022.

Indo de encontro a editoria de economia, uma participação impressionou tanto os apresentadores e o público de casa. A pauta era discernente ao aumento da energia elétrica de 15% para clientes residenciais da Light e 17% para os da Enel. A questão era como diminuir a conta de luz com práticas diárias que fizessem os consumidores economizar no bolso. Nesse momento, surge a Leila Ramos moradora de Niterói que mandou mensagem para o Whatsapp do programa ao vivo.

Em seu comentário na rede social, ela dizia que, em vez de passar roupa com spray caseiro, ela utilizava 50% amaciante e outros 50% álcool comum.

Segundo Leila, desamassa a roupa e não precisa consumir energia elétrica. Uma das respostas da apresentadora Silvana Ramiro é que ela ia utilizar essa tática para ver se realmente funciona. Desse modo, afirma-se que a participação aconteceu de forma direta, onde houve um contato pela rede social, interagindo com os apresentadores e dando dicas para o público de casa.

**Gráfico 3:** Participações por editorias



Fonte: o autor, a partir da análise feita pela edição assistida na globoplay

Para a projeção do gráfico 3, foi levado em conta as editorias em que os telespectadores contribuíram para a produção dos materiais que foram divulgados no ar. Desse modo, aborda o terceiro e o quarto bloco do telejornal, onde há predominância de mais participações na editoria de transportes. Embora nos períodos mencionados no infográfico acima não ter se pontuado nenhum registro na editoria de saúde, não significa que ela tenha deixado de aparecer em outros momentos do Bom Dia, visto que a análise consistiu em apenas dois momentos do programa.

#### 4.4.4 Edição do dia 17/03/2022

2 horas e 19 minutos é tempo de duração do programa neste dia. Assuntos como operação da Lei Seca, leilão pela tragédia de Petrópolis, assaltos

e a movimentação no futebol são algumas das matérias que foram exibidas no telejornal. Mas, o enfoque não são nelas, e sim nas que houve participações dos telespectadores. Duas delas são relacionadas ao transporte e outra a educação, sendo que ambas reproduções, tanto por vídeos e imagens, foram feitas pelos espectadores, fatos estes que fazem parte da rotina diária dos cidadãos.

No primeiro e segundo o bloco, foram abordados vídeos e imagens em relação ao transporte público da cidade do Rio de Janeiro. Moradores não conseguiam utilizar o BRT devido à precariedade do veículo, já que estava quebrado, além da superlotação. Por isso, os passageiros gravaram um vídeo e mandaram para o Whatsapp da emissora. No dia seguinte, uma equipe de reportagem foi encaminhada ao local para averiguar e cobrar a resposta que os cidadãos esperavam. Os apresentadores enfáticos em seus comentários e questionam cobram uma ação da secretaria de transportes da cidade. A participação se deu de forma direta, utilizada por uma rede social.

Outro transporte que também foi afetado foram os trens. O questionamento foi feito pelo atraso nos ramais de Santa Cruz e Japeri. Assim, os passageiros enviaram imagens para o Whatsapp do jornal que foram exibidas ao vivo. Dentre as alternativas apresentadas por Silvana Ramiro, quem comanda o quadro do Radar RJ, era ter paciência e se fosse viável buscar outros transportes como os ônibus. A forma de interação preponderada nesse caso foi a simultânea, onde houve participação com imagens já tiradas e compartilhadas minutos depois.

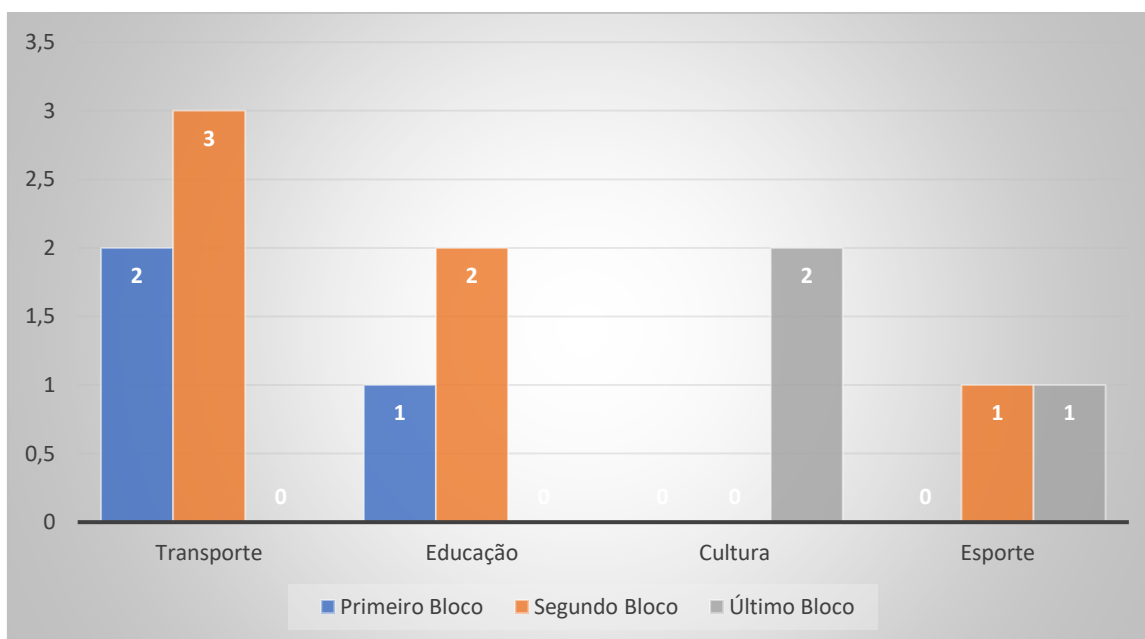
O último caso a ser destacado vai de encontro a editoria de educação. Mães de alunos fizeram vídeos, registrando a falta de mesas e cadeiras em escolas da rede municipal de Belford Roxo. Tal situação agravou na ausência de aulas. Mostrado no Bom Dia, os apresentadores pediram uma resposta da secretaria de educação do município, e após de um dia da cobrança a prefeitura emitiu uma nota em que as aulas voltariam, além de mandar um vídeo com a entrega do material que faltava. Logo, a participação aconteceu de forma indireta, uma vez que o material exibido foi compartilhado em diversos locais, inclusive redes sociais e TV, o que gerou numa solução rápida para o problema.

**Figura 9:** Responsáveis de alunos gravam vídeo sobre a falta de aulas



Fonte: Globoplay. Disponível: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/videos-bom-dia-rio/playlist/videos-bom-dia-rio-de-terca-17-de-marco-de-2022.ghtml>>. Acesso em 04 de outubro de 2022.

**Gráfico 4:** Materiais contribuídos pelos telespectadores nas editorias



Fonte: o autor, a partir da análise feita pela edição assistida na globoplay

O gráfico 4 partiu do pressuposto de três blocos do jornal, sendo o primeiro, o segundo e o último. Em todos eles houve participações, só que de diferentes formas e utilizando diferentes recursos. A predominância se deu assuntos que tiveram mais participações em editorias como transporte,

educação e cultura, sendo que no último bloco por ser mais leve não aparece com tanta frequência, até mesmo pelo script do jornal e das matérias exibidas, como as matérias de gaveta.

#### **4.4.5 Edição do dia 18/03/2022**

A última edição a ser analisada teve uma duração de 2 horas e 17 minutos. Assuntos factuais predominaram esse dia, como os casos de operação no Complexo do Lins, homicídios na Tijuca, além do tiroteio que houve na Linha Vermelha. Vale destacar também a participação dos espectadores via Whatsapp, momentos estes que acontecem em toda edição, tanto com fotos, vídeos, perguntas. Dessa forma, os comentários que são enviados são expostos durante a programação.

O trânsito e o transporte voltam e iniciam a análise, isso porque a moradora Camila que mora na zona norte do Rio, entrou em contato com a produção do Bom Dia por uma rede social, expondo o problema dos sinais de trânsito que afeta o dia a dia da população. Segundo Camila, estima-se que foram esperados 15 minutos ou mais para atravessar a rua. Com a essa situação exposta, a equipe de reportagem foi apurar o acontecimento e expôs os percalços enfrentados. Assim, de forma direta se deu a interação entre telespectador e os profissionais do telejornal.

A outra participação veio da Baixada Fluminense, na cidade de Japeri. Pais de alunos mandaram vídeos da falta de estrutura que faltava nas escolas, necessitando os discentes levarem ventiladores para a escola. Os apresentadores ao falarem sobre o assunto discorreram sobre a dificuldade de estudar em pleno verão e que o poder público precisava investir mais na educação não só da cidade, quanto estadual e nacional. Seguindo os critérios de participação abordado por Cajazeria (2014), o público participou de forma simultânea, isso porque atuou no processo de mediação do conteúdo em mais de um local.

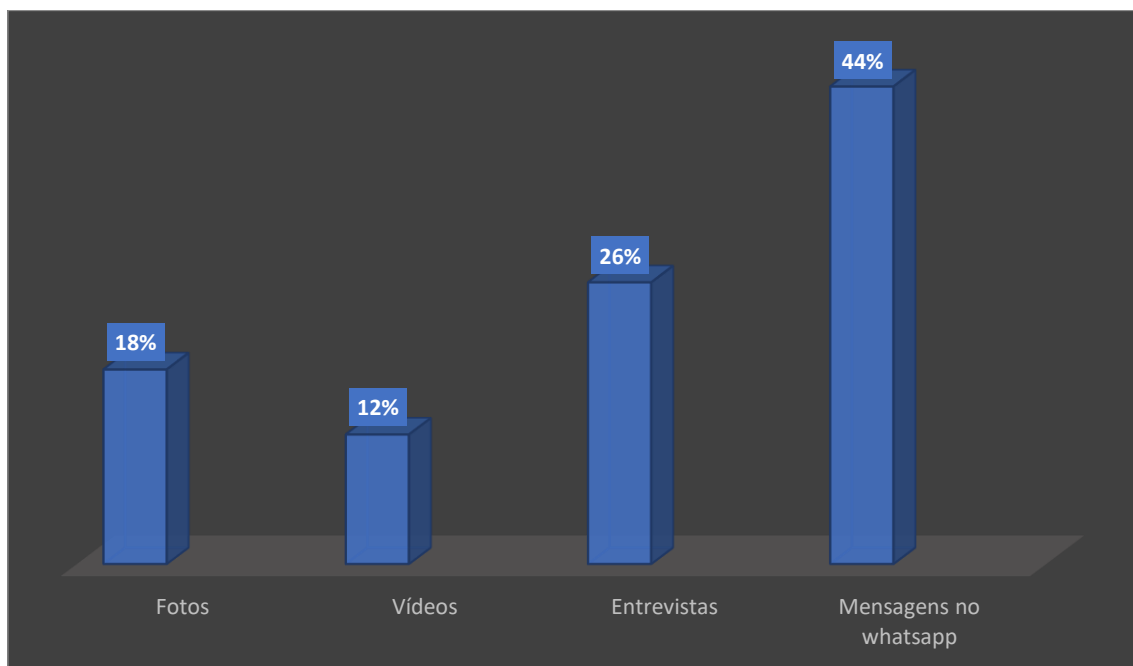
**Figura 10:** Responsáveis de alunos mandam registros sobre precariedade em escolas



Fonte: Globoplay. Disponível: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/videos-bom-dia-rio/playlist/videos-bom-dia-rio-de-terca-18-de-marco-de-2022.ghtml>>. Acesso em 04 de outubro de 2022.

#### 4.4.6 Análise Geral

**Gráfico 5:** Percentual das participações que apareceram na análise



Fonte: o autor, a partir da análise feita pela edição assistida na globoplay

Durante a semana de exibição houve diversos momentos em que houve participações do telespectador no jornal. É válido destacar que o Whatsapp e as mensagens recebidas por esse aplicativo aproximam cada vez mais público e comunicador. O que não fica muita atrás são as entrevistas, muitas delas concedidas durante o ao vivo e na correria onde muitas pessoas estão a caminho do trabalho. Embora o percentual de fotos e vídeos venha logo em seguida, significa que desde da liberação de usos de forma de interagir com o seu espectador fez com que ampliasse essas ferramentas e a proposta de trabalho dos jornalistas.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A televisão se tornou um aparelho cada vez mais comum nos lares dos brasileiros. E ela não é só entretenimento, isso porque é um meio de informação em que sua credibilidade é valorizada pelas pessoas. Assim, o telejornalismo vem se adequando com os avanços das novas tecnologias, principalmente com o uso das redes sociais. A pesquisa remeteu ao jornalismo colaborativo, que trouxe contribuições para os profissionais, por se tratar de comunicação entre público, produção e até mesmo apresentadores.

Desse modo, foi baseada em uma questão que consistia em como as redes sociais têm contribuído para a participação dos telespectadores no telejornal Bom Dia Rio. Ao longo do trabalho foi visto que, com a evolução do telejornalismo, que vinha com um modelo mais tradicional com pouca presença do público, reformulou-se de tal maneira fazendo com que haja proximidade entre comunicadores e cidadãos que buscam auxiliar os jornalistas. Tal fato se resume na crescente colaboração que está mais evidente nos jornais. Por isso, materiais colaborativos tiveram espaço na programação no período analisado, sendo estes de 14 a 18 de março de 2022. A proposta foi tornar a comunicação mais clara e concisa, fazendo com que o espectador sinta interesse de assistir e participar.

Um grande aliado nesse processo foi o avanço das tecnologias. Antes era mais difícil entrar em contato com uma emissora para dar sugestões de pautas e até mesmo fazer denúncias. A técnica era utilizada por meio de telefonemas, cartas e e-mails. Com o avanço da internet e o surgimento das redes sociais, foi possível para que houvesse interação e participação. Isso porque o programa do Bom Dia vem com uma finalidade mais dinâmica a fim de cativar o telespectador com informações que vão fazer parte do dia a dia das pessoas, não sendo apenas um observador. Fatos que acontecem em cidades da Baixada Fluminense e na cidade do Rio de Janeiro são reproduzidos com intuito de expor a realidade em que vivem e muitas vezes interferir nelas, como por exemplo casos que exigem cobrança do poder público.

Todavia, o telejornal não deixou de exibir notícias que são de relevância estadual e nacional, uma vez que assuntos como política e violência tem sido pautas constantes na programação diária. Além disso, imagens, fotos e vídeos que são produzidos por moradores fazem com que não só apenas materiais feitos por profissionais sejam expostos no ar. Mensagens de aplicativos também foram uma forma de interação que se fez presente, uma vez que se utilizam de uma rede social para que seja canal de expansão divulgação das informações que perpassam diferentes editorias. Assim, mesmo que a participação não seja algo novo, é notório que o aperfeiçoamento é necessário para que aconteça proximidade.

As colaborações e definições de Cajazeira (2014) sobre os tipos de participações sendo elas direta, indireta e simultânea, se evidenciaram no decorrer da pesquisa, visto que as edições que foram destacadas focam em diferentes momentos que os espectadores se tornaram produtores colaboradores da informação. Nesse processo, a internet junto das redes sociais fez com que o telejornal seja mais interativo, dando oportunidades até mesmo na divulgação de conteúdo, visto que a televisão é um meio de comunicação de massa.

Levando em consideração os comentários dos apresentadores, baseados em sua linha editorial e seguindo normas éticas do jornalismo, ambos puderam expor a realidade dos fatos junto das figuras principais que foram os participantes, embora em alguns momentos não deram ênfase aos casos já resolvidos. Os temas abordados se remeteram a problemas do cotidiano das pessoas, mas que uma vez sendo exibido no Bom Dia, tornaram-se pautas que foram resolvidas rapidamente pelo poder público, muitas vezes sendo representado por prefeituras e suas secretarias. Logo, é importante entender que o trabalho de profissionais da TV perpassa por diferentes setores, desde a produção até a exibição, onde o público de casa já recebe a informação pronta.

Portanto, assim como na análise feita e hipótese levantada, conclui-se que o Whatsapp é o principal meio de comunicação para que os telespectadores entrem em contato com a produção do telejornal. No resultado geral foi constatado que esse aplicativo de mensagens prepondera as participações da programação matinal. Além das mensagens, outras contribuições aconteceram

em forma de fotos, vídeos que por sua vez trouxeram conteúdos relevantes e que foram reproduzidos para o público. Tal interação não acontece em apenas em um quadro do programa ou editoria específica, já que perpassa todos os assuntos que estão na pauta.

## 6 REFERÊNCIAS:

ALCURE, Lenira. **Telejornalismo em 12 lições**: Televisão - vídeo – internet. Rio de Janeiro: PUC Rio, 2011.

ALMEIDA, Clarisse de Mendonça E.; FORECHI, Marcilene; CERIGATTO, Mariana P.; et al. **Telejornalismo I**. Porto Alegre: Grupo A, 2019. 9788595028340. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595028340/>. Acesso em: 17 abr. 2022.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

ANDRADE, Maria Lúcia da Cunha V. De Oliveira. Cartas do Leitor: **A interatividade na correspondência publicada em jornais**. Revista Anpoll, Vol. 1, nº 25, São Paulo, 2008.

ANTUNES, Fabio. **Inovação Digital**. Redes Sociais e Inovação Digital, São Paulo, p. 49, 2011. Disponível em: <[http://issuu.com/gaiacreative/docs/inovadoresespm\\_redes\\_sociais\\_inovacao\\_digital\\_vl/49](http://issuu.com/gaiacreative/docs/inovadoresespm_redes_sociais_inovacao_digital_vl/49)>. Acesso em 30 set. 2022.

AROSO, Inês. **A Internet e o novo papel do jornalista**. 2003. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-Internet-jornalista.pdf> (Acesso em 11/03/2022)

BAHIA, Juarez. **História, jornal e técnica**. Rio de Janeiro: Mauad, 2014.

BALDESSAR, Maria José. Apontamentos sobre o uso do computador e o cotidiano dos jornalistas. In: INTERCOM, 2001, Campo Grande. **Anais eletrônicos...** Campo Grande: UNIDERP, UCDB e UFMS, 2001. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2BALDESSAR.PDF>. Acesso em: 19 fev. 2022.

BARBEIRO, Herótodo.; LIMA, Paulo. **Manual de jornalismo para rádio, TV e novas mídias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

\_\_\_\_\_. **Manual de Telejornalismo: Os segredos da notícia na TV**. São Paulo: Campus, 2002.

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

BITTENCOURT, Maria. **Interatividade, hipertextualidade e multimídia no processo de convergência da cobertura de protestos pelo coletivo Mídia Ninja**. ALCEU, v. 14, n. 28, p. 188–201, 2014. Disponível em: <http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/alceu%2028%20-%20188-201.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2022.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**: seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BRUNS, Axel. **Gatewatching Collaborative Online News Production**. New York: Peter Lang Publishing, 2005.

BULHÕES, Marcelo. **Jornalismo e literatura em convergência**. São Paulo: Ática, 2006.

CARNIELLO, Mônica Franchi. **Interatividade na publicidade digital**. Revista ciências humanas, Taubaté, v. 9, n. 2, p. 125-128, 2003.

CASTILHO, Filho; FIALHO, Francisco **O jornalismo ingressa na era da produção colaborativa de notícias**. In RODIGUES, Carla. *Jornalismo Online: Modos de Fazer*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio e Editora Sulina, 2009.

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

FILHO, Francisco Machado; FERREIRA, Mayra Fernanda. **Jornalismo colaborativo: A comunidade na prática jornalística na televisão**. In: CASADEI, EB., org. *A extensão universitária em comunicação para a formação da cidadania*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2016. Disponível em: . Acesso em: 20 de julho de 2022.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo: **como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais/** São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

GAWLINSKI, Mark. **Interactive Television: Production**. Oxford: Focal Express, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Presença II, 2005. 269 p.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: Edufba, 2001

KAPLÚN, Mário. **Processos educativos e canais de comunicação**. Revista Comunicação & Educação, ano V, n.14, jan-abr. 1999.

KARAM, Francisco. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 2014.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: SENAC, 2005.

MADUREIRA, Francisco Bennati. **Cidadão-fonte ou cidadão-repórter? O engajamento do público no jornalismo colaborativo dos grandes portais brasileiros**. Dissertação (mestrado) – Universidade de São Paulo, 2010. Disponível em: . Acesso em 15 de agosto de 2022

MELLO, Jaciara. **Telejornalismo no Brasil**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (Bocc), 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2022.

MORAIS, Andréa Maria; REIS, Heloisa Beatriz Cruz. **A meteorologia no**

**telejornalismo contemporâneo: Um estudo de caso do programa “Jornal Hoje”**.Caxias do Sul, RS, 2010.

MUANIS, Felipe. **A imagem televisiva: autorreferência, temporalidade e imersão: autorreferência, temporalidade e imersão**. 1. ed. Rio de Janeiro: Appris, 2018.

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

PINHO, José. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line**. São Paulo: Summus, 2003.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC. 2011.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. In: VIII Congresso Latino-americano de Pesquisadores da Comunicação, 2006, São Leopoldo. Anais, 2006.

REZENDE, Guilherme. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Summus, 2000.

RICHARDSON, Roberto. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

ROST, Alejandro. **Interatividade: definições, estudos e tendências**. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Web-jornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014. p. 53–88.

SILVA, Fernando. **Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. 2013. Tese (Doutorado em Jornalismo) — Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2013.

THOMPSON, John Burton. **A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1998.

TOURINHO, Carlos. **Jornalismo regional e optativo na Rede Globo: Programa Painel de Domingo**. Vitória: Espaço Livros, 2007.

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

\_\_\_\_\_. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular. 2005.

VIZEU, Alfredo. **O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica**. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, 2009.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

WEBER, Carolina Teixeira. Gatekeeper e gatewatching – repensando a função de selecionador no webjornalismo. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, 2010.