

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

SAMUEL FONTENELE CARDOSO

**A COPARTICIPAÇÃO DO TELESPECTADOR NA PRODUÇÃO DA NOTÍCIA.
ESTUDO DE CASO: RETROSPECTIVA 2019 TV RIO SUL**

VOLTA REDONDA

2020

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

SAMUEL FONTENELE CARDOSO

**A COPARTICIPAÇÃO DO TELESPECTADOR NA PRODUÇÃO DA NOTÍCIA.
ESTUDO DE CASO: RETROSPECTIVA 2019 TV RIO SUL**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo do Centro Universitário de Volta Redonda (UniFOA), como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Aluno: Samuel Fontenele Cardoso

Orientador: Prof. Mestre.: Edilberto
Venturelli

VOLTA REDONDA

2020



Fundação Oswaldo Aranha



FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso Intitulado A coparticipação do telespectador na produção da notícia. Estudo de caso: Retrospectiva 2019 TV Rio Sul, elaborado por Samuel Fontenele Cardoso, apresentado publicamente, através da plataforma virtual TEAMS **link:** <https://web.microsoftstream.com/video/6bdacce9-68b9-4707-9497-4aee5af7c925> conforme Resolução CONSEPE nº 067 de 24 de agosto de 2020, envio **pelo e-mail Institucional, no ambiente virtual Microsoft Teams**, perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

Aprovado em 13 de novembro de 2020

Banca Avaliadora:

Professor(a) orientador(a)

Edilberto Venturelli, Mestre, UniFOA

Professor(a) avaliador(a)

Angélica Aparecida Silva Arieira, Mestre, UniFOA

Professor(a) avaliador(a)

Rhanica Evelise Toledo Coutinho, Mestre, UniFOA

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho a Deus, pois sem Ele eu não teria a capacidade para desenvolver este trabalho. Dedico também a todos que me ajudaram nesta caminhada.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais Francisco Joaquim Cardoso e Maria Gorete Fontenele Cardoso, por acreditarem nos meus sonhos e apoiá-los; à minha esposa Emily Pereira dos Santos Fontenele, que nunca me deixou desistir. O amor sempre foi a minha maior força. Ao meu orientador Edilberto Cardoso Venturelli, por, no tempo que lhe coube, suas correções e orientações foram de suma importância para a conclusão deste trabalho. À TV Rio Sul por investir na minha carreira profissional dando todo o apoio necessário para a conclusão do curso. A todos os professores que sempre me aconselharam e fizeram parte da minha trajetória acadêmica. Aos amigos que caminharam ao meu lado nesta jornada. E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, muito obrigado!

RESUMO

Os telejornais estão se adaptando a um novo formato. A interatividade e a participação estão fortemente presentes na internet sendo assim os programas televisivos precisam inovar para não perder audiência. É cada dia mais notório o envio de fotos, vídeos ou qualquer outro tipo de material colaborativo por partes dos telespectadores nos telejornais. Tais materiais recebidos em sistema de colaboração de telespectadores, realmente contribuem para produzir uma reportagem mais completa ou esse registro não faz diferença alguma? Em parte esse aumento da colaboração se dá ao acesso e avanço da tecnologia juntamente com as facilidades disponíveis para população. Mas também aponta para os meios de comunicação tradicionais em garantir audiência com a identificação e aproximação com o seu público. Esse projeto tem como objetivo geral, buscar o entendimento da importância do telespectador na coprodução jornalística colaborativa, utilizando os exemplos demonstrados no programa retrospectiva 2019 da TV Rio Sul que destaca os fatos que viraram notícias nos seus telejornais durante o ano. Para obter os resultados desejados nesse trabalho, alguns procedimentos serão realizados entre eles a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso. A pesquisa bibliográfica irá garantir a veracidade das informações e para fins de estudo e levantamento de informações. Já o estudo de caso irá trazer dados e veracidade para complementar a discussão do tema proposto. Conforme a hipótese deste trabalho, no jornalismo não existe somente as imagens produzidas profissionalmente, existe também vídeos e fotos feitas de forma amadora que contribuí para um conteúdo mais completo do telejornal. Portanto a participação e colaboração do telespectador contribuí para uma reportagem mais completa, trazendo flagrantes de factuais registrados no momento exato em que um fato está acontecendo e sem esses registros a notícia talvez não seria exibida ou não ganharia espaço no programa retrospectiva por não ter tido destaque durante o ano.

Palavras-chave: Telejornalismo, jornalismo colaborativo, telespectador

ABSTRACT

The newscasts are adapting to a new format. Interactivity and participation are strongly present on the internet, so television programs need to innovate in order not to lose audience. It is increasingly notorious to send photos, videos or any other type of collaborative material by viewers on TV news. Do such materials received in a collaborative system from viewers really contribute to producing a more complete report or does this record make no difference? In part, this increase in collaboration is due to the access and advancement of technology together with the facilities available to the population. But it also points to the traditional media in guaranteeing an audience by identifying and approaching its audience. This project has as its general objective, to seek the understanding of the importance of the viewer in collaborative journalistic coproduction, using the examples demonstrated in the 2019 retrospective program of TV Rio Sul that highlights the facts that became news on their news during the year. To obtain the desired results in this work, some procedures will be carried out, including bibliographic research and case study. Bibliographic research will guarantee the veracity of the information and for the purpose of studying and collecting information. The case study will bring data and veracity to complement the discussion of the proposed theme. According to the hypothesis of this work, in journalism there is not only professionally produced images, there are also videos and photos made in an amateur way that contributes to a more complete content on the news. Therefore, the participation and collaboration of the viewer contributes to a more complete report, bringing flagrant facts recorded at the exact moment when a fact is happening and without these records the news might not be shown or would not gain space in the retrospective program because it was not highlighted during the year.

Keyword: Telejournalism, collaborative journalism, viewer

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 CONCEITOS NORTEADORES DO TEMA PROPOSTO	
2.1 A colaboração do público na produção jornalística	13
2.1.1 Produção jornalística	13
2.1.2 Telejornalismo brasileiro: Um breve histórico	17
2.1.3 Telespectador	21
2.1.4 Jornalismo colaborativo	24
3 CONCEITOS DE JORNALISMO COLABORATIVO	
3.1 Interatividade digital	27
3.2 Participação	31
3.3 Colaborativos	33
3.3.1 Materiais colaborativos, amadores versus profissionais ...	38
3.3.2 Trabalho em equipe	40
3.3.3 Importância da imagem	41
3.3.4 O repórter cinematográfico	43
3.3.5 Amadores colaboradores	45
4 ANÁLISE RETROPECTIVA 2019 TV RIO SUL	
4.1 Telejornalismo regional	47
4.2 TV Rio Sul	49
4.3 O programa Retrospectiva	50
5 CONCLUSÃO	72
6 REFERÊNCIAS	74

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Inserções de materiais colaborativos do bloco 01.....	50
Gráfico 02: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 01 - Bloco 01.....	51
Gráfico 03: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 02 - Bloco 01.....	52
Gráfico 04: :Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 03 - Bloco 01.....	53
Gráfico 05: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 04 - Bloco 01.....	55
Gráfico 06: :Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 05 - Bloco 01.....	56
Gráfico 07: Inserções dos materiais colaborativos do bloco 02.....	57
Gráfico 08: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos- Reportagem 01 - Bloco 02.....	58
Gráfico 09: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 02 - Bloco 02.....	59
Gráfico 10: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 03 - Bloco 02.....	60
Gráfico 11: : Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 04 - Bloco 02.....	61
Gráfico 12: Inserções de materiais colaborativos do bloco 03.....	62
Gráfico 13: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 01 - Bloco 03.....	63
Gráfico 14: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 02 - Bloco 03.....	63

Gráfico 15: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 03 – Bloco 03	64
Gráfico 16: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 04 - Bloco 03.....	65
Gráfico 17: Inserções de Materiais colaborativos do bloco 04.....	66
Gráfico 18: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 01 - Bloco 04.....	67
Gráfico 19: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 02 - Bloco 04.....	68
Gráfico 20: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 03 - Bloco 04.....	69
Gráfico 21: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 04 - Bloco 04.....	69
Gráfico 22: Percentual do Tempo total do Programa Retrospectiva 2019.....	70

1 INTRODUÇÃO

A sociedade vive um momento em que a tecnologia surpreende a cada dia mais, ela está em uma constante evolução, provocando assim transformações nos meios de comunicação tradicionais. A televisão migrou do analógico para o digital e os telejornais estão se adaptando a essa nova era tecnológica adotando práticas diferenciadas do telejornalismo passado.

Os telejornais estão mudando seu formato, a medida em que a tecnologia está avançando, o telejornalismo está buscando se conectar cada vez mais com seu público. À medida que a participação e a interatividade estão fortemente presentes na internet, os programas televisivos precisam inovar para não perder audiência. É cada vez mais comum o envio de imagens ou vídeos por parte dos telespectadores em programas televisivos. Em parte, este movimento se deve ao acesso e avanço da tecnologia e às facilidades disponíveis ao público, mas também apontam a tentativa dos meios tradicionais em garantir identificação com o telespectador

Os materiais colaborativos ilustram o momento exato de uma tragédia, um acidente ou até mesmo um salvamento heroico. Muitos desses materiais mostram o que uma equipe de reportagem não consegue mostrar no exato momento em que um fato acontece como por exemplo, um tiroteio, uma forte chuva ou uma inundação. Além de trazer o telespectador pra dentro do jornal, faz com que ele se sinta importante e que colabore mais garantindo assim sempre sua audiência.

Este trabalho parte, portando, do seguinte questionamento: Vídeos e fotos amadoras, recebidos em sistema de colaboração de telespectadores, realmente contribuem para produzir uma reportagem mais completa ou esse registro não faz diferença alguma?

Buscando respostas para esse questionamento formulamos a seguinte hipótese: No jornalismo não existe somente as imagens produzidas profissionalmente, existe também vídeos e fotos feita de forma amadora que contribui para o telejornal.

No desenvolvimento da proposta desse trabalho, a metodologia adotada para chegar no resultado final será feita inicialmente por uma pesquisa bibliográfica e um estudo de caso do programa retrospectiva 2019 exibido na emissora TV Rio Sul.

Como objetivo geral, buscamos o entendimento da importância do telespectador na produção jornalística colaborativa, utilizando os exemplos demonstrados no programa retrospectiva 2019. Desse modo, foram estabelecidos alguns objetivos específicos, são eles: Verificar como é feita a apuração das colaborações; entender como é o processo de recebimento do material até sua possível exibição; mostrar as diferenças técnicas entre os materiais exibidos, vídeos, profissionais e os produzidos por amadores.

Este estudo aborda um programa jornalístico de um dos principais veículos de comunicação do sul do estado do Rio de Janeiro. A TV Rio Sul é uma emissora que está no ar com sua programação há 30 anos trazendo informação local com apuração e técnica jornalística.

Justifica-se essa proposta pela importância e aumento da participação do telespectador na produção do conteúdo jornalístico em específico no telejornalismo local. Onde o telespectador deixa de ser somente um receptor e passar se tornar um colaborador na produção.

Os telejornais, principalmente os regionais, buscam cada vez mais a aproximação do público, utilizando a participação dos seus telespectadores na produção do seu jornal com imagens cedidas e enviadas por eles. Diante do que foi colocado acima, os telespectadores contribuem de forma efetiva para que imagens e outras informações completem o conteúdo jornalístico da TV Rio Sul, levando em consideração a impossibilidade de cobertura total em tempo real em todo território sul fluminense.

A TV Rio Sul, transmite diariamente os telejornais RJ 1 (das 12:00 h as 12:50 h, de segunda a sábado) e RJ 2 (19:15 h as 19:40 h de segunda a sábado) telejornais regionais do interior do estado do Rio de Janeiro. Através dos métodos adotados pela emissora o telespectador consegue ter uma proximidade com o veículo enviando materiais colaborativos.

Ao fim de cada ano a emissora produz um programa que relembra fatos que foram notícias durante todo o ano nos seus telejornais diários. A retrospectiva 2019, objeto de estudo desse trabalho, foi ao ar lembrando as notícias mais marcantes da região, onde a participação do público foi notória e essencial para a construção do programa.

Estruturado em capítulos este trabalho traz autores que abordam temas como produção jornalística, telespectador, telejornalismo, colaboração e participação. A proposta é trazer em seu primeiro capítulo uma análise conceitual do tema, no segundo capítulo será abordado o conceito dos vídeos colaborativos e por fim, no terceiro e último capítulo, analisaremos o programa retrospectiva 2019.

2 CONCEITOS NORTEADORES DO TEMA PROPOSTO

Este capítulo apresenta os conceitos norteadores do tema para o decorrer da pesquisa proposta, buscar o entendimento da importância do telespectador na produção jornalística colaborativa, utilizando os exemplos demonstrados no programa retrospectiva 2019 da TV Rio Sul.

2.1 A colaboração do público na produção jornalística

2.1.1 Produção jornalística

A produção jornalística pode ser definida como um espaço múltiplo, heterogêneo (Bourdieu, 1997; Ruellan, 1993) atravessado por uma tensão permanente entre ordem e dispersão, entre estabilidade e mudança (Ringoot; &Utard, 2005).

Sousa (2002) acrescenta, que a produção jornalística em um outro contexto é a circulação e o consumo, sendo esta decisiva na construção de sentido das mensagens midiáticas, no qual o público e as fontes de informação influenciam no conteúdo direta ou indiretamente. Como mediador, o jornalismo reproduz, mas também produz acontecimentos.

Nesse sistema de produção de notícias o papel do jornalista se torna importante na produção de informações. A produção jornalística seleciona, pesquisa e constrói um texto refletindo a realidade. Esse processo de produção é comparado por Wolf (2002, p. 241) a um funil, no qual se colocam inúmeras informações, mas apenas um número limitado vai passar pela parte menor do funil, ainda segundo ele, não se pode descrever a seleção de notícias apenas como uma escolha subjetiva de apenas um jornalista, mesmo que profissionalmente motivada por um processo complexo em que muitas partes são envolvidas.

Existem critérios técnicos para escolha que levam em consideração a relevância da notícia. As decisões na produção jornalística não são especificamente de uma pessoa somente, um jornalista não define o que é ou não notícia mas sim um conjunto de valores somados a técnicas e critérios profissionais.

A notícia é o resultado dessa seleção de escolhas e pesquisas feitas por jornalistas em contextos reais. É a divulgação de um acontecimento por meios jornalísticos. É o produto final e a matéria-prima do jornalismo, são dados ou eventos que pra sociedade seja relevante. Fatos sociais, políticos naturais, econômicos, etc. Que podem ser notícia se trouxer junto consigo uma relevância ou interesse para a sociedade. Nem todos os textos jornalísticos são noticiosos, mas toda notícia existe uma produção jornalística. Segundo Barbosa (2001), para alguns estudiosos da comunicação, as notícias existem muito antes do surgimento dos jornais, das revistas, dos rádios, da TV e da Internet.

Um outro fator importante em um texto noticioso é o lide, também chamado no Brasil de “cabeça”, é a abertura do texto da notícia ou da reportagem. A palavra é proveniente do inglês lead, que significa “guiar”, “conduzir”. Concentrado nos primeiros parágrafos do texto, o lide apresenta sucintamente o assunto ou destaca o fato essencial, o clímax da história. O chamado lide integral é o mais comum à imprensa brasileira. Está concentrado geralmente nos dois primeiros parágrafos e responde a perguntas básicas (quem, o que, quando, onde, como, por que), resumindo e situando o leitor quanto aos principais aspectos da notícia. (BENASSI, 2009, p. 1799).

Segundo Sousa (2002, p. 13), as notícias são como espelhos, como discursos centrados no referente. No entanto, não são simples espelhos que refletem a realidade, mas que a representam. Elas reproduzem os acontecimentos e as ideias, sendo que os jornalistas são imparciais, neutros, que se atêm às normas éticas e técnicas profissionais

De modo que devemos considerar as técnicas de se fazer jornalismo, não podemos deixar de pensar na produção jornalística, pois ela que vai resultar na recepção da informação. Jornalismo é feito para o público e não para jornalistas ou fontes de informações. O jornalismo se volta para um meio de transformação social.

O jornal é feito para o leitor e não para jornalistas ou fontes. Saber ouvir o leitor e interpretar suas demandas, dar retorno e deixá-lo sentir que o jornal é seu é fundamental para a sobrevivência do jornal. Além disso, há uma forte tendência mundial em qualquer mídia de participação do público. (GLEICH, 2006 *apud* FELIPPI 2007)

Os Jornalistas estão sendo pressionados a buscar novas formas para esse processo de produção jornalística para acompanhar as novas exigências do público que está cada vez mais ativo e participativo (MCNAIR, 2009). Os profissionais estão se adequando a uma nova forma de trazer as notícias, devido as inovações tecnológicas. Essas inovações vêm causando alterações no processo de produção jornalística e da notícia.

Alguns formatos de textos jornalísticos como o lead e a pirâmide invertida (Moraes, 2004) tal como os critérios de noticiabilidade que são o conjunto de valores notícia que determinam se um acontecimento é passível de ser transformado em matéria noticiável (TRAQUINA, 2008). Esses valores-notícia constituem resposta à seguinte pergunta: quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias? (WOLF, 2002).

Nelson Traquina (2005, p.79), um dos principais estudiosos brasileiros de comunicação abordou alguns critérios de noticiabilidade para o que de fato se torne notícia. A morte sempre será, segundo o autor, um critério de noticiabilidade importante, pois a sociedade contemporânea costuma pensar em sua finitude e também em alguns casos pode se tornar interesse público. Nelson Traquina afirma “Onde há morte, há jornalistas” (2005, p.79)

A notoriedade é um outro critério de noticiabilidade, tem ligação com o interesse público se o envolvido em questão já teve cargo público ou fez alguma prestação de serviços a sociedade ou ate mesmo se possui uma forte influência social e econômica. Nesse critério se encaixa notícias sobre chefes de Estado, chefes de grande companhias, personalidades cujas decisões afetam um grande parte da sociedade. Traquina (2005, p.79) exemplifica o valor notícia. “É fácil visualizar este valor notícia ao ver a cobertura de um congresso partidário e a forma como os membros da tribo jornalística andam atrás das celebridades políticas”.

Traquina (2005,p.80) acrescenta a proximidade com mais um critério de noticiabilidade como “valor-notícia fundamental da cultura jornalística”. Com a democratização do acesso à informação, ser relevante é o desafio do jornalismo nos dias de hoje.

Com o acesso da informação cada vez mais democrático ser relevante é um grande desafio para o jornalismo nos dias atuais, a relevância é um dos critérios de noticiabilidade que faz o fato se tornar notícia. Sendo assim, o valor notícia relevância adquire notoriedade.

Este valor-notícia responde à preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes porque têm um impacto sobre a vida das pessoas. Este valor-notícia determina que a noticiabilidade tem a ver com a capacidade do acontecimento incidir ou ter impacto sobre as pessoas, sobre o país, sobre a nação. (TRAQUINA, 2005, p. 80)

Outro critério abordado pelo Traquina (2005, p81) é o tempo, nesse critério pode ser aplicado em distintos âmbitos. No primeiro cenário é quando uma notícia é transmitida por sua atualidade. Já o segundo é quando o fato já aconteceu no passado e está sendo lembrado seja por relevância ou notoriedade. Uma terceira possibilidade se dá quanto a longevidade da notícia quanto a sua repercussão. Traquina (2005, p.81) considera ainda quando se fala de tempo, o conceito de novidade, ele afirma que o mundo jornalístico se interessa muito pela primeira e pela última vez. Como novidade não deixa de ser uma característica de tempo ambos são considerados unificados.

A qualidade de uma notícia ser visível diz respeito a notabilidade, esse critério leva em consideração a questão de quão palpável e fácil a notícia é visualizada. Nesse critério de noticiabilidade pode ser aplicado em diversos aspectos como um fato onde muitas pessoas estão envolvidas ou quando ocorre algo isolado, uma relação de abundância ou ausência. Outro valor-notícia importante é o conflito “A presença da violência física fornece mais noticiabilidade e ilustra de novo como os critérios [...] muitas vezes exemplificam a quebra do normal.” (TRAQUINA, 2005, p.84). O autor traz ainda que o conflito ou controvérsia pode ser física ou apenas simbólica, e a violência se torna notícia por representar uma ruptura social. Na

mesma avaliação a infração é vista como um critério para seleção da notícia que está ligado a violência.

Estes são exemplos dessas alterações no processo de produção. Essas mudanças podem ser atribuídas a essa era digital onde o seu público, no caso da televisão, seu telespectador está mais participativo.

Por causa da globalização relacionada a comunicação, novos procedimentos estão sempre sendo inseridos no cotidiano do profissional da área. Além da qualidade do material, ética, boa informação, tentar ser totalmente imparcial, etc., o jornalista tem que se adequar a era digital, ao telespectador querendo interagir e, de certa forma, participar do programa. (SIQUEIRA, 2014, p. 56)

Por estas mudanças no processo de produção jornalística, pelo crescimento de novas tecnologias o jornalista acarreta novas funções um aumento no processo de pesquisa, redação, edição, ilustração, publicação e pós-publicação em um único profissional (STEENSEN, 2009). Vale ressaltar que o jornalista trabalha com imprevisibilidade dos acontecimentos, não se sabe quando a notícia vai acontecer. Com isso o papel do telespectador se torna importante para a elaboração da notícia.

2.1.2 Telejornalismo brasileiro: Um breve histórico

Em breve histórico o telejornalismo no Brasil, iniciou-se nos anos 50, Assis Chateaubriand inaugura a extinta TV Tupi, e com ela a primeira estação de TV da América latina, dois anos se passaram e surge a TV Paulista, canal 5, no ano seguinte em 1953 nasce a TV Record, canal 07. Em 1954, TV no Brasil ganha mais um marco, deram início as primeiras transmissões de partidas de futebol na Record, ano que o país acompanhou pela TV a morte do presidente Getúlio Vargas. Os anos foram se passando a TV passou a ganhar mais entretenimento como A Praça da Alegria de Manuel Nobrega, revelando nomes que são marcantes quando se fala em entretenimento como Ronald Golias e Roni Rios que interpretavam o quadro “A Velha Surda” na TV Paulista, e Chico Anynisio vai ao ar na TV Rio com o quadro de

humor “ Escolinha do professor Raimundo” que passou pela Excelsior, Tupy e Globo.

Outro ano que deixou marcas na historia foi 1959 onde surgiu a TV Continental, canal 09, no Rio de Janeiro, com a novidade do vídeo-tape, essa emissora foi extinta pelo governo militar em 1972.

Em 1963, estreia o programa do Sílvio Santos, outro nome marcante quando se fala na TV no Brasil. Ano também da estreia na primeira telenovela estrelada por Tarcísio Meira e Glória Maria. E em 1965 entra no ar a TV Globo, canal 04, no rio, no ano seguinte a emissora comprou a TV Paulista, transformando-a em TV Globo SP, primeiros passos para a criação da Rede Globo.

Seguindo a cronologia em 1967 a TV Bandeirantes começa a funcionar, no canal 13, depois anos depois, entra no ar a TV Cultura, canal 02, em 1970 é a vez da TV gazeta, canal 11.

No ano de 1980 a TV Tupi declara falência e é fechada pelo governo federal. Um ano depois Sílvio Santos unifica suas emissoras, criando o SBT e dois anos depois é fundada a Rede Manchete.

Findando esse histórico já em 1990, é inaugurada a TV Rio Sul, afiliada Globo no Sul do estado do Rio de Janeiro. Hoje a TV no Brasil completa 70 anos de história. Pode-se dizer que foi através dela que começaram a ver o mundo sem sair de casa. Chegou em preto e branco e foi ganhando cores, conquistando os lares com informação e entretenimento.

Com a evolução tecnológica ganhou mais qualidade de som e imagem e nos dias atuais permite interação com o telespectador. Além de dar possibilidade do público de assistir o seu telejornal ou programa preferido de qualquer lugar e a qualquer hora na palma da mão com a internet. Assim o telejornalismo está se evoluindo.

Se pensarmos um histórico do telejornalismo com o passar dos anos, ele ganhava forças, porém, ainda tinha um formato de rádio, era um rádio na televisão. Nos anos 50 os noticiários feitos em estúdios eram tratados como uma alternativa simples e econômica. Era utilizada apenas uma câmera, sem som direto e isso não

bastava para atenuar a influência do rádio, feito na locução em estilo “forte e vibrante” (Leandro Costa, 1977, p. 87).

Com o passar do tempo a prioridade dos telejornais deixou de ser a parte técnica e passou a ser o depoimento popular. O jornal A Hora da Notícia chegou para realizar o “sonho de um telejornalismo... dinâmico e inteligente” (CARVALHO, 1979-80, p. 40)

No ano de 1997 em uma nova linha editorial do Jornal Nacional, uma reportagem do jornalista Marcelo Rezende sobre a violência policial em Diadema, apresentaram imagens de um telespectador amador, deixando de lado a parte técnica, o chamado “padrão globo de qualidade” e assim se deu espaço para o valor da notícia.

Para Raymond Williams (1997, p. 22), a televisão é uma tecnologia e uma forma cultural, e o jornalismo, uma instituição social. Assim, o telejornalismo é uma construção social onde se desenvolvem formações sociais, históricas, culturais, econômicas que cumprem funções essenciais para sociedade.

Partindo dessas ideias o telejornalismo tem como função institucional trazer a informação para o público, a partir das possibilidades tecnológicas, já oferecidas desde o início, conciliando condições históricas, econômicas, culturais e sociais.

Para entender o telejornalismo como forma cultural, é preciso compreender a notícia como uma forma cultural específica de lidar com a informação e o programa jornalístico televisivo como uma forma cultural específica de lidar com a notícia na TV. (MACHADO, 2000, p.105). Sendo assim, a notícia é tratada como um gênero de discurso e o telejornalismo como um gênero midiático.

O ambiente social direciona certas possibilidades de formatos discursivos, tanto em relação a gêneros especificamente jornalísticos quanto a gêneros midiáticos, de modo mais geral. Em outras palavras, formatos jornalísticos são resultantes de modelos históricos de desenvolvimento da cultura, da economia, da política, da tecnologia (FRANCISCATO, 2003, p.23).

Para caracterizar a notícia como um gênero discursivo, Jensen (1986, p. 50) entende que “um gênero é uma forma cultural que apresenta a realidade social em

uma perspectiva própria.” Sendo assim, esse gênero discursivo introduz uma comunicação entre o emissor e o destinatário.

No caso do gênero notícia, a posição que é projetada enfatiza o papel do jornalista como um observador independente, sua apuração dos fatos sociais, a contraposição de pontos de vista e assim por diante. Simultaneamente, o leitor/telespectador é posicionado como um receptor de informações reais, confiáveis, presumivelmente relevantes num sentido político mais amplo (Jensen, 1986, p. 50)

Relevância, imparcialidade, objetividade, verdade, liberdade de expressão, pertinência, responsabilidade social, interesse público, factualidade e atualidade são características do modo como o telejornalismo é construído processualmente. Adotando o conceito do gênero televisivo temos a possibilidade de reconhecer a existência de relações sociais e históricas entre determinadas formas culturais

O diferencial da notícia transmitida na TV para os outros veículos de comunicação é a imagem, ela alterou o processo de seleção e organização editorial das notícias, através de imagens, notícias ganham mais destaques e podem se tornar prioridades na estrutura de um telejornal.

Jensen (1986) dá ênfase na questão da credibilidade que as imagens trazem para a notícia, as imagens de uma cobertura televisiva apresentam a perspectiva de objetividade e imparcialidade. A imagem faz a diferença no telejornalismo, a diversidade de imagens ofertadas ao público, surgem também como um apelo para a audiência, de forma a manter o telespectador “preso” na programação.

O gênero notícia televisiva expõe duas narrativas paralelas: a narrativa visual, que se coloca como um documento do que realmente aconteceu, assim demonstrando a pretensão da objetividade, e a narrativa falada que contribui com informação complementar, ainda que permaneça relativamente distinta, sem comprometer o status da narrativa visual como pura informação. Para a audiência, essa convenção de gênero contribui para a potencial heterogeneidade da experiência com o jornalismo. Qualquer que seja sua justificação econômica ou organizacional, a convenção resulta numa estrutura de mensagem que é relativamente aberta a um leque de interpretações. (JENSEN, 1986,p.65)

Sendo assim, são considerados os programas jornalísticos uma variante dentro da programação da televisão, enquanto telejornalismo, seguindo as

orientações do jornalismo e os formatos do âmbito televisivo. Além dos telejornais existem variações dentro do gênero, como documentários, programas de entrevistas e as inúmeras editorias do jornalismo (esportivos, musicais, econômicos, rurais).

A prática profissional e também a subárea de estudos e pesquisas em Jornalismo que contemplam o processo de produção jornalística voltado para a cobertura qualificada de temas específicos. Ele se manifesta a partir de fontes reconhecidas como competentes e autorizadas em determinadas áreas de conhecimento, e pela apropriação de um discurso especializado, que incorpora termos e expressões comuns (e muitas vezes exclusivos) dessas áreas. Na maioria dos casos, o Jornalismo Especializado se localiza em espaços (páginas, cadernos, programas, portais etc.) determinados, seja como resultado do trabalho individual de profissionais (jornalistas ou não) capacitados para exercê-lo, seja como fruto do trabalho de um grupo de profissionais, reunidos em editorias específicas. (BUENO; SANTOS, 2015, p.283)

Jornalistas que desempenham esse trabalho no jornalismo especializado, possuem formação especializada na área de atuação. Segundo Bueno e Santos (2015, p. 283-284) “muitos, embora formados basicamente em jornalismo, têm, ao longo do tempo, buscado especializar-se em outras áreas pela adesão a cursos de pós-graduação”. A execução do jornalismo especializado se faz necessário que o profissional tenha conhecimentos e práticas sob a área de atuação, onde é preciso uma interação com as fontes.

2.1.3 Telespectador

Em definição telespectador é que, ou aquele que assiste televisão. A TV é um aparelho que transmite som, imagem e no contexto desse trabalho, informação. Segundo Fernandes, a televisão é o meio de comunicação mais acessado pelas pessoas, com isso o telejornalismo precisa estar em constante evolução buscando sempre inovações na elaboração das notícias. “A relação entre jornalistas e telespectadores é significativa para a produção de telejornais de qualidade, uma vez que há uma interação comprometida com a cidadania.” (FERNANDES, 2013 p. 24).

O telespectador além de participar da produção dos telejornais como fonte jornalística também faz o papel de “auxiliar” de produção nas redações, pois através dele chegam as sugestões que podem virar pauta. Essa participação para um

telejornal local, regional, se torna importante pois com ela muda-se a linguagem do telejornal que está cada dia mais informal e traz o seu telespectador para mais próximo do jornal.

Por isso alguns cuidados devem ser tomados, com toda essa evolução tecnológica outro fator que também evoluiu foram as chamadas “*Fake News*” que são as notícias falsas. Toda essa evolução fez com que as notícias falsas também aumentassem, nos dias de hoje observa-se muitas informações sem a devida fonte, esse é um dos cuidados que se deve tomar antes de compartilhar “notícias” ter essa cautela para não cair na *Fakenews* se torna necessário.

Outro ponto a ser observado para não cair na *apud* é a data em que a notícia foi veiculada, com a facilidade de compartilhamento e busca, muito acabam compartilhando materiais antigos que não representam mais os dias atuais. Checar as fontes e comprovar de onde essas informações estão saindo são formas de se prevenir.

A interatividade trouxe a mudança da linguagem no telejornal, que esta, 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)

Essa aproximação do telespectador com a emissora trouxe para as redações um aumento dos conteúdos jornalísticos e trouxe o público para mais perto do jornal valorizando o seu telespectador e aumentando assim a audiência. Essa interação telespectador/jornalista faz uma pessoa comum se sentir importante vendo seu conteúdo ser exibido no telejornal. Segundo Bardoel e Deuze *apud* Palacios (2003), a interatividade se refere a capacidade de fazer o público, no caso o telespectador, se sentir mais ligado no processo da notícia.

Mesmo sem o conhecimento técnico e teórico adquirido pelos profissionais da imprensa nas faculdades de jornalismo, o público passa a ser uma opção para os veículos tradicionais que, inclusive, investem na capacitação do telespectador como produtor de notícias (Frazão; Brasil, 2013, p. 114).

Entender as necessidades do telespectador é importante para determinar suas preferências ao assistir TV, trazer o telespectador para perto da sua produção faz essa preferência aumentar, faz ele sentir parte daquilo que está sendo transmitido. Em uma pesquisa realizada pelo Kantar Ibope Media - MW Telereport 19/05/2019 a 25/05/2019 em Volta Redonda, na região sul do estado do Rio de Janeiro TR standard ¹ e PV standard, ² mostrou que o telespectador passa em média seis horas por dia assistindo TV, e em cinco delas estão sintonizados na TV Rio Sul, emissora onde o objeto de estudo desse trabalho foi transmitido, essa audiência é devido a sua programação local que mostra o cotidiano de quem vive na região.

O perfil do telespectador ligado na TV Rio Sul 58 % são mulheres e 42 homens. 51% são da classe “c”; 36% classe “a” e “b”; e 13% são da classe “d” e “e”.

No horário em que a retrospectiva 2019, objeto de pesquisa desse trabalho, foi exibida segundo a pesquisa realizada pelo Kantar Ibope Media - MW Telereport - 09 a 15 de Abril de 2019 - Volta Redonda. Critério do Ranking - Audiência domiciliar. Share domiciliar. Exceto boletins, flashes e programas políticos. Total de Telespectadores Alcançados, projetados com base no Altas de Cobertura Rede Globo - 2019. Critério: alcance individual - (Rch% do target³Total Indivíduos.) foi de 188.386 telespectadores alcançados são 22,45% de audiência.

O telejornalismo continua com seu principal objetivo que é informar os telespectadores, telespectadores que independente do sexo, idade ou classe social estão cada vez mais próximos do emissor contribuindo com a produção jornalística.

Hoje, a produção de jornalismo das TVs continua cobrindo os principais assuntos, mas com a diferença de que a participação do telespectador, incentivada de várias maneiras pela própria emissora, colabora com a produção jornalística, por meio das Redes Sociais e outras plataformas digitais de interação na Internet. Tal situação se configura como um modo de compartilhar com o público a elaboração da agenda midiática, aumentar a audiência e reduzir os custos de produção. (CAJAZEIRA, 2013, p. 67)

1 Taxa referencial padrão

2 Padrão Privado

3 Padrão de medição do público alvo

Como forma de redução de custos e uma cobertura maior dos acontecimentos, uma vez que, uma emissora não consegue cobrir todo o território em todo tempo, os materiais colaborativos se tornam uma nova ferramenta para um telejornal mais completo.

2.1.4 Jornalismo colaborativo

O jornalismo colaborativo não é uma novidade, ele está presente desde o início da televisão, dos programas e também do telejornalismo, porém, essa participação dos telespectadores era feita de forma diferente dos dias atuais, geralmente feitos por cartas, telegramas ou telefonemas. “Não há propriamente uma ruptura entre o jornalismo convencional e o jornalismo participativo” (FONSECA; LINDEMANN, 2007, p. 5). Com a televisão mais interativa, o público passa a ter uma experiência de fazer parte da programação colaborando nos conteúdos das matérias ou até mesmo fazendo escolhas.

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 (GAWLINSKI, 2003 *apud* TEIXEIRA, 2009, p.20-21).

Compreende-se como jornalismo participativo, sendo assim, a expectativa de tornar qualquer pessoa um coprodutor de notícias por meio da tecnologia e globalização.

A participação do telespectador no telejornalismo tem se tornado cada vez mais presente. A diferença da participação do público, antes apenas consumidor das mídias jornalísticas, é que hoje ele é colaborador direto e ativo na produção, e esta participação é marcada atualmente pela intensidade e frequência. (DEL VECCHIO, 2018, p.7)

Colaboração que no latim tem por significado “trabalhar junto” pode-se entender também como contribuir, ajudar ou auxiliar, referindo a um sistema em que telespectadores colaboram para a produção e conclusão de algo. No jornalismo, essa colaboração pode ser vídeos e fotos feitas por profissionais ou amadores, denúncias, fontes jornalísticas e sugestões (DEL VECCHIO, 2018).

O jornalismo colaborativo cresceu junto com a evolução tecnológica, a crescente das redes sociais também contribuiu para esse aumento dos colaborativos, as melhorias das câmeras e dos celulares facilitaram a captura de vídeos e fotos no momento exato em que um fato noticioso está acontecendo, com esse registro feito, a imprensa recebe esse material e dá voz mais ao seu público.

Diante da crescente oferta de dispositivos, tais como as redes sociais – fóruns de discussão, blogs, Twitter Facebook e YouTube – e outras tecnologias pelas quais o público passa a interagir com os veículos de imprensa, esses últimos passam a dar mais voz ao público, convidando-o, inclusive, a participar da produção da notícia. Tais características já são discutidas e defendidas no jornalismo participativo, fenômeno que se popularizou e ganhou força em meados da década de 1990, nos primórdios da internet. (FRAZÃO, 2012, p. 2)

Para Shirk (2011, p. 163) “é tentador imaginar uma ampla conversa a respeito do que nos, como sociedade, deveríamos fazer com as possibilidades e virtudes da participação.” um aparelho móvel conectado a internet na mão de uma pessoa qualquer se transforma em ferramentas necessárias para produzir, sendo filmando ou fotografando conteúdos jornalísticos.

O público vivencia outra relação com a televisão: pode assisti-la e por meio de um notebook, tablet ou smartphone comenta com outros telespectadores o que assiste. Com sua câmera portátil, fotografa acontecimentos e compartilha na web. Seja por e-mail, redes sociais ou a criação de uma plataforma própria para que o público desenvolva uma comunicação personalizada, os veículos passam a proporcionar canais alternativos para atendê-lo, para ouvi-lo. (FRAZÃO, 2012, p.4)

A televisão vem mudando de um sistema analógico para o digital e com tais mudanças o telejornalismo tem se adaptado a uma nova realidade tecnológica necessitando uma mudança nas suas práticas onde o telespectador se torna um parceiro na produção das notícias, sendo assim, “O público passa a ser uma opção viável para os veículos tradicionais, ao renovarem os modos como produzem e

divulgam notícias.” (FRAZÃO, 2012 p. 2). Desde modo o telespectador cria uma relação de proximidade com o veículo ganhando mais prestígio com o emissor da mensagem.

Essa colaboração pode ser também uma relação que o telespectador criou com a televisão através da tecnologia. Essa nova maneira na qual o cidadão passa a colaborar com o telejornal fez com que o jornalismo passasse a dar mais prestígio ao seu público. Nesse sentido, o jornalismo colaborativo é uma consequência desse novo cenário. (FRAZÃO, 2012)

A notícia acontece quando menos se espera, na frente de qualquer pessoa, que com um celular na mão consegue registrar o momento exato. O colaborativo aproxima o emissor do receptor, aproxima a emissora do seu telespectador, dando mais voz e ouvindo mais, pois o jornal é feito para informar a sociedade dos fatos. Fatos que agora são também registrados com o olhar e as lentes dos telespectadores.

Esse estudo não procura ensinar qual a melhor forma de participação do público na programação da TV Rio Sul, mas sim entender a importância que essa participação tem para o telejornalismo da emissora.

Esse trabalho está em andamento, às pesquisas estão em processo, sendo assim, nem todos os conceitos estão completos e concluídos.

3 CONCEITOS DE JORNALISMO COLABORATIVO

Nesse capítulo examinara os conceitos de jornalismo colaborativo, tal como o conceito de participação e interatividade. Colaboração é um termo original do latim onde tem como significado “trabalhar junto”. Mas também pode-se entender como contribuir, ajudar ou auxiliar no que se refere a um processo em que pessoas comuns cooperam para a realização ou concretização de algum projeto. Nesse capítulo também será tratado assuntos como a importância da imagem para televisão, uma vez que ela é a principal característica deste meio de comunicação. Dar-se-á uma abordagem colocando em destaque também a função do repórter cinematográfico com intuito de apresentar a diferença do material produzido por um profissional de um amador.

3.1 Interatividade Digital

Juntamente com as novas mídias a interatividade digital vem crescendo e ganhando notoriedade nos dias atuais. É um conceito novo, mas era praticado há muito tempo. Observa-se que nos dias atuais o público em específico o telespectador produzindo conteúdos para os telejornais, principalmente os telejornais locais regionais. Desde modo esse conceito vem se tornando fundamental dentro do jornalismo no dia a dia, não apenas em conteúdos digitais, mas sim em um modo geral como todo. “Na era digital, o valor do jornalismo na sociedade está se expandindo. Os cidadãos fazem mais do que simplesmente obter informação de fontes noticiosas. Eles contribuem para o fluxo informacional.” (PAVLIK, 2014, p. 181).

Rost (2014, p.53) traz o pensamento de que “a interatividade é uma das características essenciais da comunicação na web. Cada vez que se analisa a linguagem da internet, atrela-se a ideia da interatividade como um dos seus pilares”.

Na fase atual, não se trata de um novo suporte técnico apenas – o computador -, mas também de uma maneira diferente de produzir, difundir e receber informação de caráter jornalístico. Esse fator se evidencia ainda mais com a difusão pela rede mundial de computadores (internet), a partir da década de 90, que potencializou a interatividade, a instantaneidade e a hipermídia, quebrando, de certa forma, as fronteiras de tempo e espaço geográfico, gerando assim, um espaço público virtual. (FONSECA; LINDEMANN, 2007, p. 3-4)

A TV vem apostando nessa interatividade. Com esse acesso ao digital, se tornou mais fácil e prático durante os programas exibidos na televisão o contato entre apresentadores ou jornalistas com o público. Essa tecnologia proporciona essa usabilidade de realizar esse contato com os telespectadores.

A interatividade é um conceito ponte entre o meio e os leitores/utilizadores, porque permite abordar esse espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instancias de seleção intervenção e participação nos conteúdos do meio. Insere-se nessas zonas de contato entre jornalistas e leitores, que as tecnologias têm alargado e simplificado (ROST, 2014, p. 53)

De acordo com Bardoel e Deuze *apud* Palácios (2003), interatividade refere-se à capacidade de fazer o público se sentir mais ligado ao processo jornalístico. Isso se dá pela possível interação entre o veículo e o público por meio das novas ferramentas que tecnologia oferece como as redes sociais, chats, WhatsApp etc.

Assim a interatividade está presente na tecnologia e cresce a cada dia mais no cotidiano das pessoas. Para Shirky (2011, p. 175), esse benefício acaba sendo favorável para ambos, telespectadores e veículos. Todos ficam satisfeitos com a troca.

Os comportamentos das pessoas como consumidoras, quando elas têm um estreito leque de escolhas, realmente convergem. Quando os canais de mídia são limitados e o custo de produção é alto, a representação dos interesses é limitada. Mas quando qualquer um pode criar uma mídia, e a mídia ajuda a coordenar a audiência futura, a ordem de interesses é vertiginosa.

Não se pode afirmar que o digital tenha acabado com os antigos suportes do jornalismo. Com essa nova tecnologia a interatividade representou um acréscimo para os veículos de comunicação, em especial a televisão. A internet não acabou com os outros meios de comunicação de massa, pelo contrário, segundo Palácios (2003), ela forneceu ferramentas para todos os veículos se atualizarem, através das novas tecnologias e uma dessas ferramentas foi a interatividade por dispositivos mobile.

Nas ciências da comunicação, o termo interatividade começou a utilizar-se de forma incipiente durante os anos 70, quando se criaram os primeiros serviços de televisão interativa, tele texto e, sobretudo, vídeos tex. São também os anos nos quais se produzem importantes avanços na interface gráfica do utilizador de computadores, que começam a mostrar rostos mais humanos. (ROST, 2014, p. 69)

Na web o jornalismo tem suas peculiaridades se compararmos com outros veículos de comunicação, todos possuem características distintas e similares, cada um diferente do outro. Com esse avanço na tecnologia o jornalismo se aperfeiçoou em todas as formas e meios de comunicação, inclusive a televisão. “A multimídia do jornalismo na Web é certamente uma continuidade, se considerarmos que na TV já ocorre uma conjugação de formatos midiáticos (imagem, som e texto)” (PALÁCIOS, 2003, p. 7).

Pode-se relacionar essas modalidades midiáticas a cibercultura “As diferentes modalidades midiáticas são vistas não como pontos ascendentes numa escala progressiva e evolucionária, mas como complementares” (PALÁCIOS, 2003, p. 5).

As tecnologias digitais por sua vez, adotou essas modalidades midiáticas reconfiguradas pela cibercultura. A interatividade está relacionada a integrar os meios de comunicação.

A presente estrutura midiática digital demonstra o quanto a internet e a web se desenvolveram ao longo dos anos desde as primeiras formas de comunicação mediada por computador e o quanto desviaram-se de seus propósitos iniciais direcionando-se para a sociabilidade e para o estabelecimento de processos de convergência midiática. (AQUINO, 2011, p. 9)

Palácios (2003) entende a interatividade com o momento em que o público se sente parte do processo de construção no jornalismo. As tecnologias permitem que

qualquer pessoa interaja com o meio de comunicação ou com o próprio jornalista. Para o autor essas tecnologias são o avanço das modalidades midiáticas uma vez que existentes elas se completam.

Já Alex Primo e Marcelo RuschelTrasel (2006) pressupõe que existe interação até mesmo em uma leitura de um jornal impresso, mesmo não havendo uma ligação do público com o jornalista. Eles observam também o telespectador como um formador de conteúdos, toda via, esse conteúdo somente soma ao material do telejornal.

Parte-se do princípio que tanto a leitura de um jornal impresso quanto a audiência de um telejornal são processos interativos. Não se pode dizer que não haja interação, mesmo que não exista uma conversação entre produtores e público. (PRIMO; TRASEL, 2006, p. 9)

Nos dias atuais onde o digital é tão utilizado, essa interatividade com os telejornais vem se tornando cada vez mais comum de uma forma mais dinâmica, através dos celulares. Apesar de interessante essa troca com o telespectador, os telejornais não necessariamente precisam dessa interação para a produção dos seus conteúdos. Coutinho (2007, p.8) explica a importância do contato no telejornal.

No espaço reservado ao jornalismo a televisão comunica aos telespectadores, continuamente, a sua presença, pela simulação do contato direto. Durante os telejornais esse “contato” ganha força na medida em que os apresentadores, reportes e entrevistados se dirigem diretamente ao telespectador, em um simulacro do olho-no-olho que garante a proximidade, e reafirma a promessa de serviço público, de emissão de mensagem de interesse público.

Portanto entende-se que a interatividade digital vem se tornando cada vez mais usada, tanto pela Web quanto pelos programas televisivos em especial o telejornalismo. A interação é uma ação mútua, recíproca, entre duas ou mais pessoas envolvidas, é uma comunicação, um diálogo ou um contato. A interatividade digital acaba sendo esse contato mútuo, devido as novas tecnologias.

3.2 Participação

Participação é uma palavra que vem do latim, onde significa ter parte na ação, é a ação, o efeito de participar. Por meio dos telejornais os jornalistas procuram oferecer aquilo que é de interesse público. A tecnologia proporciona essa participação.

O telespectador se adapta a essas novas tecnologias aprendendo cada vez mais e mais rápido vem dominando as formas de usá-las através dos seus próprios celulares por exemplo. “O público passa a ser uma opção viável para os veículos tradicionais, ao renovarem os modos como produzem e divulgam as notícias.” (FRAZÃO, 2012, p. 2). Isso é uma maneira dos telejornais não perderem a audiência, como o seu público vem se adaptando a essas novas tecnologias os telespectadores, torna-se uma opção para que os veículos não percam audiência.

Seja como um fotografo, repórter ou até mesmo jornalista, um cidadão comum que deseja produzir um conteúdo não precisa ter uma formação em nenhum desses atributos para a elaboração de algo. Basta apenas registrar algo de interessante com ou até mesmo sem qualidade, dependendo do que for registrado, para que os veículos de comunicação possam filtrar, apurar e até possivelmente exibir para os seus telespectadores. “Cidadãos equipados com smartphones se tornarão, no século XXI, repórteres continuamente engajados, capturando com seus telemóveis fotografias e vídeos de notícias que acabam de acontecer” (PAVLIK, 2014, p. 165)

[...] no web jornalismo participativo, o integrante é integrado ao processo de produção da notícia como nunca antes. Alguns sites noticiosos, inclusive, podem depender totalmente da intervenção dos internautas. Sem a participação ativa de um grupo em interação mutua esse web jornais não tem função. (PRIMO; TRASEL, 2006, p. 10)

Os avanços da tecnologia e a melhoria das câmeras digitais dos celulares motiva o desenvolvimento colaborativo do público, haja visto que hoje cada pessoa carrega pelo menos um celular no bolso, e através deles a captura de fotos e vídeos

e das mensagens simultâneas facilitam o registro do momento exato em que um fato ocorre.

Para chegar no produto final de um telejornal, ou de uma reportagem, os textos ou as matérias jornalísticas passam por diversas pessoas nas mais diferentes funções. Toda essa nova demanda de conteúdos colaborativos produzidos por cidadãos comuns ficou constante nas redações dos telejornais e passou a ser pensado como critério de noticiabilidade a partir do que o público produz. As tecnologias se tornaram responsáveis pela distribuição e pelo processo de produção da notícia seja através do jornalista ou do próprio cidadão produzindo o conteúdo. Porém segundo Pavlik (2014, p. 168) isso não torna o cuidado como produtor jornalístico:

Devido ao fato da maioria dos jornalistas cidadãos não possuir treinamento formal em apuração e redação de notícias, por vezes podem ocorrer erros, resultando em problemas de comunicação. Além disso, já que as identidades dos jornalistas cidadãos dificilmente podem ser confirmadas, autenticidade do que é apresentado como fato pode ser colocada em dúvida, seja resultado de um erro acidental ou de uma falha deliberada de informação pelos governos ou outros agentes.

Através da tecnologia a participação pode ser também uma relação que o público criou com a televisão. Essa maneira em que o telespectador passou a interagir com o telejornal fez com que a imprensa notasse o cidadão comum. Nesse sentido o jornalismo participativo é uma consequência dessa nova conjuntura. (FRAZÃO, 2012)

Fonseca e Lindemann (2007) dizem que o jornalismo participativo é um novo suporte midiático, resultante de toda tecnologia através dos dispositivos móveis. Para eles essa colaboração corresponde a uma ação do público no que tange a esfera social, popularizando e descentralizando a emissão, aproximando o jornalismo convencional do jornalismo comunitário e/ou alternativo.

Então se dá a participação toda ação ou efeito de participar de algo utilizando uma ferramenta midiática. Ela se refere a uma maior autonomia dos cidadãos

interferirem, compartilhem ou fazerem parte de algo. Já a colaboração é a cooperação em conjunto ou neste caso o envio de algo para realizar um projeto.

3.3 Colaborativos

O jornalismo colaborativo não tem uma definição exata, ele ocorre desde o princípio da profissão. A existência de pessoas comuns colaborando com jornalistas como coprodutores da notícia não é um fenômeno novo no campo da comunicação social. Antes mesmo de surgir a internet, essa colaboração já se existia por meio de telefonemas, cartas e até mesmo visitas aos veículos de comunicação. Não era difícil de ver sugestões de reportagem do público, denúncias ou reclamações que chegavam até os jornalistas que apuravam, filtravam e possivelmente avaliavam as chances de torná-las textos noticiosos.

Se a colaboração é uma prática antiga por que não se poderá dizer que a expressão jornalismo colaborativo, só ganhou destaque e evidência no desenvolvimento da sociedade pós-moderna

É um período histórico caracterizado por uma revolução tecnológica centrada nas tecnologias digitais de informação e comunicação, concomitante mas não causadora, com a emergência de uma estrutura social em rede, em todos os âmbitos da atividade humana, e com a interdependência global desde atividade. É um processo de transformação multidimensional que é ao mesmo tempo incluyente e excedente em função dos valores e interesses dominantes em cada processo, em cada país e em cada organização social. (CASTELLS, 2006, p. 225)

Quando ainda o termo jornalismo colaborativo ainda não tinha seu destaque, o espaço reservado para o público sempre foi tradicionalmente voltado a publicação de sua opinião a respeito dos temas ou coberturas realizadas pelo veículo. Espaços que estavam sujeitos a edição por parte dos jornalistas – edição para revisão e adequação de tamanho e aderência a linha editorial – a única participação do público publicada situava-se nas opiniões do público no qual Chaparro(1994) acrescenta dizendo que as contribuições dos leitores publicadas não se

enquadrariam enquanto colaborações que ajudassem a produzir uma notícia ou uma reportagem, exceto quando houvesse sugestões de pauta.

Porém, quando o jornalismo “entrou” na internet logo abriu espaço para que o público pudesse não só enviar seus comentários, mas colaborar mais. Com a estratégia de aproximar mais o telespectador.

O aparecimento de espaços colaborativos em jornais digitais demonstra a apropriação do modelo de construção de notícias a partir da contribuição de amadores, que se consolidou na cauda longa da informação (...) verifica-se a potencialização da interação com o público, bem como a mudança de seu papel no ciclo informativo. Mesmo existindo regras e seletividade na publicação do que é enviado por amadores, a abertura aos cidadãos nas secções colaborativas têm formato inédito. Nesse sentido, percebe-se uma ruptura que envolve parte importante da lógica comunicacional tradicionalmente seguida no jornalismo. (BELOCHIO, 2008, p. 3-4)

Nessa nova era digital, registrar-se-ia uma crescente convergência tecnológica voltada a criação de um sistema altamente integrado, no qual “organizações e instituições pode ser modificada, e até mesmo fundamentalmente alteradas pela reorganização de seus componentes” segundo Castells (1999, p. 78)

Participação e interatividade são temas que segundo Maria Clara Aquino (2011, p.2) estão relacionados a convergência midiática.

O contexto de convergência midiática no qual se propõe relacionar interatividade e participação é caracterizado por transformações de caráter técnico, social e cultural, de modo que a própria noção de convergência deve ser pensada a partir desses três níveis. As reflexões são feitas com base nessas transformações, sempre impulsionadas por um movimento dialético entre esses três níveis, buscando apontar questões pertinentes a sociabilidade, a partir de argumentações que transitam por diferentes vieses desse contexto de convergência.

Apesar dos termos terem uma certa relação, interatividade é diferente de participação. As novas tecnologias trouxeram uma facilidade para o telespectador se comunicar com o telejornal, assim como, fez com que o jornal também fizesse essa possível interação com o público. “Aproximou os produtores da audiência e também permitiu que ‘amadores’ se convertam, também, além de consumidores da informação, em criadores de conteúdo jornalístico (LIMA JÚNIOR, 2009, p. 2).

Sendo assim o termo jornalismo colaborativo é “lançado” cujo seu conceito não deixa de suscitar divergência entre os estudiosos do ramo, pois, o colaborativo se caracteriza pela difusão e produção de informação, por parte de pessoas comuns, leigas, através de instrumentos ou ferramentas. Para Primo e Trasel (2006, p. 9) jornalismo colaborativo ou participativo se define por “práticas desenvolvidas em seções ou na totalidade de um periódico noticioso na web onde a fronteira entre a produção e a leitura não pode ser claramente demarcada ou não existe”.

Já segundo Holanda *et all* (2008), não haveria necessidade de um suporte específico (rede de computadores) para existir a participação do público no jornalismo, ela pode ser caracterizada em diferentes etapas como coleta, criação, análise e distribuição. Para eles, o jornalismo colaborativo pode se instalar sem que tenha um jornalista supervisionando tudo ou chegando as informações enviadas pelo colaborador o que seria inviável para alguns estudiosos.

Brambilla (2005), considera que o papel do jornalista e sua intervenção na prática como jornalismo colaborativo é fundamental, visto que, além de redator das notícias o jornalista atribui a função de editor a partir do material que o público oferece, para a autora o jornalista seria o responsável por avaliar a oportunidade e o interesse que o tema possa suscitar, tal como sua linguagem e estrutura. Ainda de acordo com ela, o jornalista que atua em auxílio com os colaboradores deve inclusive, estar muito bem preparado para lidar com o material que o colaborador envia, se fazendo necessário a identificação, a checagem e uma apuração antes de qualquer veiculação do conteúdo. O jornalismo colaborativo acrescentaria de tal maneira uma carga de trabalho aos modos tradicionais da produção jornalística. Pois as fontes e os pontos de vista em determinados acontecimentos que se transformaram em notícias se multiplicaram.

O tema ganha destaque em um momento histórico importante para a sociedade, o processo de inovação tecnológica e organizacional, apontando para uma inovação social, ambiente em que o jornalismo se encontra imbricado (FRANSCISCATO, 2006). Nesse período o jornalismo tradicional passa a utilizar a utilização do público para aperfeiçoar a sua produção jornalística, democratizar conteúdos e incorporar ao processo produtivo (LÓPEZ, 2008). Seria uma estratégia dos veículos de comunicação que Saad (2003) fala das ameaças de enfraquecimento do jornalismo enquanto produtor de um gênero específico de

informação. Esse enfraquecimento seria decorrente da dificuldade de financiar uma produtora de informação, em outras palavras, o financiamento de empresas jornalísticas profissionais, conforme Isaacson (2009) em um artigo critica a gratuidade de conteúdos jornalísticos disponibilizados na rede de computadores.

Indo além nas definições de jornalismo colaborativo pode-se inserir um modelo de gestão de informação que Anderson (2006) chama de “cauda longa” dos processos organizacionais e produtivos para a atividade jornalística. Esse termo se dá devido a possibilidade de incorporação de novos públicos, que iriam enredando a notícia primária a partir de hiperlinks associados aos seus comentários, como o atendimento de demandas de nichos muito específicos no mercado consumidor (McCOMBS, 2007). Desenvolvendo ainda esse pensamento, o jornalismo praticado com o auxílio da tecnologia e da internet agruparia informações produzidas por profissionais de imprensa e por cidadãos comuns, interligando interesses gerais e grupais

O jornalismo colaborativo na televisão pode ser observado pela ampla manifestação dos telespectadores por meio das redes sociais. Segundo Aroso (2013), as redes sociais são hoje ferramentas de jornalismo participativo, pois postulam a interligação entre os meios de comunicação tradicionais e o meio sociais. Jenkins (2009) também ressalta os fatos das grandes mídias utilizarem a força das redes sociais para a participação da audiência.

Segundo Cajazera (2015) a internet por ser um novo canal de distribuição, circulação e compartilhamento de conteúdo informacional ambientada pelas redes sociais, altera toda a lógica de produção dos grandes meios de comunicação, fomentando assim o jornalismo participativo. O telejornalismo absorveu essas novas ferramentas digitais para aprimorar seu conteúdo e garantir o papel ativo do telespectador.

O que pode compreender é que as novas possibilidades de interação trazem uma legitimação do discurso televisivo. As emissoras de TV necessitam, por questões mercadológicas, ampliar os canais de comunicação com o público e o fazem pelo incentivo a participação e colaboração em novas interfaces em plataformas digitais. Nesses espaços, há o estímulo ao envio de críticas, sugestões e comentários sobre seus programas noticiosos ou de entretenimento. O público, ao participar desse espaço e dividir com outros os conteúdos que visualiza na interface, reforça os laços sociais com outros públicos e com o próprio telejornal. (CAJAZEIRAS, 2015, p. 9)

O jornalismo colaborativo proporcionou aos colaboradores, pessoas comuns sem formação na área, utilizarem dessas novas ferramentas digitais para contribuírem com sugestões e na produção da notícia. A rotina da produção estabelece critérios quanto definição do que é ou não um fato jornalístico. Cabe aos jornalistas fazerem esse filtro e transforma sugestões em notícias. Lembro que um fato só se torna notícia dependendo do valor e dos critérios de noticiabilidade atribuídos a ele.

Com está crescente no jornalismo colaborativo, aumentou também a preocupação quanto a credibilidade e veracidade das informações e materiais enviados. Aroso (2013) enxerga que essas questões ao invés de problemas seriam na verdade, desafios impostos as práticas jornalísticas. O número de usuários nas redes sociais vem crescendo significativamente e o relacionamento entre os veículos de comunicação e o público tem se estreitado cada vez mais ao ponto de torná-los fiéis a estes meios.

Esta abordagem melhora a transformação do público nas comunidades, uma situação que tende a gerar fidelidade do consumidor para o desenvolvimento dos sentimentos de pertencimento a uma comunidade (CANAVILHAS, 2011, p. 119)

Dessa forma pode-se entender que jornalismo colaborativo pressupõe a participação do telespectador na coprodução jornalística. Portanto entende-se que as novas tecnologias digitais proporcionaram para pessoas comuns um entendimento que eles além de consumidores da notícia podem ser colaboradores mesmo sem nenhuma instrução técnica ou formação para a coprodução de uma notícia.

3.3.1 Materiais colaborativos, amadores versus profissionais

Partindo da ideia de colaboração, de que maneira o telespectador pode contribuir com a coprodução da notícia e como ele se sente ao ver o seu material

exibido em um determinado momento dentro do jornal, até que ponto essa colaboração é aceita. O jornalismo colaborativo pode ser entendido quando há algum envio de materiais do telespectador de maneira voluntária como, vídeos e fotos, prints, ou imagens de câmeras de segurança para um determinado veículo de comunicação. Desse modo, entende-se que, a mídia tradicional estimula a colaboração.

A principal característica dessa nova modalidade de produção e circulação é a superação do modelo transmissionista emissor-meio-mensagem-receptor típico do modelo convencional, uma vez que o receptor torna-se agente produtor. A ideia de participação é, justamente, descentralizar a emissão, oportunizando que mais vozes tenham vez no espaço público. (LINDEMANN, 2007, p. 4)

O jornalismo colaborativo cresceu pela busca da inovação tecnológica. “É tentador imaginar uma ampla conversa a respeito do que nós, como sociedade, deveríamos fazer com as possibilidades e virtudes da participação.” Atualmente com um acesso à internet e um aparelho digital qualquer cidadão comum tem a devida ferramenta para capturar e registrar um fato que pode vir a ser notícia.

Filmes, vídeos, fotos, prints são alguns exemplos de materiais colaborativos que podem auxiliar na construção de uma notícia.

Por outro lado, novas formas de participação vêm sendo oferecidas no web jornalismo, chegando ao limite de ampla e irrestrita redação e edição por parte de qualquer pessoa com acesso à rede. Abre-se, assim, espaço para interação mútua, na qual o desenvolvimento do processo interativo é negociado entre os participantes. Neste caso, o relacionamento desenvolvido entre os interagentes têm um impacto recursivo sobre a interação, seus participantes e produtos (PRIMO; TRASEL, 2006, p. 9)

As notícias não marcam hora nem lugar para acontecer, elas acontecem em toda parte. É inviável que os veículos, ainda mais regionais locais, disponibilize equipes durante todo o período do dia para cobrir fatos que não estão e não existe a possibilidade de prevê-los.

Notícias acontecem em toda parte. No entanto, na era da mídia analógica, parecia ser impossível e certamente impraticável para os jornalistas ou para as organizações de mídia estarem em todo lugar o tempo todo para cobrir os acontecimentos. Na era digital, esta situação está mudando. (PAVLIK, 2014, p. 164)

Lindemann (2007) indaga a seguinte questão “Estaríamos vivendo, então, uma fase de decadência do jornalista, uma vez que qualquer cidadão pode torna-se um repórter?”. Levando em consideração essa questão, o conteúdo que uma pessoa qualquer comum produz talvez não tenha tanta credibilidade e confiança, uma vez que ela não tem nenhum compromisso com o veículo de comunicação tanto quanto as éticas do jornalismo. O trabalho do jornalista passa ser de apuração da veracidade dos materiais recebidos.

3.3.2 Trabalho em equipe

O trabalho realizado em uma redação de televisão com o intuito de levar ao ar um telejornal envolve um grande número de profissionais, segundo informações captadas na TV Rio Sul com o diretor Wandel Garcia, cada um possui sua função definida, produtores, repórteres, repórteres cinematográficos, editores de texto, editores de imagens, editores chefes, a colaboração de todos se torna fundamental para o produto final de telejornal.

Ainda segundo o diretor, tudo começa na reunião de pauta, tal reunião definirá quais notícias aquele determinado telejornal colocara no ar, geralmente essas reuniões são diariamente, com a equipe de produção e edição. Os repórteres não costumam participar desse momento

O espelho de um telejornal é pensando com antecedência com as equipes de produção e edição que participam ativamente das reuniões de pautas. Porém, o poder de “bater o martelo” da decisão final do que vai ou não para o ar é função do editor-chefe.

Depois dessa reunião de pauta para definir quais serão as notícias abordadas por aquela emissora em determinado dia, outros profissionais começam a ser envolvidos no processo.

Com as pautas definidas os repórteres juntamente com o cinegrafista, vão para as marcações concluírem a matéria. Não necessariamente para participar do processo de elaboração das notícias os envolvidos devem ser jornalistas, existe também na equipe os chamados técnicos.

Os técnicos, de acordo com o supervisor de operações da TV Rio Sul Sebastião Menezes, auxiliam os jornalistas nos materiais que poderão ser exibidos, são responsáveis apenas para interferirem em caracteres técnicos. Eles não definem o que ou como serão as notícias do telejornal. Para auxiliar os técnicos na missão de colocar um material amador no ar, os telejornais dão dicas explicando como o telespectador pode colaborar com seus registros. Essas dicas são passadas pela equipe técnica.

Com o recebimento dos materiais colaborativos a dedicação de cada profissional em sua área se tornou fundamental, jornalistas em busca da apuração da veracidade dos materiais e técnicos analisando a possibilidade de exibição. Todo com um só objetivo, apresentar um telejornal com informação.

Porém, o colaborador que produziu seu conteúdo não tem o mesmo objetivo dos jornalistas, as vezes ele é conduzido pela paixão de apenas participa e por isso o trabalho de apuração se faz necessário.

A necessidade dos veículos de comunicação em trazer diariamente o factual do dia a dia é a justificativa das emissoras para utilização dos materiais amadores colaborativos.

Para Polydoro (2016), no telejornalismo, a imagem que é produto de um cinegrafista amador serve, cada vez mais, como matéria-prima na montagem de uma reportagem “Um fragmento dentre vários elementos na composição de uma narrativa de cunho jornalístico.” (POLYDORO, 2016, p.4)

Contudo toda essa programação não se aplica uma vez que os factuais acontecem inesperadamente no decorrer do dia, o que implica em uma mudança direta no espelho do jornal, alterando algumas reportagens que estavam previstas, segundo o diretor Wandel Garcia.

Os colaboradores se tornam esse coprodutor da notícia no telejornal, ou em uma reportagem pela falta da imagem de um determinado acontecimento ou situação que se torna essencial para exibição da notícia. De acordo com Polydoro (2016), as falhas apresentadas pelas imagens amadoras acabam sendo consideradas mais realistas, pois produzem sentidos que se consolidam em um percurso alinhado às modificações do regime visual e do lugar das imagens na sociedade.

3.3.3 Importância da imagem

A televisão tem como principal característica a imagem e ela exerce um fascínio nas pessoas “Ao assistirem um telejornal, as pessoas também procuram sentidos para a realidade que as cercam. Elas aprendem ativamente e atribuem significados, ressignificam o mundo do telejornalista, na experiência do seu dia a dia.” (PICCININ *apud* VIZEU, 2007, p. 7)

Em uma linguagem popular uma imagem vale, e fala, mais que mil palavras, observa-se o poder que uma imagem traz a matéria, como uma imagem traz consigo uma série de sentimentos como amor, raiva, tristeza, felicidade, a imagem tem o poder de mover pessoas a se manifestarem em pró daquilo que estão vendo. Com a evolução tecnológica, hoje, cada pessoa possui um aparelho que tira foto, faz vídeos, capturas imagens no bolso, que cabe na palma de sua mão e com um simples “*click*” ele passar ter um poder de convencer e mudar opiniões de outras pessoas, quem nunca ouviu aquela expressão, eu só acredito vendo, pois é, com uma imagem você tem o poder de fazer as pessoas acreditarem naquilo que você está mostrando. Uma imagem hoje tem o poder de se tornar até símbolo de crises e

uma marca para manifestações.

O jornalismo vem evoluindo muito nos últimos anos, passou do impresso para o rádio, para a televisão e agora está na internet. Cada um destes veículos midiáticos possuem uma forma de fazer e repassar a notícia para o público, mas todos eles trazem a imagem como esteio da reportagem. O trabalho do repórter cinematográfico traz mais veracidade e intensidade ao que está sendo passado por qualquer que seja o veículo de informação.

A diferença que a imagem do cativo de um sequestro que parou o país por exemplo, traz para a reportagem e como a sociedade se choca e se comporta após se sentir dentro da cena de um crime de impacto nacional, é incontestável. A imagem por sua vez tem o papel principal no processo de codificação das notícias.

Na televisão, uma coisa chamada imagem tem absoluta primazia. Sem imagem, a televisão não passa de um rádio disfarçado. Repórteres de veículos impressos precisam, para trabalhar na TV, ter consciência de que imagem é informação. (BITTENCOURT, 2002, p. 117)

Com o passar do tempo e os avanços da tecnologia, muitas melhorias aconteceram nos telejornais e programas exibidos. As câmeras enormes e pesadas deixam espaço para as câmeras portáteis para dar mais mobilidade as equipes de reportagem, trazendo junto com ela uma melhor qualidade de imagem. Essas transformações e evoluções da televisão fez a linguagem televisiva crescer junto, estando assim como a TV e constante transformação.

3.3.4 O repórter cinematográfico

O profissional que trabalha com televisão sempre está em busca da melhor imagem. O investimento em equipamentos que registram com a resolução mais próxima da realidade é constante, afinal, a linguagem da TV representa o real por meio da imagem em movimento.

Tomando a dianteira na hierarquia da mídia, a televisão impõe aos outros meios de informação suas próprias perversões, em primeiro lugar com seu fascínio pela imagem. E com esta ideia básica: só o visível merece informação; o que não é visível e não tem imagem não é televisável, portanto, não existe midiaticamente. (RAMONET, 2004, p. 27)

O que ainda gera dúvidas é qual a diferença entre o repórter cinematográficos dos outros demais profissionais da filmagem, o que diferencia o trabalho desse profissional? Segundo a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), que tem por finalidade identificar ocupações no mercado de trabalho para fins classificatórios junto aos registros administrativos e domiciliares, disponível em www.mtcbo.gov.br (pagina 11 do artigo cinegrafistas), não reconhece a profissão de cinegrafista pelo nome e sim como operador de câmeras da televisão, seguidos pelos sinônimos de cameraman, operador de câmera, operador de câmera de vídeo que fazem parte do grupo de profissionais considerados como captadores de imagens em movimento.

A primeira menção referente a atividade de cinegrafia, está presente no decreto-lei 972 de 17 de outubro de 1969, onde em seus 6º artigo faz referência as funções designadas aos jornalistas. Dado artigo categoriza o repórter cinematográfico a quem tem como dever registrar cinematograficamente assuntos e fatos de interesse jornalístico.

É de cunho exclusivo do jornalismo a atuação do repórter cinematográfico, sendo esta uma das profissões presentes no sindicato dos jornalistas. Por hora tem como função a captação de imagens que compõe e auxiliam reportagens e o processo de composição das notícias. Este profissional tem por objetivo compor com imagens o texto construído pelo repórter, fazendo com que a sintonia entre esses dois profissionais seja essencial.

Perante a lei número 6615 de dezembro de 1978, do sindicato dos radialistas está diferido que, o operador de câmera é o profissional da aérea técnica que tem por responsabilidade a operação de câmeras tendo a orientação técnica de um diretor de imagens. O operador diferente do repórter cinematográfico tem sempre um supervisor o orientando sob quais as imagens deveram ser feitas.

A nomenclatura cinegrafista utilizada pela maioria das pessoas surgiu partir da utilização no jornalismo de câmeras pesadas e grandes assim como eram as câmeras de cinema. Suas imagens têm por finalidade a composição de notícias, a jornalista Vera Iris Paternostro diz que a “TV funciona a partir da relação texto/imagem” e afirma que “é com imagem que a televisão compete com o rádio e o jornal, exercendo seu fascínio para prender a atenção das pessoas.” (PATERNOSTRO, 1987, p.41)

As notícias produzidas para a televisão requerem uma atenção especial do repórter para que ele tire o proveito da expressividade total das imagens captadas pelos cinegrafistas, se os dois profissionais não estiverem em sintonia a composição da reportagem não será bem produzida, o olhar do cinegrafista completa o texto do repórter, assim como, o olhar do repórter completa do cinegrafista.

O poder que a TV tem de alcançar pessoas é grande, com isso as imagens captadas pelos cinegrafistas geram um impacto quase que incalculável, são muitos televisores ligados assistindo estas imagens. Imagens que podem influenciar, gerar ódio, surpresa ou até mesmo criar um sentimento de compaixão.

O cinegrafista é um agente da reportagem e deve opinar sobre todo o processo de produção, e não somente sobre a estética e as questões referentes as paisagens a serem selecionadas. Ainda deve participar da construção da reportagem desde a conversa com o editor-chefe até a execução final da última edição do produto. (BARBEIRO; LIMA, 2002, p.44).

O cinegrafista antes de aplicar as técnicas ele precisa ter a sensibilidade na captação das imagens lembrando sempre que tudo o que ele capta nas ruas vão para o ar e essas imagens podem gerar sentimentos positivos ou negativos nas pessoas, ele precisa ter a curiosidade do repórter, apurar bem antes de captar algo.

Em uma linguagem popular uma imagem vale, e fala, mais que mil palavras, nos textos acima observa-se o poder que uma imagem traz a matéria, como uma imagem traz consigo uma série de sentimentos como amor, raiva, tristeza, felicidade, a imagem tem o poder de mover pessoas a se manifestarem em pró daquilo que estão vendo. Quem nunca ouviu aquela expressão, eu só acredito vendo, pois é,

com uma imagem você tem o poder de fazer as pessoas acreditarem naquilo que você está mostrando. Uma imagem hoje tem o poder de se tornar até símbolo de crises e uma marca para manifestações. Observa-se hoje que existem imagens de dor e sofrimento que são canalizadas de mobilização da opinião pública e de transformações sociais, imagens que transmitem horror que apelam para a revolta e chocam a todos. O profissional não deve se omitir nem muito menos deixar de registrar algo que esteja acontecendo durante um conflito, mas a forma de como expor essas imagens capturadas devem ser bem pensando para não ferir as éticas jornalísticas. Nos dias de hoje existem muitos jornais sensacionalistas que aprovam e apelam para esse tipo de imagens visando assim uma forma de manter “preso” o seu espectador.

3.3.5 Amadores colaboradores

Os materiais colaborativos enviados de forma voluntária e amadoras não são somente imagens que servem de elemento para composição de uma reportagem, eles podem ultrapassar esse “status” tornando-se até mesmo a notícia mais importante do dia, pode chegar até em um espaço nível nacional. O vídeo para a televisão tem importância singular e, muitas vezes, a notícia deixa de existir por não ter uma imagem para ilustrá-la.

A utilização constante de vídeos amadores nos telejornais marca, para Gomes (2005), uma ruptura na forma de participação da audiência. De acordo com ele, antes dessas utilizações, o cidadão comum contava apenas com três maneiras para participar do noticiário: quando era afetado pelas notícias; quando ele próprio se transformava em notícia; ou então quando a cobertura noticiosa contava com o “povo fala”

A TV deixou de ser apenas um eletrodoméstico e se tornou um aparelho formador de opinião. Para executar o telejornalismo se faz necessária a presença do repórter cinematográfico, sem o trabalho dele não existe o telejornal, sem imagens não existe telejornal. Suas lentes juntamente com um trabalho em equipe de repórteres, editores, produtores etc. produzem uma boa reportagem.

Apesar do trabalho do repórter cinematografia ser essencial para o telejornalismo ele e a equipe de reportagem de uma emissora não conseguem registrar todos os fatos que acontecem na sociedade.

O trabalho do amador se dá no em registrar o momento exato em que um fato acontece, ele capta de forma amadora e voluntária sem aplicar nenhuma técnica o que está acontecendo no momento exato. Esse registro traz o peso necessários para ilustrar com imagens o texto do jornalista.

A diferença do amador para o profissional se dá dessa forma, o amador, voluntário e colaborador registra o factual, ou seja, o momento exato em que o fato está acontecendo em tempo real e sem técnica alguma. O valor de sua imagem é a informação apenas.

Notícias sérias são ocorrências urgentes que têm de ser comunicadas de imediato, porque elas se tornam obsoletas muito rapidamente. Esses itens são verdadeiramente “novos” (...). Notícias de entretenimento (...) são geralmente baseadas em eventos não programados. O repórter ou a empresa de mídia não estão sob nenhuma pressão para publicar a notícia em uma determinada data ou hora – notícias de entretenimento não precisam ser “oportunas” (...) Notícias sérias referem-se à cobertura dos últimos eventos envolvendo os principais líderes, questões importantes ou interrupções significantes nas rotinas da vida diária, como um terremoto ou o desastre com uma companhia aérea. Informações sobre esses eventos são presumivelmente importantes para a capacidade dos cidadãos de entenderem e responderem ao mundo das questões públicas (...). Notícias de entretenimento (...) têm sido descritas (...) como notícias que são normalmente centradas na personalidade, menos ligadas ao momento, mais práticas e mais baseadas em incidentes do que outras notícias (...). Finalmente, notícias de entretenimento têm sido descritas como uma mudança no vocabulário da notícia. Diz-se que as notícias têm se tornado mais pessoais e familiares em sua forma de apresentação e menos distantes e institucionais. (COHEN, 2003, p. 3-4)

Já o profissional é enviado mesmo após o fato já ter sido registrado para capturar com técnica e sensibilidade os rescaldos do acontecimento. O profissional traz além de equipamentos profissionais, a experiência em capturar o que de além o fato ainda pode trazer. Além de, juntamente com o repórter construir um material de reportagem mais completo, somando imagem com o texto.

4 ANÁLISE RETROSPECTIVA 2019 TV RIO SUL

Nesse capítulo irá abordar a análise do programa Retrospectiva 2019 da TV Rio Sul com o intuito de provar que a participação do telespectador como coprodutor da notícia, recebida através de materiais de forma amadora e colaborativa, realmente contribuem para produzir uma reportagem mais completa ou esse registro não faz diferença significativa na produção de material noticioso? Pretende-se buscar o entendimento da importância do telespectador na produção jornalística colaborativa, utilizando os exemplos demonstrados no programa retrospectiva 2019 da TV Rio Sul.

4.1 Telejornalismo regional

A TV é um veículo que fascina os telespectadores. Sendo ela o principal meio de propagação de notícias, sua evolução tecnológica não apenas mudou o aparelho televisor, mas também a forma em como se faz televisão. “No Brasil, nos últimos dez anos é que começamos a perceber, com mais intensidade, esses efeitos e apesar de todas as influencias e mecanismos de convergência, a televisão não deixou de ser televisão.” (SIQUEIRA, 2014, p. 56).

Em todo seu espaço na esfera da comunicação, a televisão se solidificou e estabilizou. Desse modo ela se obriga a estar em constante evolução para não perder sua posição. (SQUIRRA, 2004).

Nos últimos anos, mesmo com a presença das tecnologias rivais, como a TV a cabo, internet, aparelhos de DVD, celulares, dentre outros, a televisão brasileira tem mostrado um grande amadurecimento. A TV é hoje uma das mais evoluídas do mundo, tanto no que diz respeito à infraestrutura quanto no quesito qualidade de conteúdo. (FERNANDES, 2013, p. 6)

Os telejornais fazem parte da vida das pessoas. Para muitas é ainda o único meio de informação sobre sua região e mundo. Esse veículo acaba construindo um espetáculo e um realidade para seu público que só tem esse meio para se informar.

Por causa da globalização relacionada à comunicação, novos procedimentos estão sempre sendo inseridos no cotidiano do profissional da área. Além da qualidade do material, ética, boa informação, tentar ser totalmente imparcial, etc., o jornalista tem que se adequar a era digital, ao telespectador querendo interagir e, de certa forma, participar do programa. Não podemos negar que a interação existe, porém é limitada no telejornalismo. É mais um efeito de participação do que uma “participação”, propriamente dita, em função do papel de mediação jornalística. (SIQUEIRA, 2014, p. 56)

O telejornalismo regional possui suas próprias características. De acordo com Fernandes (2013), ele representa o que há de único entre moradores de uma região, porém, mostrando o que é noticioso e que acontece no país também. A essência sempre será local, as notícias do telejornal regional englobam interesses gerais abordando assuntos factuais a partir de um olhar regional.

No universo televisivo, é possível observar a necessidade de estabelecer uma identidade com o público. E a regionalização é um caminho para isso, uma vez que mesmo tendo notícias em nível global, as pessoas necessitam de informações que estão próximas da sua realidade, ou seja, elas precisam ter notícias sobre o que está acontecendo no ambiente em que vivem, no bairro em que moram. (FERNANDES, 2013, p. 18)

A identidade regional se torna o principal fator para diferenciar o telejornal regional do telejornal nacional. Por isso, o jornalismo necessita estar em constante evolução e inovação para melhorar sua qualidade de informação e elaboração da notícia “a relação entre jornalistas e telespectadores é significativa para a produção de telejornais de qualidade, uma vez que há uma interação comprometida com a cidadania”. (FERNANDES, 2013, p. 24).

O telespectador participa, sugere pauta, envia materiais colaborativos etc., e isso é bem útil na elaboração de um telejornal regional, afinal ninguém melhor que o próprio cidadão para identificar os problemas do cotidiano.

O telejornalismo regional é uma área pouco conhecida pelos brasileiros. É nele que as notícias sobre o dia a dia da população são apresentadas, tornando informação mais próxima de quem assiste preservando a identidade local e da comunidade. Nesse contexto, o público tem a oportunidade de ver sua rotina na TV e de conseguir, talvez, uma possível explicação para suas indagações ou se sentir mais próximo de seus direitos. (FERNANDES, 2013, p. 21)

Ainda segundo Fernandes (2013), a TV é o meio de comunicação mais acessado pelo cidadão. Isso faz com que o telejornalismo esteja em constante evolução e inovação, na busca de melhorar sua qualidade na formação e elaboração da notícia.

4.2 TV Rio Sul

A TV Rio Sul é uma emissora de televisão fluminense, sua sede situada na cidade de Resende interior do estado do Rio de Janeiro. Deu início a seus trabalhos no dia 01 de dezembro de 1990, e completa 30 anos em 2020. Têm as 24 cidades do Sul do estado em sua área de cobertura, de acordo com a direção da emissora.

Cinco anos após inaugurada se expandiu, abrindo uma sucursal na cidade de Volta Redonda, Rio de Janeiro, funcionando como escritório comercial e jornalístico sendo contemplada com um estúdio. Mais cinco anos se passaram e a cidade de Angra dos Reis foi o lugar onde a TV Rio Sul instalou sua terceira sucursal que cobre toda a área litorânea do sul do estado. Em 2009 Três Rios também recebe uma base da emissora fechando assim, além da sede, mais 3 sucursais.

A TV Rio Sul é uma emissora afiliada ao grupo Globo, ela tem uma programação variada desde conteúdos jornalísticos a entretenimentos locais chegando a níveis nacional e internacional com transmissão através da Globo Internacional.

Sua programação está constituída, até o presente momento, de acordo com o guia de programação, desta forma: “Rj 1”, “Rj 2”, sendo os dois os principais produtos jornalísticos da emissora, ambos são transmitidos ao vivo pela emissora e também pela internet através do seu portal de notícias na internet o G1.globo.com, de segunda a sábado, além deles outro produtos jornalísticos que estão na sua grade no formato de temporadas: Sala de Visita, Empreender, Rio Sul.doc e a Retrospectiva, programa objeto de estudo desse trabalho. Esses são os programas de caráter jornalístico exibidos pela emissora.

Além dos programas jornalísticos a TV Rio Sul contém programas de entretenimento, são eles: Plugue, Alto Falante, Bora Lá, Sabores daqui e Revista.

Todos esses produtos da emissora servem como geradores de conteúdos para o programa Retrospectiva, exibido todo fim de ano pela TV, relembrando todos os fatos que viraram notícias nos seus programas ao longo do ano.

4.3 O programa Retrospectiva 2019

Apresentaremos as análises realizadas nas observações do programa Retrospectiva 2019 da TV Rio Sul, o tempo médio de cada material colaborativo enviado pelos telespectadores de forma amadora e voluntária e a quantidade de materiais utilizados nas reportagens, afim de contribuir para os produtos transmitidos pela emissora. Para atribuição de veracidade ao presente estudo, foi realizado uma apuração quanto as considerações do Sr. Wandel Garcia, Jornalista e Diretor da Emissora em questão, profissional este que se fez presente a frente do programa explorado neste estudo, o tema abordado com o mesmo foi desde a apuração e checagem do material recebido, até sua exibição.

O objeto utilizado neste trabalho foi um programa de televisão, onde o referido teve um tempo total de exibição de 59 minutos e 47 segundos, e fora analisado na íntegra. A Retrospectiva 2019 da TV Rio Sul contou com a apresentação do jornalista Sr Diego Gavassi juntamente com a jornalista Sra Kenia Pinheiro, e sua transmissão ocorreu as 14:00 hrs no dia 28 de Dezembro de 2019.

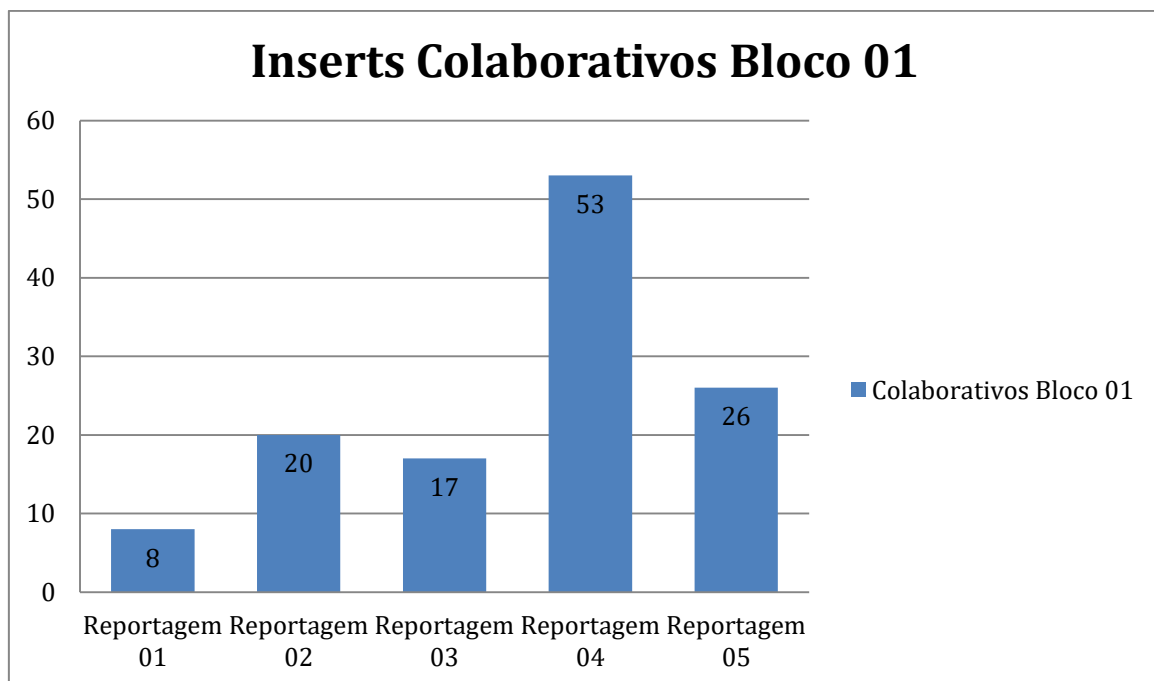
O programa obteve um total de quatro blocos, tendo o primeiro bloco um tempo total de 20 minutos e 52 segundos, o segundo bloco contou com 12 minutos e 47 segundos de exibição, o terceiro bloco foi de 13 minutos e 16 segundos e o quarto e último bloco ficou no ar por 12 minutos e 28 segundos. Dentro de cada um dos referidos blocos foi observado todo tipo de participação do telespectador, através dos possíveis formatos de material colaborativo, sendo eles, fotografias, vídeos, capturas de telas, imagens de câmeras de segurança e áudios via aplicativo WhatsApp. Para a realização da análise, foram contabilizados um total de 184 inserções de materiais colaborativos dentro dos 59 minutos e 47 segundos de

exibição do programa, tendo em média cada inserte examinado 10 segundos de duração.

Segundo o diretor Wandel Garcia, o programa Retrospectiva foi construído ao longo de todo ano de 2019 por uma equipe vigente de editores da casa. Durante os meses do ano em questão o editor de texto tem por responsabilidade filtrar as notícias com maior relevância para uma possível exibição no programa. “Possível exibição pelo fato do programar ter um tempo pré-estabelecido, como precisamos cumprir fielmente o tempo disponibilizado algumas notícias podem não ser exibidas por terem outras notícias mais relevantes”, destaca o diretor.

A análise terá início pelo bloco 01, onde serão examinados, quantificados e qualificados os materiais inseridos neste primeiro bloco, sendo dividido por reportagens. Conforme apresentado no gráfico abaixo:

Gráfico 01: Inserções de materiais colaborativos do bloco 01

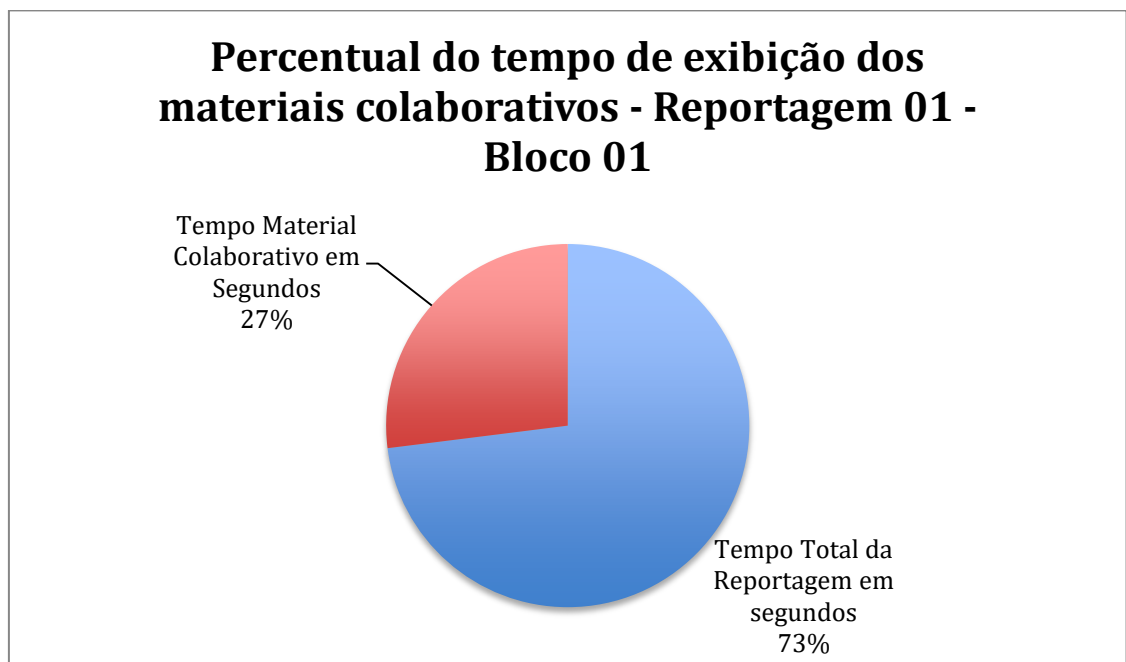


Fonte: O autor

O seguinte gráfico refere-se ao primeiro bloco do programa Retrospectiva 2019, onde foram analisados os 20 minutos e 52 segundos em que o bloco obteve de exibição. Acima foram ressaltadas as cinco reportagens que compuseram o primeiro bloco, cada uma delas abordou um tema distinto, sendo a primeira

reportagem sobre “ Violência em Angra dos Reis”. Nesta matéria foram observados materiais como fotografias, vídeos e áudios de aplicativo via WhatsApp onde retratam momentos em que uma equipe da TV não consegue mostrar no momento exato do fato. Tais cenas registradas em meio a operações policiais seguidas de tiroteios, tal ambiente se torna inseguro a TV colocar seus funcionários em risco. Com os registros capturados pelos moradores que vivenciaram o fato, foi evidente e notório que o programa conseguiu transmitir por meio da reportagem o drama em que moradores passaram naquele momento. As cenas impactantes obtiveram lugar na abertura do programa. Ao todo foram analisadas 8 inserções de materiais colaborativos, entre eles, vídeos ou áudios de aproximadamente 10 segundos cada. A reportagem completa e examinada na íntegra com um tempo total de 1 minuto e 32 segundos, utilizou 34 segundos no tempo total de materiais colaborativos, como mostra o gráfico abaixo.

Gráfico 02: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 01 - Bloco 01

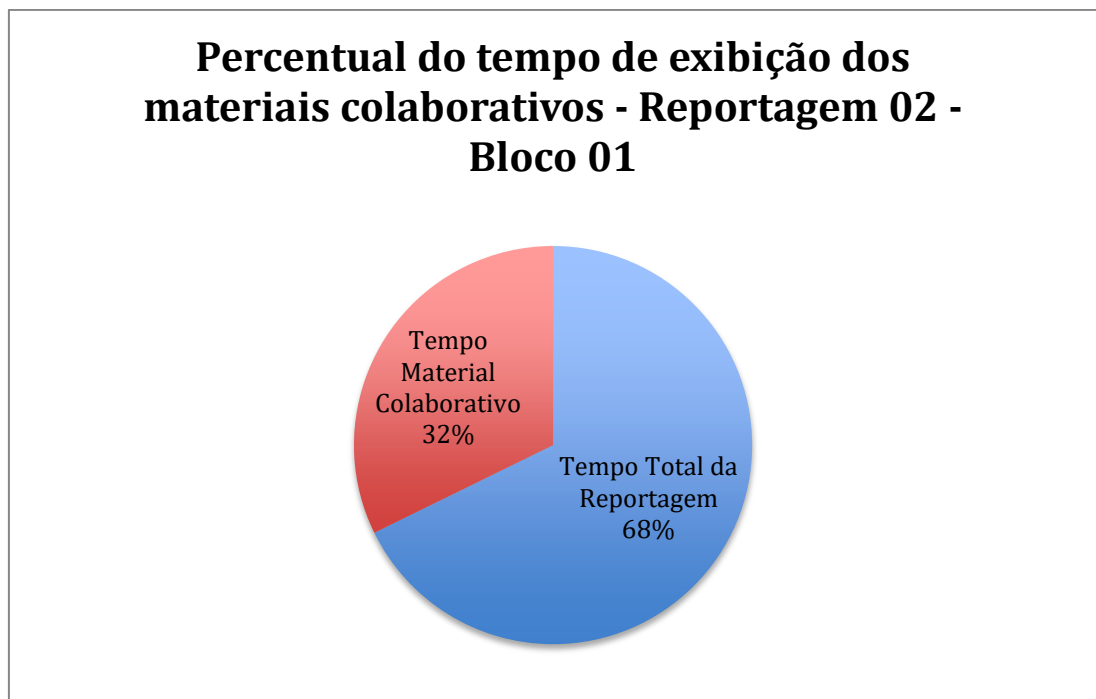


Fonte: O autor

.O gráfico acima refere-se ao percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos na reportagem 01, nota-se que os matérias colaborativos inseridos na matéria representa 27% do tempo total da reportagem. Onde mostra a importância desses materiais para o fechamento da reportagem 01, uma vez que como já citado, se torna arriscado colocar um equipe de reportagem em meio um cenário como este.

A reportagem 02, o tema principal foi o trânsito. Foram exibidos na segunda reportagem um total de 20 inserções de materiais colaborativos dentre eles fotografias e vídeos enviados por telespectadores de maneira amadora. O tempo total da reportagem foi de 3 minutos e 30 segundos e o tempo em que os materiais colaborativos estiveram no ar foi de 1 minutos e 40 segundos. De acordo com o gráfico abaixo obtivemos os seguintes resultados.

Gráfico 03: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 02 - Bloco 01

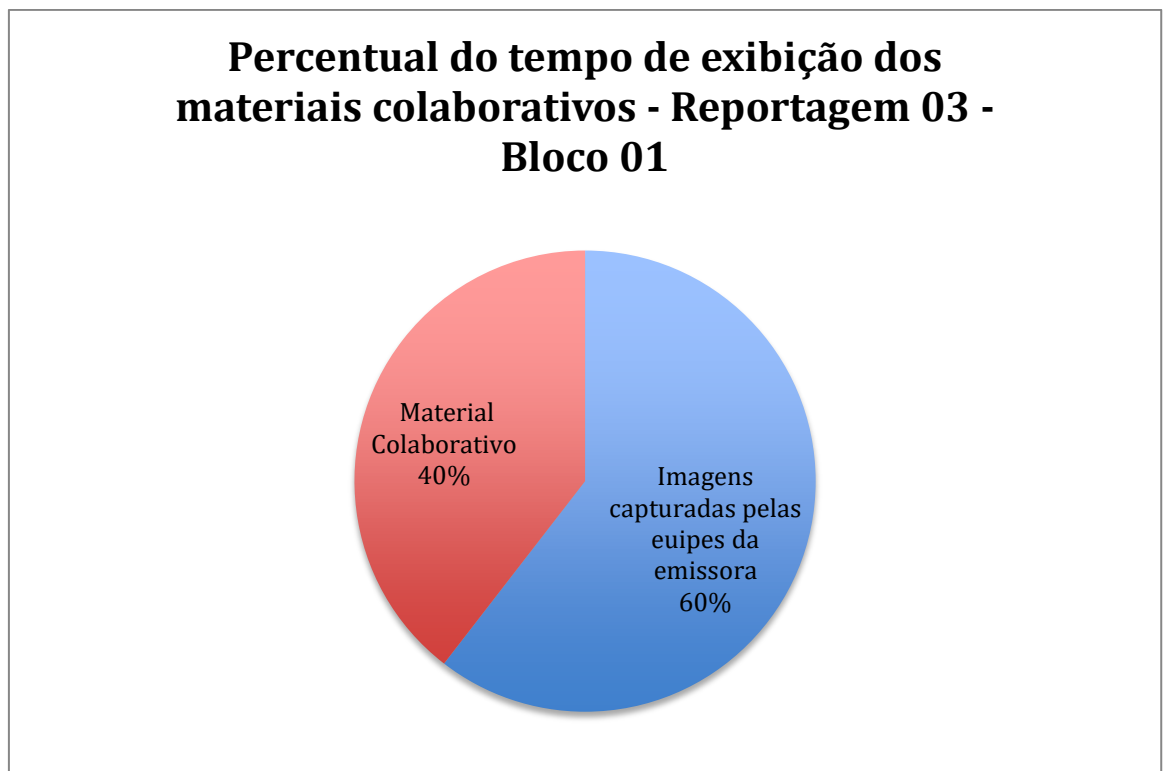


Fonte: O autor

Examinando o gráfico acima, notamos que 32% do tempo total da reportagem foram destinados aos materiais colaborativos. Dentre essas 20 inserções, um vídeo apresentou para o telespectador um momento heroico, um motorista em uma rodovia federal, a via Dutra, principal ligação entre os estados do Rio e São Paulo, ao ver uma carreta pegando fogo dirigiu-se até o veículo em chamas e retirou o condutor da carreta que por pouco seria atingido pelo fogo. Portanto, se torna evidente, mais uma vez, a importância desse material colaborativo recebido para a construção da notícia, uma vez que não é possível uma equipe de reportagem prevê esse tipo de acontecimento. A imagem traz consigo informações que complementam o texto e ilustram o factual, dando dimensão para o telespectador do acontecimento.

Violência foi o tema do reportagem 03. Um total de 17 inserções de materiais colaborativos foram utilizados nessa reportagem. Ao todo a reportagem 03 obteve um tempo total de 2 minutos e 33 segundos e o tempo em que os materiais colaborativos foram exibidos foi de 1 minutos e 40 segundos como mostra o gráfico abaixo, o tempo dos materiais colaborativos representam 40% do tempo total da reportagem.

Gráfico 04: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 03 - Bloco 01



Fonte: O autor

Fotografias de vítimas feridas por agressores, trouxeram para reportagem um “peso” para ilustrar o tema abordado, no qual sem tais fotos o telespectador possivelmente não teria a noção de como teriam sido tais agressões, ou a identidade dos agressores. As imagens feitas por profissionais retrataram o que aconteceu depois do factual, no qual as vítimas forneceram entrevistas sem se identificarem.

Outras imagens utilizadas na reportagem foram de fachadas de delegacia para ilustrarem o texto da matéria onde dizia que os casos foram registrados. Nesta reportagem 03 os materiais colaborativos apresentaram quase a metade do tempo

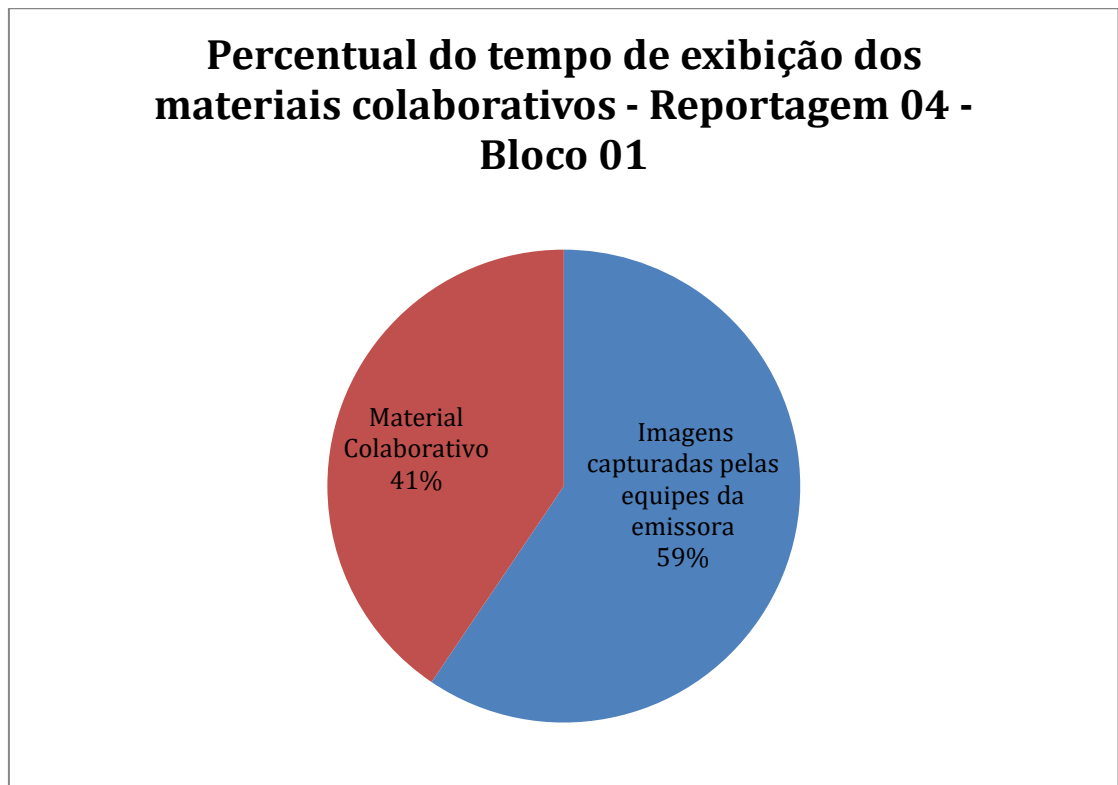
total da matéria, tal reportagem possivelmente não teria ganhado espaço se não fosse o envio de materiais colaborativos para ilustrarem os fatos.

Na reportagem 04 foi verificado o maior número de inserções de materiais colaborativos em uma reportagem no bloco 01 do programa e nesta reportagem também foi observado o maior número de inserções de materiais colaborativos em todo o programa, um total de 53 vídeos, fotografias, flagrantes dos fenômenos naturais, por meio de vídeos, imagens de chuva, ruas inundadas, cabeças d'água em cachoeiras, deslizamentos, incêndios, etc., Tais lugares inseguros que dificultam a chegada de uma equipe de imprensa profissional por condições naturais. Nesta matéria foram veiculados vídeos colaborativos de 8 cidades diferentes, Angra dos Reis, Volta Redonda, Vassouras, Sapucaia, Valença, Barra Mansa, Paraíba do Sul e Resende, eventos naturais provenientes da mesma época, e com o número de equipes de reportagem reduzidos na emissora, seria inviável para a emissora colocar equipes em todas as cidades de sua área de cobertura para cobrir tais eventos imprevisíveis como os fenômenos naturais, onde tornou-se essencial as imagens colaborativas para a ilustração da matéria. Televisão é imagem, sem a imagem a TV se transforma em um rádio disfarçado.

Na televisão, uma coisa chamada imagem tem absoluta primazia. Sem imagem, a televisão não passa de um rádio disfarçado. Repórteres de veículos impressos precisam, para trabalhar na TV, ter consciência de que imagem é informação. (BITTENCOURT, 2002, p. 117)

No gráfico abaixo, temos o percentual de tempo dos materiais colaborativos pelo tempo em que os materiais colaborativos estiveram no ar e obtivemos os seguintes resultados.:

Gráfico 05: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 04 - Bloco 01



Fonte: O autor

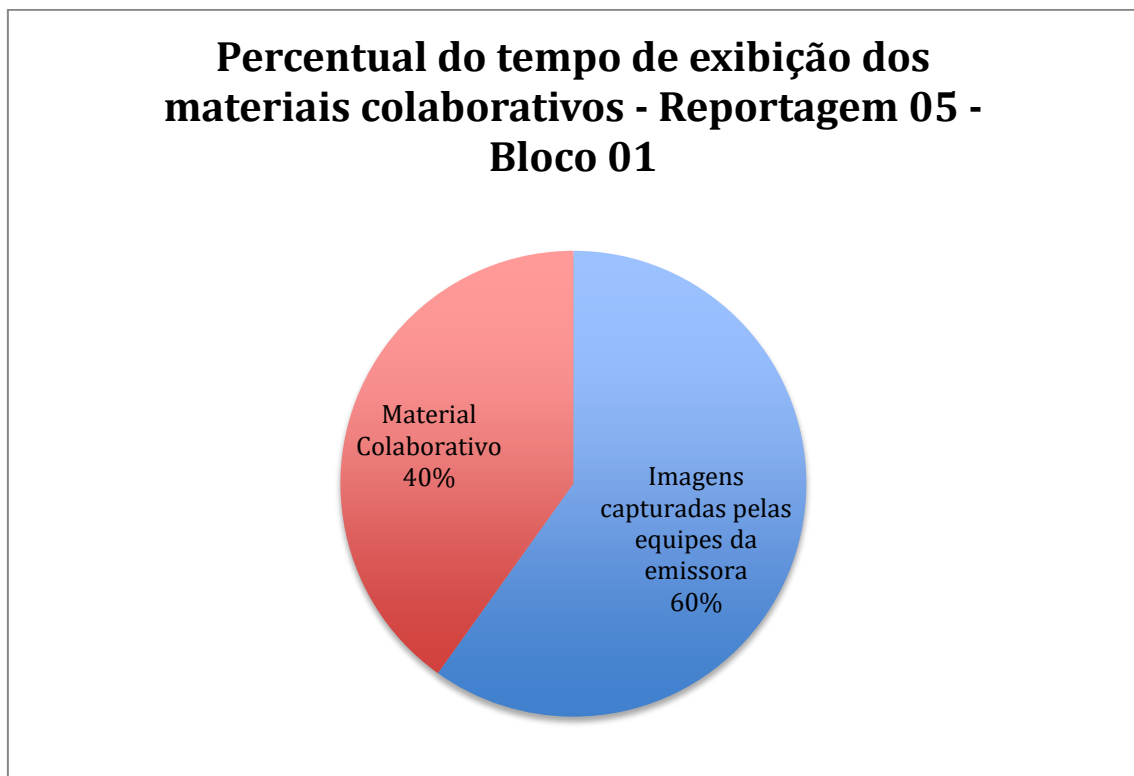
Observamos que os matérias colaborativos preencheu 41% do tempo total da reportagem 04, quase a metade do tempo da matéria foi destinada aos colaboradores. Dos 5 minutos e 02 segundo do tempo total da reportagem, 3 minutos e 26 segundos foi ocupado por materiais colaborativos. O maior numero de materiais colaborativos enviados pelos telespectadores da emissora para a exibição no programa foram de fenômenos naturais e foi evidenciado nesta reportagem.

“As facilidades da transmissão via internet e de envios de fotos e imagens, captadas por jornalistas ou não, dos mais diferentes locais e diretamente dos pontos onde os fatos estão transcorrendo.” (SIQUEIRA, 2014, p. 53)

Tais fenômenos naturais são imprevisíveis, podem acontecer de repente e com a colaboração enviada pelos telespectadores a emissora obteve resultados positivos com a ilustração destes tais acontecimentos. Transmitindo para o público o momento exato em que o fato estava acontecendo e trazendo por meio destas imagens informação.

A reportagem 05 foi a última matéria do bloco 01, ao longo de toda exibição foram 26 inserções de materiais colaborativos, em um tempo total da matéria de 05 minutos e 3 segundos, o tempo em que os materiais colaborativos estiveram no ar durante a exibição da reportagem foi de 03 minutos e 23 segundos, o gráfico abaixo no mostra os seguintes resultados.:

Gráfico 06: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 05 - Bloco 01

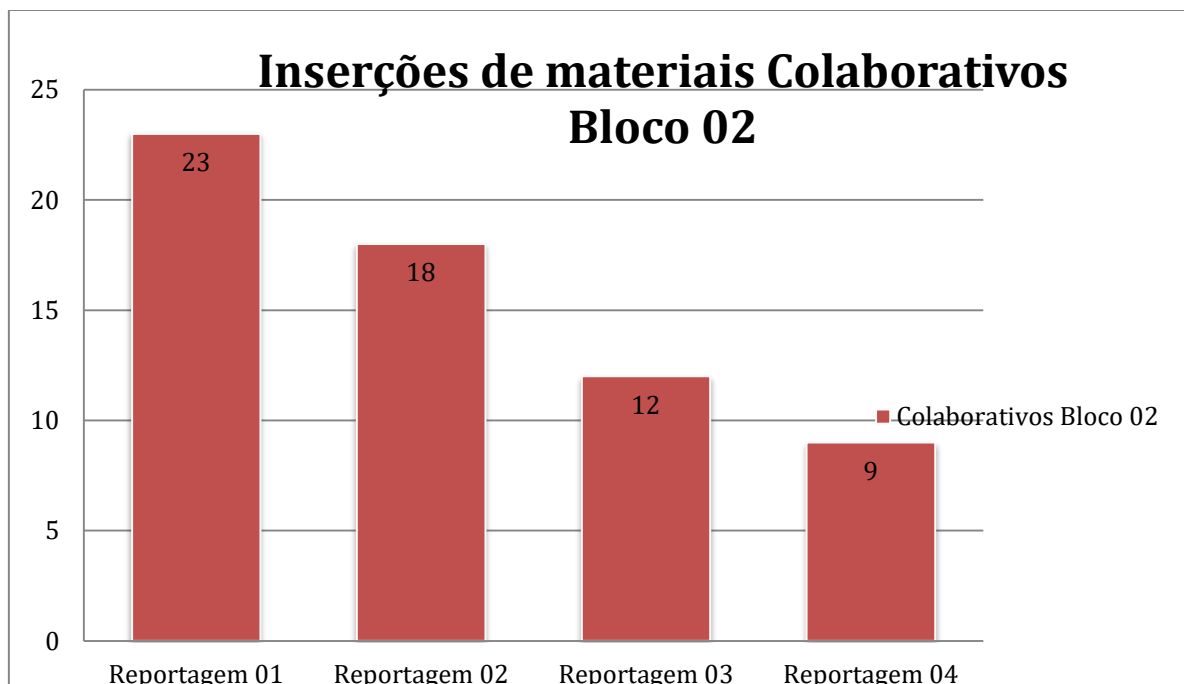


Fonte: O autor

No gráfico observamos que 40 % no tempo total da reportagem foram utilizados materiais colaborativos, o outros 60 % foram imagens e entrevistas feitas pelas equipes de reportagem da emissora. O tema abordado na reportagem foram os animais. Sabemos que os animais são irracionais e não tomam ações quando nos, humanos, desejamos. Onde se torna difícil a captura de imagens em determinados momentos. Mesmo assim o tempo de imagens capturadas pelas equipes da emissora é maior, dado as circunstâncias de que existe as entrevistas gravadas que exploram grande parte do tempo destinada a matéria.

Examinaremos abaixo a segunda parte do programa Retrospectiva 2019, o bloco 02. Onde serão analisados, quantificados e qualificados os materiais inseridos nesta segunda etapa, sendo dividido por reportagens. Conforme apresentado no gráfico abaixo:

Gráfico 07: Inserções dos materiais colaborativos do bloco 02

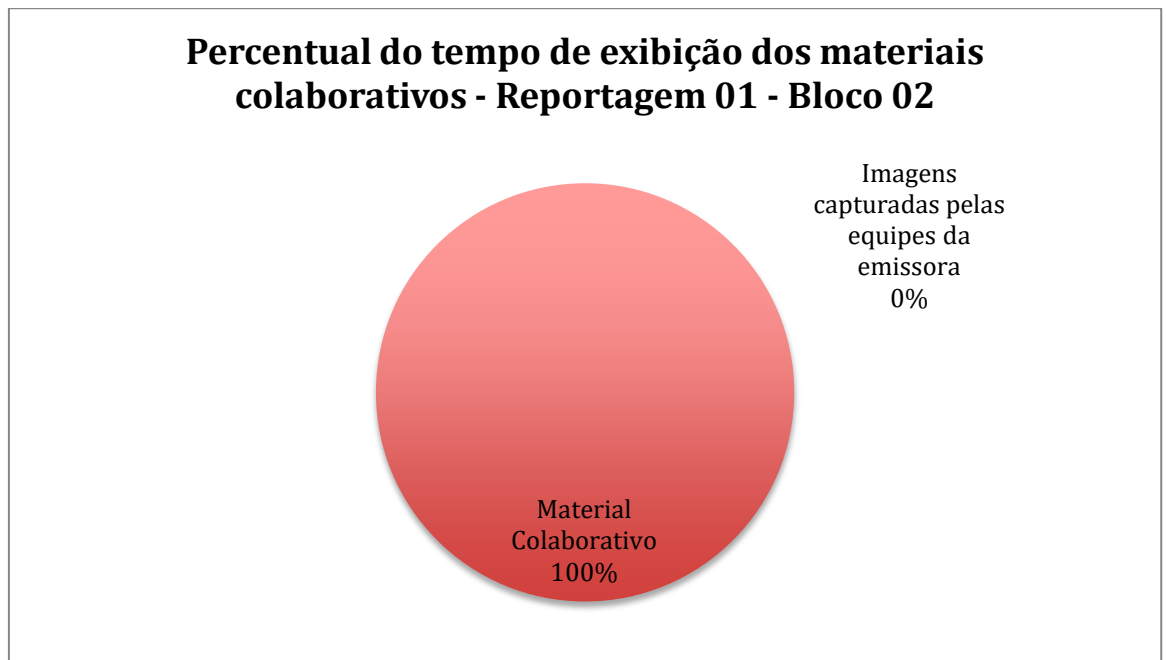


Fonte: O autor

O seguinte gráfico refere-se ao segundo bloco do programa Retrospectiva 2019, onde foram analisados os 13 minutos e 16 segundos em que o bloco obteve de exibição. Acima foram ressaltadas as quatro reportagens que compuseram o segundo bloco, cada uma delas abordou um tema distinto.

Na reportagem 01 foi examinado um tempo total de 01 minuto e nove segundos completamente destinados aos colaboradores. Foi a única reportagem do programa onde toda a matéria foi construída por materiais colaborativos, foram 23 inserções de materiais colaborativos foram utilizados na edição dessa reportagem imagens enviadas por telespectadores de forma amadora e voluntaria. Como apresenta o gráfico abaixo.:

Gráfico 08: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 01 - Bloco 02

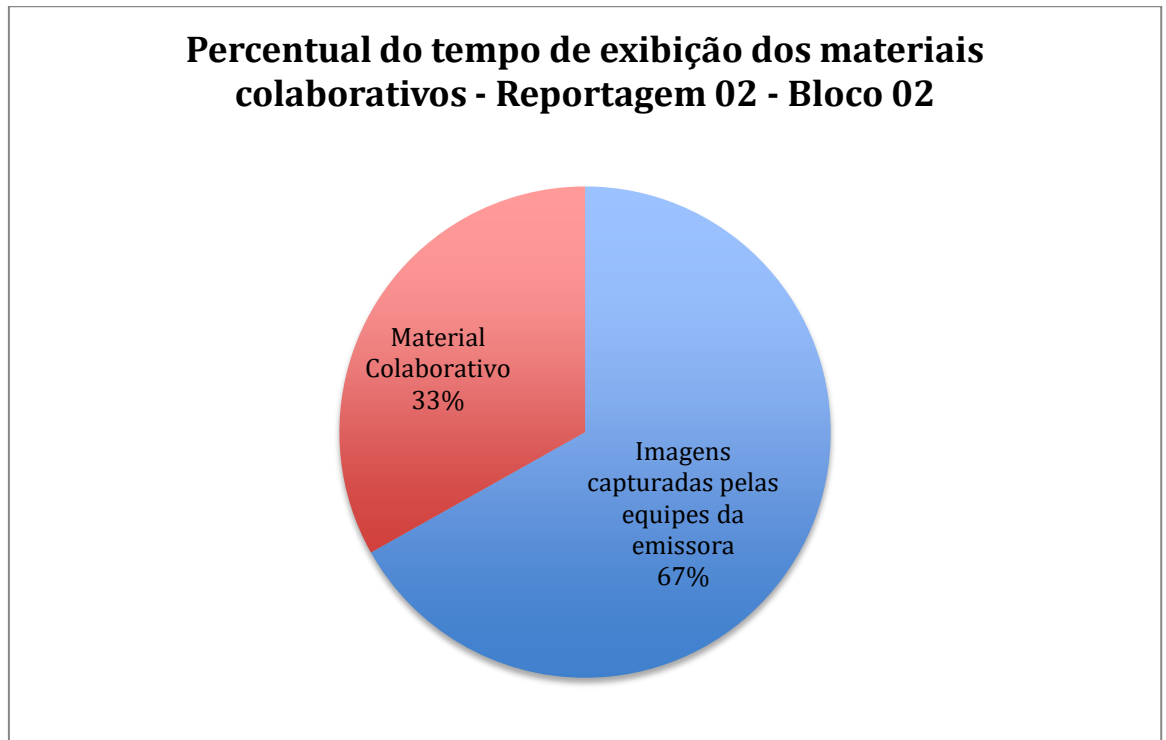


Fonte: O autor

A reportagem 01 do programa retrospectiva 2019 evidencia a prova de que os materiais recebidos de forma colaborativa, sim, contribuem para construir uma reportagem mais completa. Segundo os apresentadores do programa, os olhares atentos dos telespectadores ajudaram a TV Rio Sul estar presente as 24 cidades de sua área de cobertura. Assim, foi dedicado a abertura do segundo bloco do programa uma reportagem onde 100% do material utilizado foi colaborativo.

Já na reportagem 02, 18 inserções de materiais colaborativos foram utilizadas. O tema abordado desta reportagem foi as operações policiais e assassinatos. A matéria obteve um tempo total de 04 minutos e 06 segundos, onde o tempo dos materiais colaborativos exibidos no ar foi de 02 minutos e 02 segundos e obteve o seguinte percentual.:

Gráfico 09: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 02 - Bloco 02



Fonte: O autor

O gráfico acima nos apresenta os seguintes resultados, 33% do tempo total da reportagem foram exibidos os materiais colaborativos e 67% foram de imagens capturadas pelas equipes de profissionais da emissora.

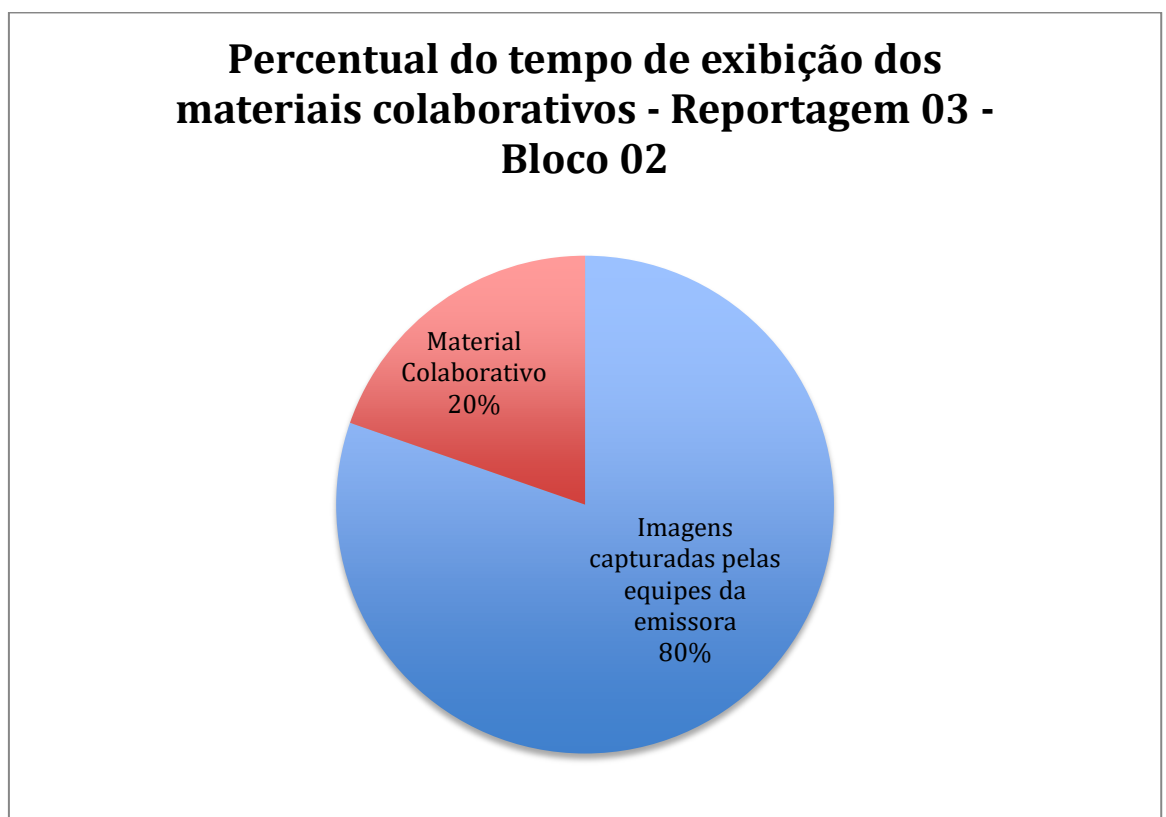
Se tornaria menos dificultoso para os agentes policiais se todos os crimes fossem registrados por equipes de profissionais de imprensa, contudo, isso não é uma realidade. A participação do público com o envio de materiais colaborativos ajudou, como destacou a reportagem o trabalho da policia que conseguiu identificar suspeitos por meio destes. Portanto, o programa obteve um resultado positivo ao ilustrar a matéria onde o nível de periculosidade dos lugares abordados é alto. Além de, conseguir mostrar as vitimas de assassinatos como o tema da reportagem abordou.

Apos a divulgação os telespectadores, podem contribuir, se desejado, com o trabalho das investigações denunciando por meio de disque denuncias. Nesta reportagem, foi exibida uma prisão feita em uma cidade distante da área de cobertura da TV Rio Sul, os agentes policia capturararam os suspeitos que mataram uma mulher em uma cidade da sua área de cobertura. Como a emissora havia dado

a notícia da morte da senhora, com o apoio do material colaborativo a imagem da prisão enviada para TV, a própria obteve a oportunidade de atualizar o caso.

A reportagem 03 abordou o tema política e políticos, um total de 12 inserções de materiais colaborativos foram utilizadas nesta reportagem. A mesma possui um tempo total de 04 minutos e 50 segundos de duração, o tempo em que os materiais colaborativos ficaram no ar foi de 01 minuto e 11 segundos, portanto o gráfico abaixo nos apresenta os seguintes resultados em porcentagem.:

Gráfico 10: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 03 - Bloco 02



Fonte: O autor

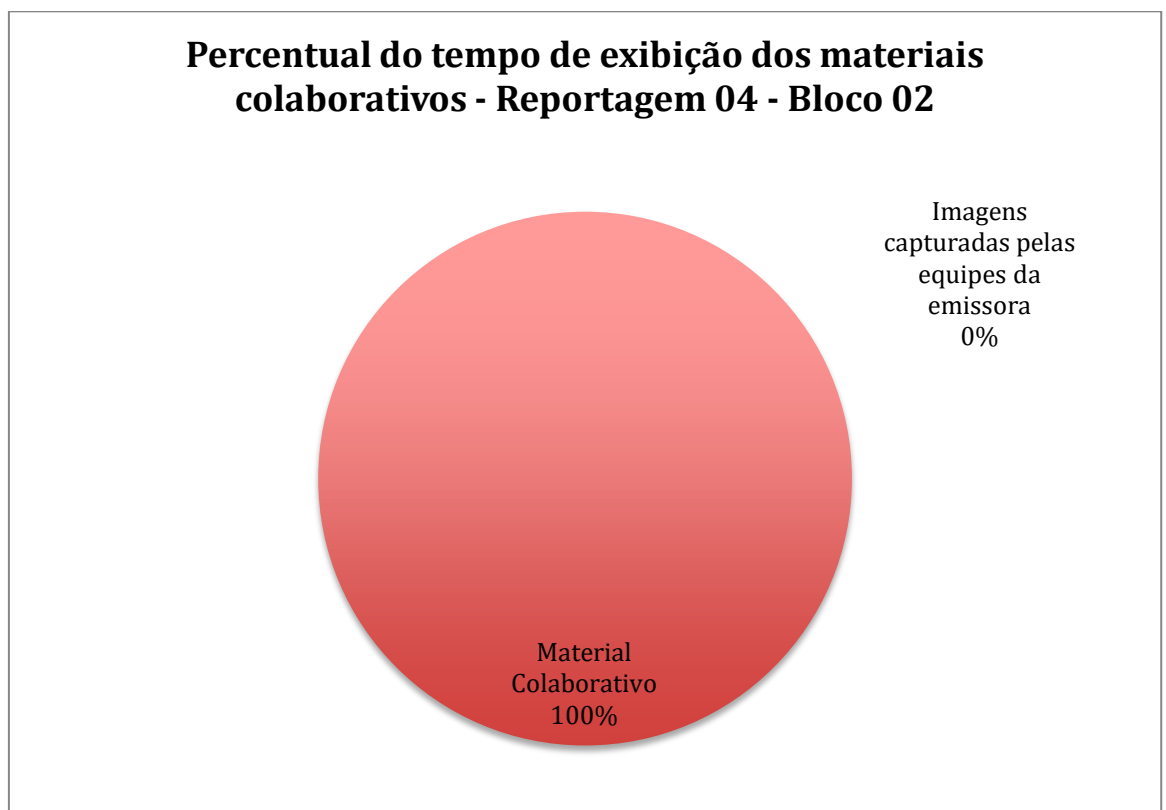
O seguinte gráfico refere-se a porcentagem da utilização dos materiais colaborativos pelo tempo total da reportagem, observamos que 20% do tempo total foi utilizado pelos materiais colaborativos e os 80% capturados pelas equipes da emissora.

Materiais colaborativos que mostraram com clareza figuras políticas que passaram pela região sul do estado do Rio de Janeiro ao longo do ano referido neste trabalho. Tais materiais colaborativos registrados pelas próprias figuras políticas, que apresentaram ângulos em que uma equipe de profissionais da

emissora não conseguiria registrar, como por exemplo um sobrevoo no helicóptero da polícia civil com governador do estado do Rio de Janeiro juntamente com o prefeito da cidade de Angra dos Reis, afim de abaterem e identificarem áreas utilizadas pelo crime organizado para a pratica de trafico de drogas na cidade, outros flagrantes de amadores também foram utilizados que seria o “olhar do morador” sob todo esse acontecimento.

A próxima análise será a última reportagem do segundo bloco, nela os idealizadores do programa separaram um espaço de 01 minuto e 35 segundo para homenagear pessoas que morreram no ano de 2019, um total de nove fotografias foram utilizadas na edição desta reportagem, todas as imagens utilizadas foram colaborativas. Assim, o gráfico abaixo no apresenta os resultados:

Gráfico 11: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 04 - Bloco 02



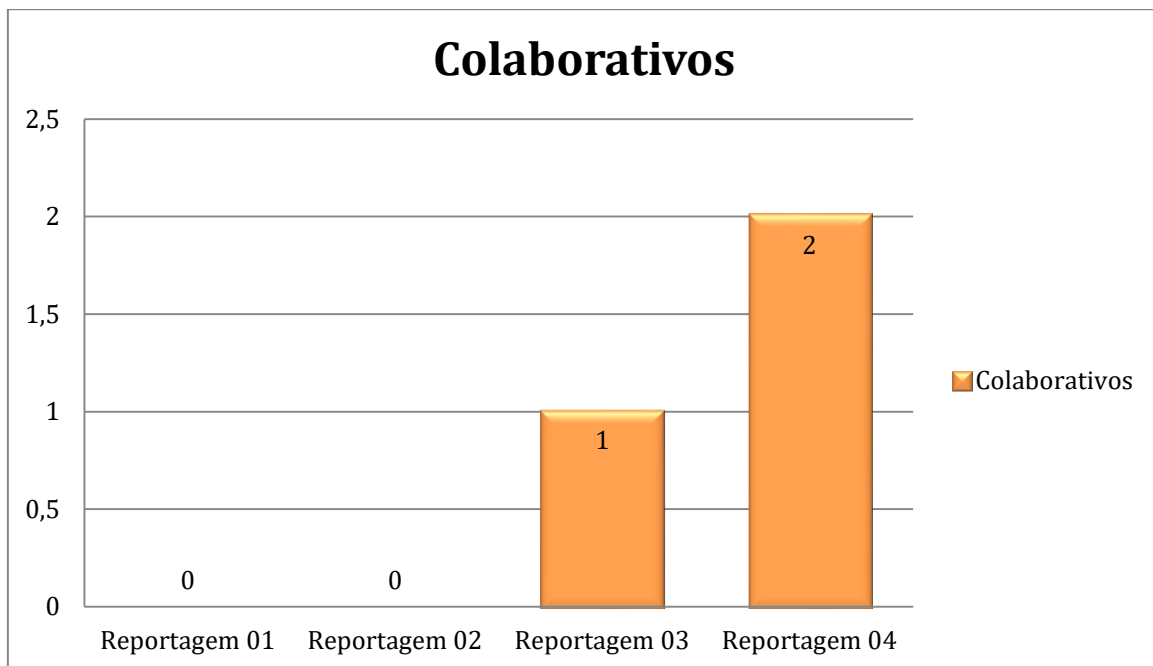
Fonte: O autor

O seguinte gráfico refere-se a porcentagem da utilização dos materiais colaborativos pelo tempo total da reportagem, portando constatamos que 100% da matéria foi constituída por materiais colaborativos sem nenhuma utilização de imagens feitas pela equipe de profissionais da emissora. Sem as referidas imagens

colaborativas possivelmente não haveria reportagem, seria apenas uma nota sem imagem para cobrir a matéria. Seria somente o apresentador falando no estúdio uma nota “seca”.

A análise a seguir refere-se ao bloco 03 do programa Retrospectiva 2019. O tempo total do referido foi de 12 minutos e 47 segundos, onde serão examinados na íntegra. O gráfico abaixo nos apresenta os seguintes resultados referentes a quantidade de inserções de materiais colaborativos utilizados, divididos por reportagens ao todo a terceira parte do programa obteve 4 reportagens.

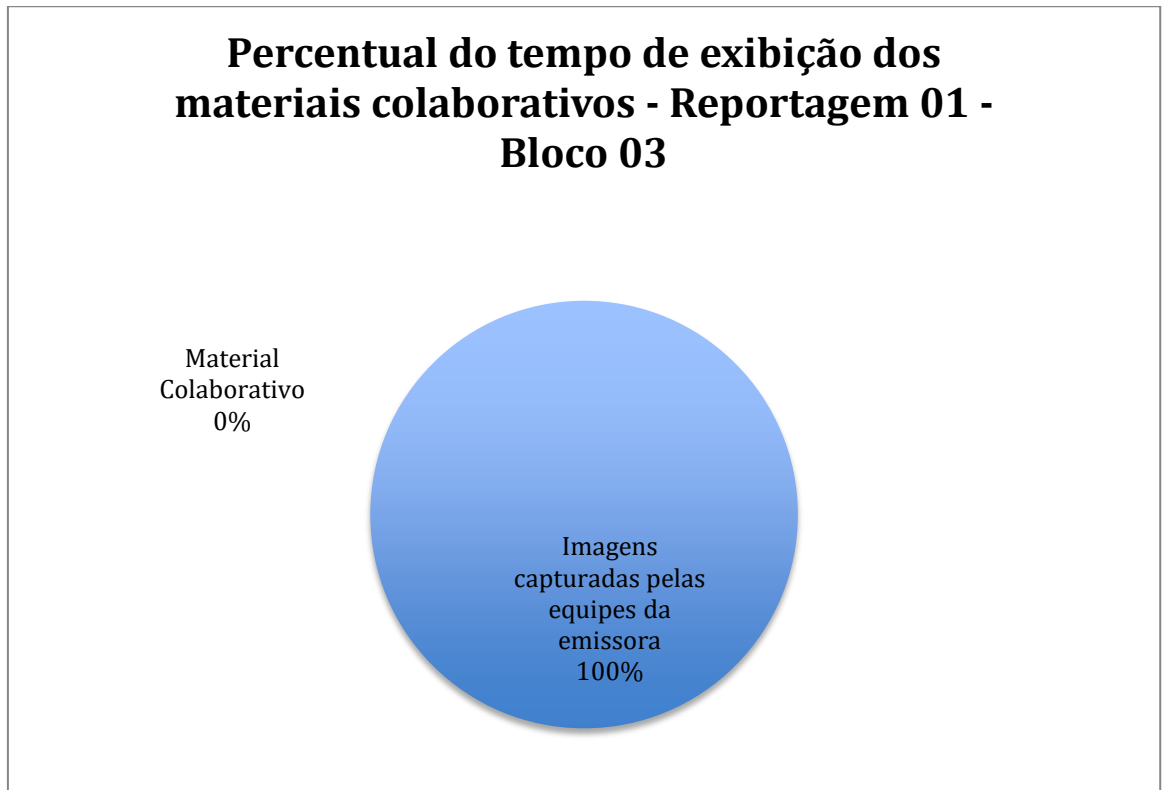
Gráfico 12: Inserções de materiais colaborativos do bloco 03



Fonte: O autor

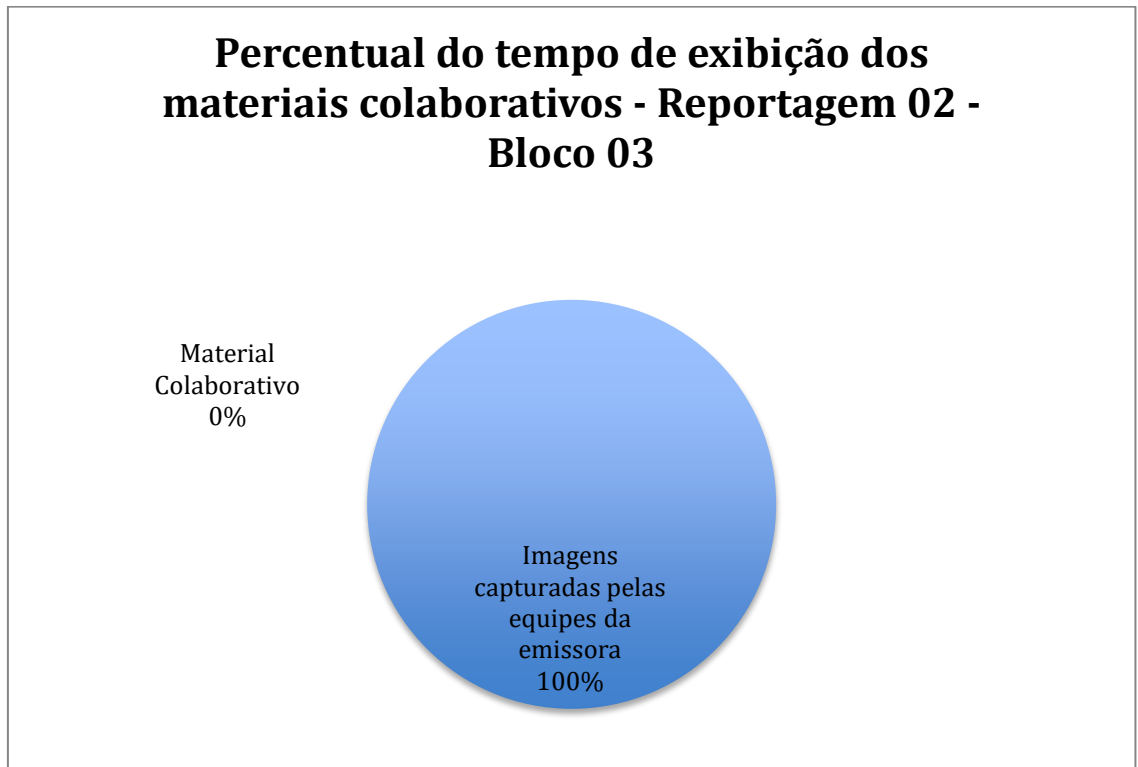
Nas reportagens 01 e 02 nenhum conteúdo colaborativo foi utilizado. Nelas foram abordados temas mais leves, contando histórias de personagens atuais. Nenhum factual ou imagens antigas, de arquivos da emissora foram utilizadas. Como confirma os gráficos abaixo.:

Gráfico 13: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 01 - Bloco 03



Fonte: O autor

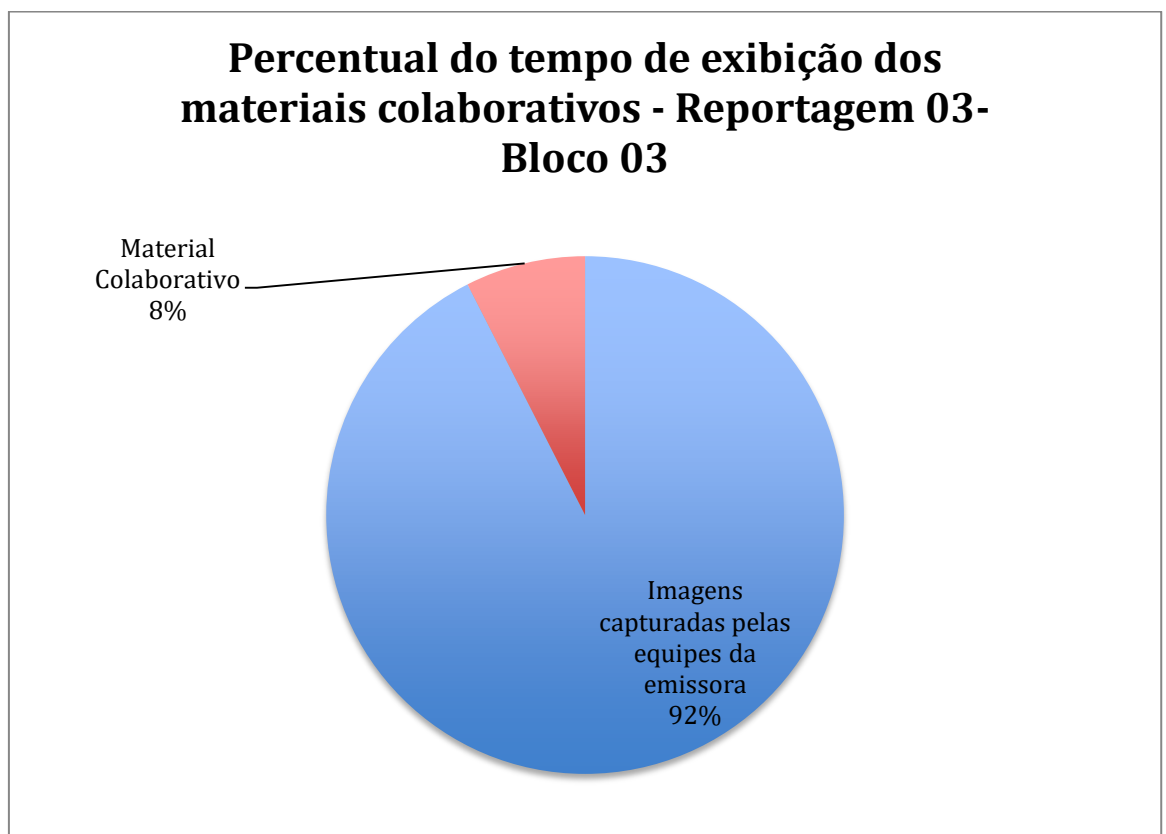
Gráfico 14: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 02 - Bloco 03



Fonte: O autor

Contudo a reportagem 03, onde o tema abordado foi a história de uma mulher que ganhou um concurso internacional de miss plussize. Todavia a emissora não possui nenhum correspondente internacional, para obter um resultado positivo para ilustrar a fala da personagem da matéria, foi utilizando um vídeo feito de forma amadora e enviada de maneira colaborativa. Foram apenas 15 segundos de exibição onde o vídeo foi destaque na matéria pois ele mostra o momento exato da anúncio de quem ganhou o concurso. E assim acaba mostrando a reação da participante ao receber o prêmio. Essencial para complementar a reportagem, deixando-a mais completa. Como o gráfico abaixo apresenta nos resultado.:

Gráfico 15: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 03 - Bloco 03



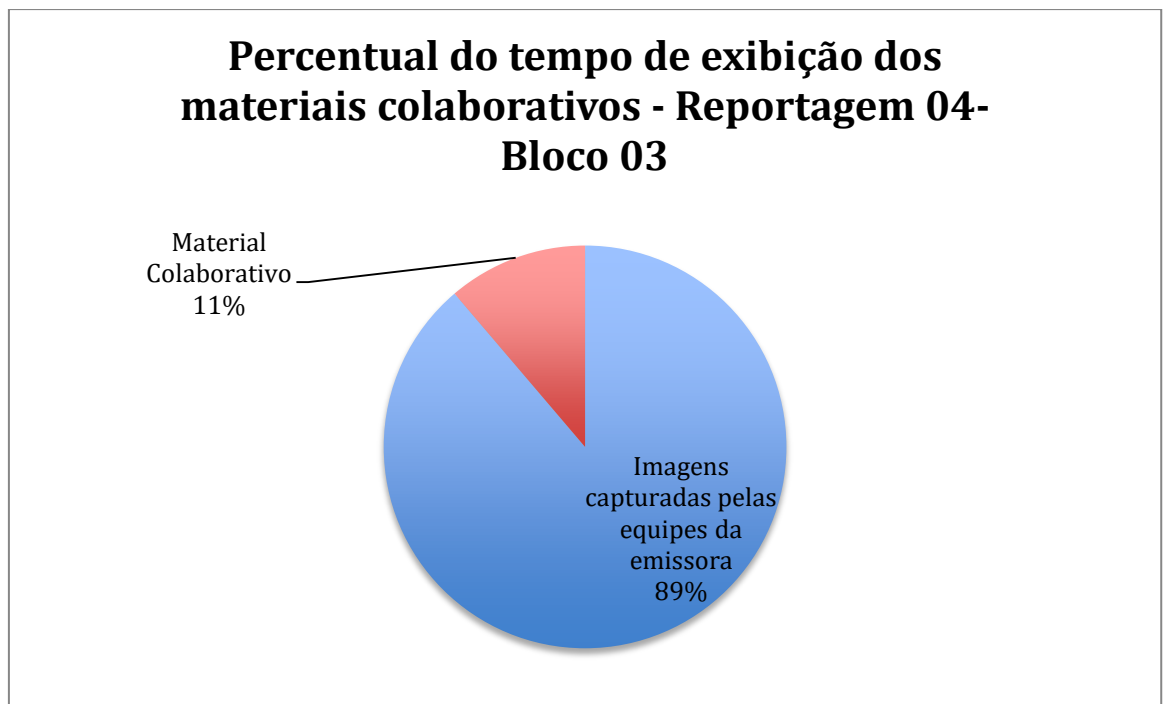
Fonte: O autor

No gráfico acima apresenta que apenas 8% da utilização do material colaborativo durante a exibição da reportagem, porem foram os 15 segundos onde apresentou o momento exato ápice da notícia, os outros 92% foram imagens registradas pela equipe da TV.

A reportagem 04, nos apresentou para análise uma homenagem ao um personagem virtual que a emissora TV Rio Sul criou, o chamado “Zé do bairro”. O

quadro exibe problemas em que uma comunidade esta enfrentando com o objetivo de ajuda-los. Tais problemas não são factuais, eles estão na comunidade ha algum tempo e a comunidade não consegue resolve-los sozinhos. Não existe nesse quadro mateira factuais. Porem, ainda apresentou nos exames duas inserções de materiais colaborativos, preenchendo um tempo de 22 segundo de exibição no tempo total da matéria de 1 minutos e 54 segundos. O gráfico abaixo nos da os seguintes resultados.:

Gráfico 16: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 04 - Bloco 03

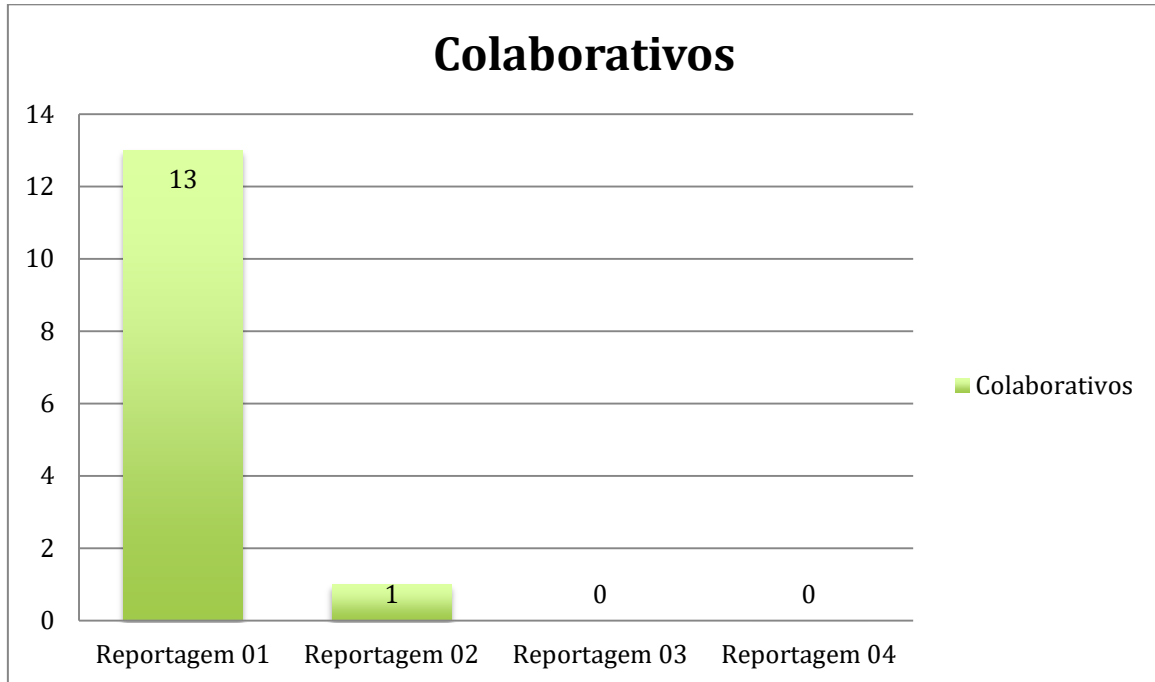


Fonte: O autor

O gráfico acima nos mostra que foi utilizando na exibição do tempo total 11% de materiais colaborativos, foram somente duas inserções e 89% foram imagens registradas pelos profissionais da emissora.

Examinaremos o ultimo bloco do programa Retrospectiva 2019, o bloco 04. Onde serão analisados, quantificados e qualificados os materiais inseridos nesta ultima etapa, sendo dividido por reportagens. Conforme apresentado no gráfico abaixo:

Gráfico 17: Inserções de Materiais colaborativos do bloco 04

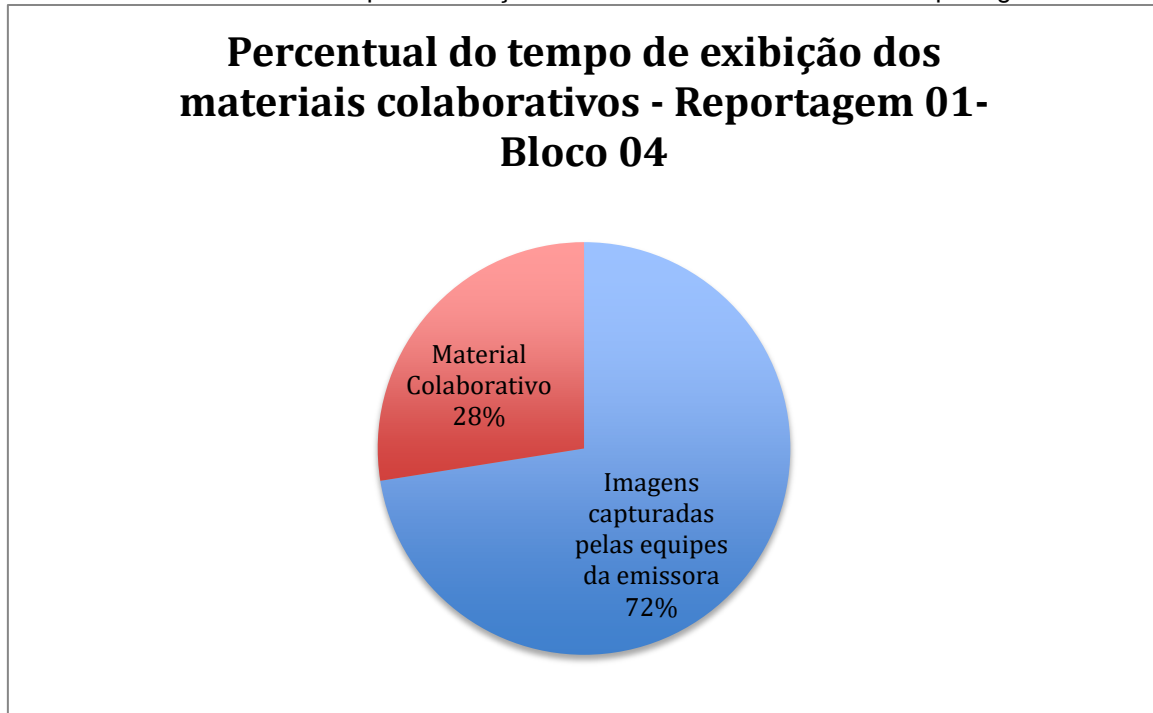


Fonte: O autor

O seguinte gráfico refere-se ao ultimo bloco do programa Retrospectiva 2019, onde foram analisados os 12 minutos e 28 segundos em que o bloco obteve de exibição. Acima foram ressaltadas as quatro reportagens que compuseram o ultimo bloco, cada uma delas abordou um tema distinto.

Abaixo o gráfico com o percentual de tempo de exibição dos materiais colaborativos nos apresenta os seguintes resultados.

Gráfico 18: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 01 - Bloco 04



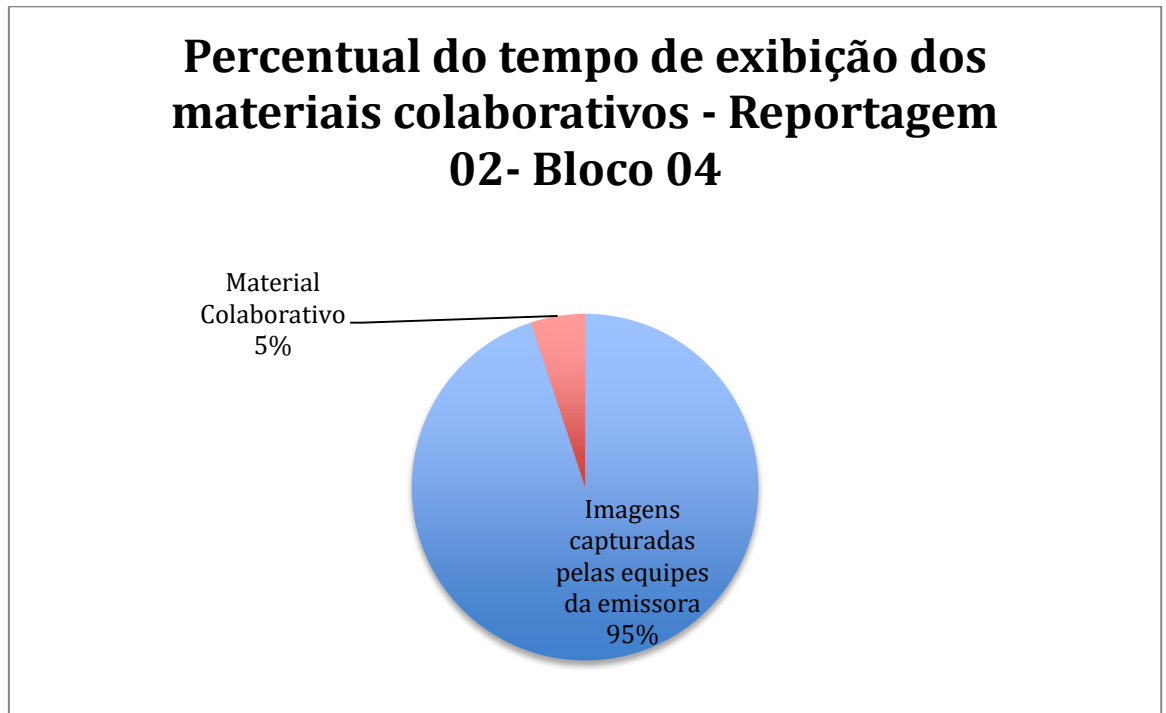
Fonte: O autor

O gráfico acima refere-se ao percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos na reportagem 01 do ultimo bloco do programa, nota-se que os materiais colaborativos inseridos na matéria representa 28% do tempo total da reportagem e 72% são imagens capturadas pelas equipes profissionais da TV. Um total de 1 minutos e 58 segundos foram utilizados pela edição os materiais colaborativos em um tempo total de 05 minutos e 11 segundos total de reportagem.

A matéria 01 trouxe o tema esportes, nela 13 inserções de materiais colaborativos foram utilizados, flagrantes factuais como o incêndio em um centro de treinamento de um time da capital do Rio de Janeiro, o Flamengo, capturas de telas das redes sociais e um salto de paraquedas. Tais registros fora de grande importância para obter resultados positivos na conclusão da matéria, pois, possivelmente uma equipe de jornalismo regional se especialização não conseguiria saltar para registrar o acontecimento.

A reportagem 02, trouxe apenas 01 inserção colaborativa, um vídeo onde contém o momento exato em que é anunciado título de patrimônio natural mundial da Unesco para as cidades de Paraty e a Ilha Grande em Angra dos Reis. Conforme os resultados apresentados no gráfico abaixo.:

Gráfico 19: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 02 - Bloco 04



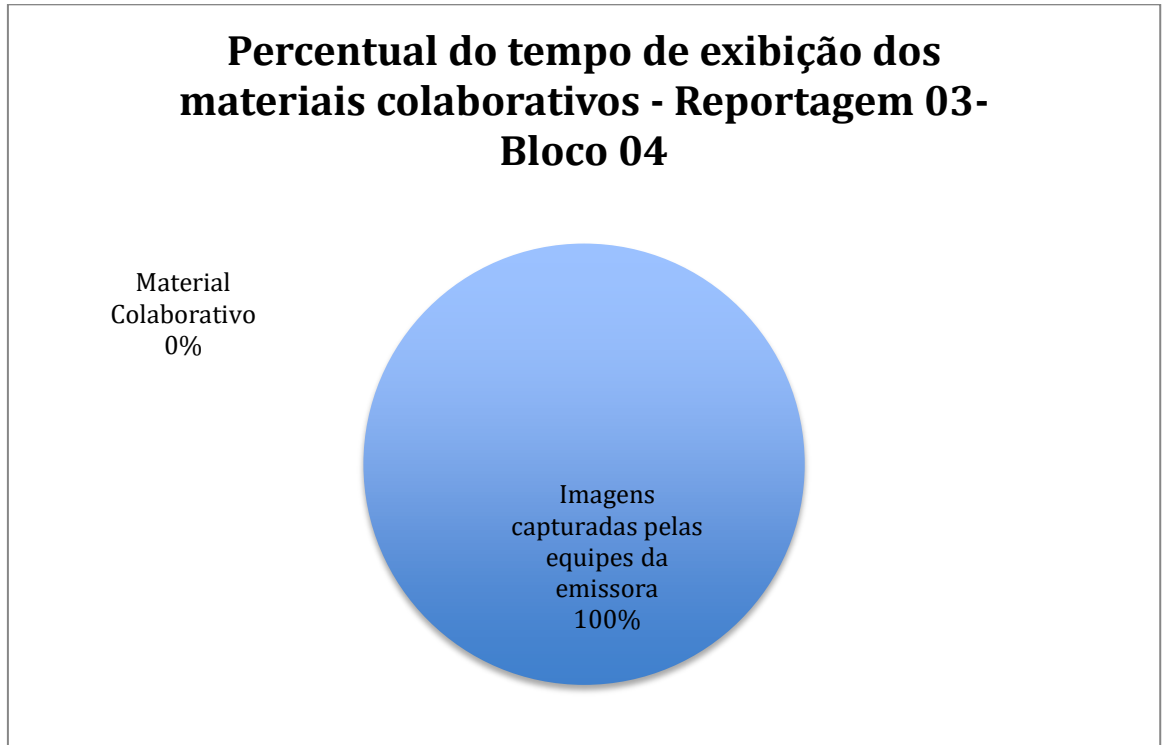
Fonte: O autor

O seguinte gráfico refere-se a porcentagem da utilização dos materiais colaborativos pelo tempo total da reportagem, portando constatamos que 5% da matéria foi constituída por materiais colaborativos com 95% registrados pelas equipes profissionais da emissora.

Portando, a tempo de exibição foi pequeno com relação ao tempo total da reportagem porem o vídeo colaborativo mostrou o factual, o registro no momento exato em que o fato esta acontecendo, sendo assim os resultados da utilização desses materiais colaborativos foram positivos para reportagem que com êxito ilustrou a reação dos representantes que estavam no local e para complementar a reportagem foram utilizados outras imagens de arquivos que compuseram a matéria.

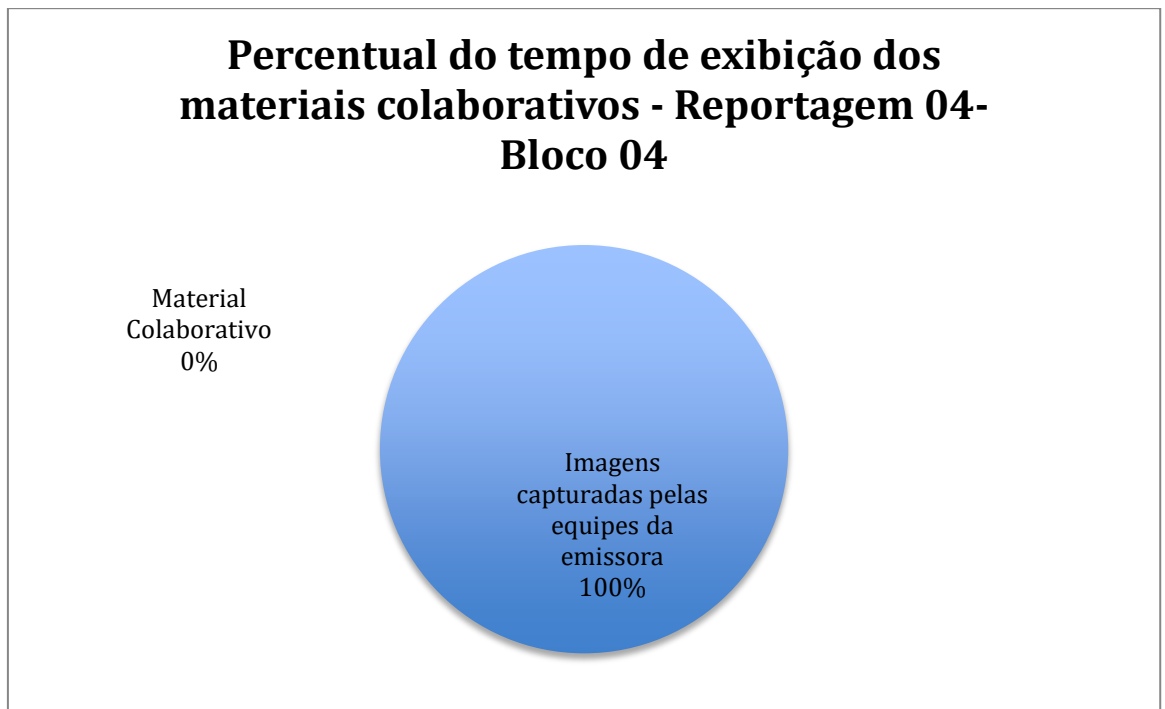
Como observamos nos gráficos as reportagens 03 e 04 não utilizou nenhuma inserção de material enviado de forma amadora e voluntaria colaborativa.

Gráfico 20: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 03 - Bloco 04



Fonte: O autor

Gráfico 21: Percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos - Reportagem 04 - Bloco 04

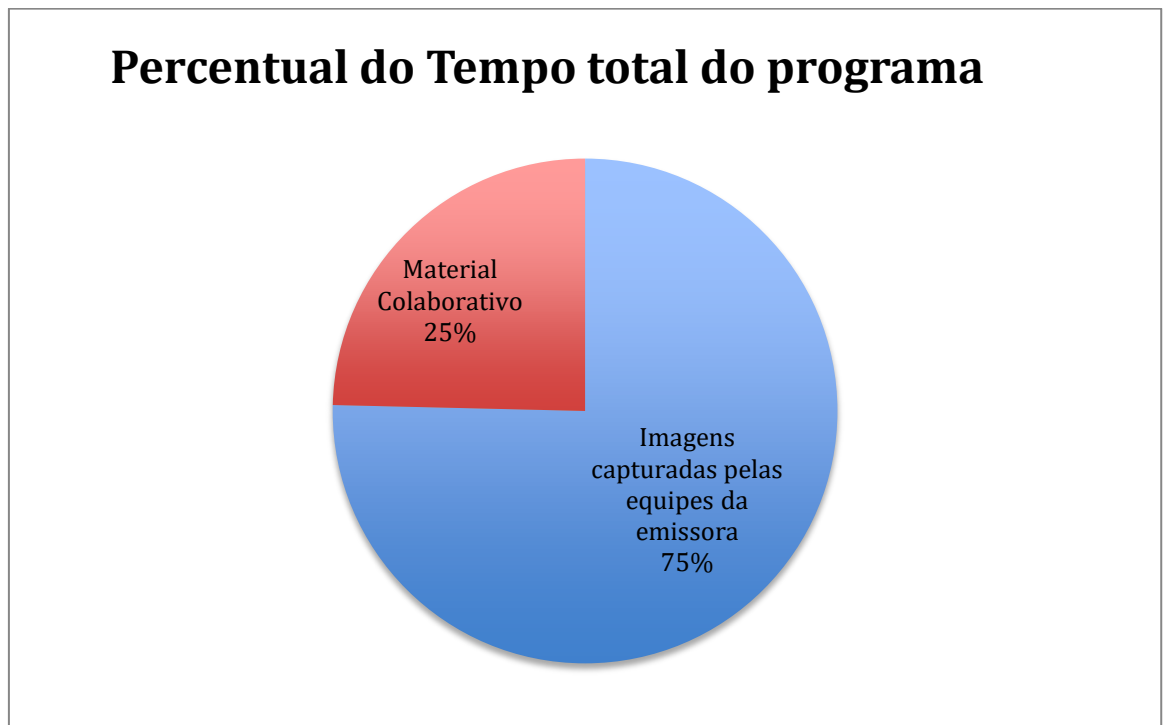


Fonte: O autor

Portando os materiais colaborativos foram mais utilizados nos primeiros blocos, que são os blocos que abrem o programa. Os mesmo são responsáveis por prenderem a audiência dos telespectadores. Mesmo utilizando poucos materiais colaborativos o programa se encerra com cinco imagens de matérias colaborativos nos créditos finais. Dando destaque aos colaborativos.

No gráfico abaixo nos traz os resultados de forma geral do tempo total do programa Retrospectiva 2019 com o percentual do tempo de exibição dos materiais colaborativos.:

Gráfico 22: Percentual do Tempo total do programa Retrospectiva 2019



Fonte: O autor

O gráfico acima refere-se ao percentual do tempo total do programa, nota-se que os matérias colaborativos inseridos no programa de maneira geral representa 25% do tempo total do programa.

5 CONCLUSÃO

Conforme a hipótese deste trabalho, no jornalismo não existe somente as imagens produzidas profissionalmente, existe também vídeos, fotos e outros tipos de materiais feitos de forma amadora que contribuem para um conteúdo mais completo do telejornal. A participação do telespectador através de um sistema de colaboração está cada vez mais presente nos telejornais, principalmente os telejornais regionais. E com essa tendência existe grande possibilidade de crescimento, notoriamente os matérias colaborativos obtiveram grande espaço e destaque no programa Retrospectiva 2019. Nos dias atuais examinamos que esse número cresce. Os telejornais regionais têm essa facilidade de aproximação com o público devido o regionalismo e o diálogo que as emissoras têm com os mesmos e assim fazem com que o telespectador se sinta parte do jornal.

Com todo o avanço tecnológico os telejornais viram a necessidade de se reinventar. Mesmo que, a participação dos telespectadores não seja uma novidade, tendo em vista que antigamente o público participava e interagia através de cartas e fax por exemplo, no telejornalismo atual, os materiais colaborativos acabam executando parte do trabalho do repórter cinematográfico e também do repórter com o objetivo de somar e contribuir para uma reportagem mais completa. Afinal, as imagens amadoras feitas pelos colaboradores são exibidas somente por terem registrado algum acontecimento no momento exato em que o evento efetivamente está acontecendo, onde não houve a presença do profissional e sua equipe.

A interatividade dos telespectadores com a TV Rio Sul nos seus telejornais, é aparentemente algo que deu certo. Essa interação e aproximação com os telespectadores facilitou de certa forma o trabalho dos jornalistas que com a colaboração do público trouxeram para os seus telejornais mais profusão de detalhes e de conteúdos. Essa troca que ocorre entre telespectador e jornalista acaba não sendo entendida apenas como colaboração, mas também como participação, pois além dos materiais colaborativos que são enviados o telespectador também manda críticas e sugestões de possíveis pautas.

Rost (2014, p. 53) traz o pensamento conforme já visto neste trabalho, “a interatividade é uma das características essenciais da comunicação na web. Cada

vez que se analisa a linguagem da internet, apela-se a ideia da interatividade como um dos seus pilares”. E segundo Bardoel e Deuze *apud* Palácios (2003), a interatividade se refere à capacidade de fazer o público se sentir mais ligado ao processo jornalístico, assim, portanto percebe-se que existe interatividade nos telejornais da TV Rio Sul.

A colaboração segundo Del Vecchio (2018) é entendida como ajudar, contribuir ou auxiliar, referindo a um processo em que pessoas cooperam para a realização ou concretização de algo. Assim, no telejornalismo essa colaboração pode ser realizada por profissionais ou não profissionais, amadores, como vimos na Retrospectiva 2019.

Concluimos que a participação e colaboração do telespectador contribui para uma reportagem mais completa, trazendo flagrantes de factuais registrados no momento exato em que um fato está acontecendo e sem esses registros a notícia talvez não fosse exibida ou não ganharia espaço no programa retrospectiva por não ter tido destaque durante o ano.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chirs. **The Long Tail: Why the future of business is selling less and more.** New York : Hyperion, 2006.

AROSO, Inês Mendes Moreira. **As redes sociais como ferramenta do jornalismo participativo nos meios de comunicação regional: um estudo de caso.** Biblioteca online das Ciências da Comunicação, 2013. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-2013-redes-sociais-ferramentas-jornalismo.pdf> acesso em 01 de Outubro de 2020.

BARBOSA, J. P. **Notícia (Coleção trabalhando com os gêneros do discurso:relatar).** São Paulo: FTD, 2001.

BENASSI, Maria Virginia Brevilheri. **O gênero “notícia”: uma proposta de análise e intervenção.** In: **CELLI – COLÓQUIO DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS E LITERÁRIOS**, Maringá. Anais... Maringá, 2009.

BRAMBILLA, A. M. **A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source.** Sessões do Imaginário, 2005.

BRAMBILLA, Ana Maria. **Olhares sobre o jornalismo colaborativo.** In: CAVALCANTI, Mario Lima (org) **Eu, Midia: a era cidadã e o impacto da publicação.** Brasil : Ventura, 2008

COHEN, A. **Strategy training for second language learners.**ERIC Digest, 2003.

COUTINHO, Iluska. **Público, Telejornalismo e Identidade:** Uma reflexão sobre as esferas noticiosas e o destinatário da informação televisual. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0925-1.PDF>

Acesso em 15/08/2020

BUENO, Wilson da Costa; SANTOS, Marli dos. **Jornalismo Especializado no Brasil: teoria, prática e ensino.** São Bernardo do Campo: Metodista, 2015.

BELOCHIO, Vivian. **A cauda longa da informação e suas implicações no jornalismo: estratégias comunicacionais, remediação e des-territorialização.** Anais do VI Encontro Nacional de pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, UESP, São Paulo, 2008

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **O Jornalismo Colaborativo no telejornal com as novas mídias digitais. Tese de Doutorado. São Paulo: PUCSP, 2011.**

Disponível em:

http://www.sapientia.pucsp.br//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=13570.

Acesso em: 26/05/2020.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. **A Audiência convergida do Telejornal nas Redes Sociais.** Livros LabComCovilhã, UBI, LabComm, 2015

CANAVILHAS, João. **Del gatekeeping al gatewatching: El papel de las redes sociales en el nuevo ecosistema mediático** In: IRIGARY, Fernando; CEBALLOS, Dardo; MANNA, Matias (ets) **Periodismo Digital: convergência, redes y móviles.** Rosario: LaborteLibros editor, 2011

CASTELLS, M. **Sociedade em rede – A era da informação : economia, sociedade e cultura**, v. 1. São Paulo : Paz e Terra ,1999.

CERVO, A.; et al. **Metodologia Científica.**6ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHAPARRO, Manuel C.C. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística.** São Paulo: Summus, 1994

DEL VECCHIO, Myrian de Lima. **Jornalismo Colaborativo pré e pós- internet em cenários de participação e cidadania.** CARVALHO, Guilherme (org.). **Jornalismo e cidadania: abordagens contemporâneas de diferentes iniciativas no Brasil.** Curitiba: Intersaberes, 2018.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005.

FERNANDES, Carolina. **Telejornalismo regional: uma análise dos critérios de noticiabilidade utilizados no Jornal 53 diante da contribuição organizacional e social.** Monografia em Comunicação. 2013. Disponível em:

<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/fernandes-carolina-telejornalismo-regional.pdf> >.

Acesso em: 26 de maio 2020.

FONSECA, Virginia; LINDEMANN, Cristiane. **Web jornalismo participativo: repensando algumas questões técnicas e teóricas**. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia. V. 14. núm. 34. dezembro, 2007, pp. 86-94. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul Porto Alegre, Brasil.

Disponível em:

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3457>>.

Acesso em: 26 de maio 2020.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo**. Bases para sua delimitação teórica, Salvador: UFBA, 2003

FRANCISCATO, Carlos E. **Jornalismo e inovação: aproximações conceituais entre academia e setor produtivo**. Anais do IV Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, UFRGS, Porto Alegre, 2006

FRAZÃO, Samira Moratti. **Jornalismo participativo no telejornal: o telespectador como produtor de conteúdo**. Itajaí. v. 11. n.2, jul./dez. 2012.

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

GUIA DE MERCADO TV RIO SUL, 2019/2020.

Disponível em:

https://www.comercialonline.tv.br/Imagens/MidiaKit/MidiaKit_89_pdf_20200309165844.pdf

Acesso em: 26 de maio 2020 as 18:36h

GUILHERMEJORGE DE REZENDE, Retrospectiva **do telejornalismo brasileiro**. São Paulo, Universidade Metodista, 1999.

HENN, Ronaldo C. **Pauta e notícia: uma abordagem semiótica**. Canoas, RS: Ulbra, 1996.

HOLANDA, A.; QUADROS, C.; PALACIOS, M. S.; SILVA, J. A. **Metodologias de pesquisa em jornalismo participativo no Brasil**. In: PALACIOS, Marcos; NOCI, Javier Diaz (orgs.). Metodologia para o estudo dos cibermeios – Estado da arte & perspectivas. v.1. Salvador: EDUFBA, 2008.

ISAACSON, Walter. **How to save your newspaper**. Revista Time, 05 fev. 2009

JENSEN, Klaus-Bruhn. **Makingsenseofthenews. Towards a theoryandanempiricalmodelofreception for thestudyofmass communication**, Aarhus/Denmark, AarhusUniversity Press, 1986.

JORGE, T. M.. A notícia **em mutação: estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital**. Tese de Doutorado. Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, 2007.

LIMA JÚNIOR, Walter Teixeira. **Mídia Social Conectada: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital**. Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, USP, São Paulo, 2009.

LÓPEZ, Xosé. **La participaciónenlosdiariosdigitales: similitudes y diferencias entre loscibermedioseuropeos y brasileños**. Anais do VI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo – SBPJor, UESP, São Bernardo do Campo, 2008.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**, São Paulo, Editora SENAC, 2000.

MARTÍN – BARBERO, Jesus. **Dos Meios às Mediações: comunicação cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2013.

MCNAIR, B. **Journalism in the 21st century – evolution, not extinction**. **Journalism, Vol. 10(3)**, 2009.

McCOMBS, M.; SHAW, D.L. **The agenda-setting function of mass media**. Public Opinion Quartely, XXXVI, 1972.

McCOMBS, Maxwell. **Creating a new news opportunities on the Internet for broader and deeper journalism**. Conferência proferida no V Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, UFS, Aracaju, 2007.

MONTEIRO, E. P.; PINHO, J. B. **Limites e possibilidades das tecnologias da informação e comunicação na extensão rural**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação - Intercom. São Paulo, v.30, n.2, 2007.

MORAIS, F. M. 2004. **Discurso jornalístico on-line: a perspectiva crítica da narratividade**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília, 2004.

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.

PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, **Continuidade e Potencialização no Jornalismo Online: o lugar da memória**. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. Modelos do Jornalismo Digital. Salvador: Editora Calandra, 2003.

PRIMO, A; TRÄSEL, M. **Webj ornalismo participativo e a escrita coletiva de notícias**. Contracampo, Niterói, v.14, 2006.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó, SC: Argos, 2002.

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

STEENSEN, S. **The shaping of na online feature journalist**. *Journalism*, Vol. **10(5)**, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. Volume1**. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2008.

TRIPODI, Tony. **Análise da Pesquisa Social**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1975.

TULL, D. S. & HAWKINS, D. I. - **Marketing Research, Meaning, Measurement and Method**. MacmillanPublishingCo., Inc., London, 1976.

VIRILIO, P. **O espaço crítico e as perspectivas do tempo real**. Rio de Janeiro, Ed 34, 1993.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 7. ed. Lisboa: Presença, 2002.

WOLTON, Dominique. **Pensar a Comunicação**. Brasília, Ed. UnB, 2004.

WILLIAMS, Raymond. **Television. Technology and Cultural Form**, 2ª, London: Routledge, 1997.