

PUCRS

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

ALEXANDRA FREITAS

**A PARTICIPAÇÃO DOS TELESPECTADORES NA TELEVISÃO: UMA ANÁLISE DO
TELEJORNAL BOM DIA SÃO PAULO**

Porto Alegre
2020

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL
LINHA DE PESQUISA: POLÍTICA E PRÁTICAS PROFISSIONAIS NA
COMUNICAÇÃO

ALEXANDRA FREITAS

**A PARTICIPAÇÃO DOS TELESPECTADORES NA TELEVISÃO:
UMA ANÁLISE DO TELEJORNAL BOM DIA SÃO PAULO**

Porto Alegre
2020

ALEXANDRA FREITAS

**A PARTICIPAÇÃO DOS TELESPECTADORES NA TELEVISÃO:
UMA ANÁLISE DO TELEJORNAL BOM DIA SÃO PAULO**

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito para obtenção de grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Escola de Comunicação, Artes e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Área de concentração: Práticas e Culturas da Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Cristiane Finger

Porto Alegre
2020

ALEXANDRA FREITAS

**A PARTICIPAÇÃO DOS TELESPECTADORES NA TELEVISÃO:
UMA ANÁLISE DO TELEJORNAL BOM DIA SÃO PAULO**

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito para obtenção de grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Escola de Comunicação, Artes e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Área de concentração: Práticas e Culturas da Comunicação.

Prof^a. Dra. Cristiane Finger (Orientadora)
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS

Prof^a. Dr. Roberto Tietzmann
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS

Prof^a. Dra. Iluska Coutinho
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

Porto Alegre
2020

Aos meus pais, Sandra e Gilberto,
pelo constante incentivo.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Sandra e Gilberto, por me mostrarem que para atingir objetivos é necessário muita dedicação e uma boa dose de paciência. Obrigado pelo amor, carinho e por sempre acreditarem em mim.

Ao meu companheiro, Rogério, agradeço pelo constante encorajamento de que eu era capaz de concluir essa etapa do meu desenvolvimento acadêmico.

Aos meus queridos amigos, Sílvio pelo contínuo apoio e palavras de estímulo; a Ângela pelas revisões e pelo carinho, e a Fabiana pelo suporte com a logística e a atenção.

Ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC RS, pela oportunidade de realizar este mestrado.

À Prof. Dra. Iluska Coutinho e ao Prof. Dr. Roberto Tietzmann, pelas importantes contribuições na banca de qualificação.

E o que dizer a minha orientadora, Prof. Dra. Cristiane Finger, a não ser **MUITO OBRIGADO** (em caixa alta e negrito, mesmo) por toda atenção, dedicação, compreensão e pela paciência. Sem esquecer as palavras de incentivo sempre me garantindo que tudo iria dar certo e me tranquilizando.

Sem essas pessoas, a jornada não teria sido cumprida.

RESUMO

Esta dissertação investiga a participação do público no telejornal Bom Dia São Paulo, da Rede Globo. O Objeto escolhido está no ar desde 1977 e é o programa local/regional mais antigo da emissora. Durante estes 43 anos, a relação com seu público passou por adaptações. Através da análise de cinco edições, estabelece-se os tipos de participação, que apresentam uma distinção entre si e na forma como causam alteração no telejornal. A pesquisa levou em consideração o formato e as mensagens enviadas pelos telespectadores. A proposta metodológica utilizada foi a Análise de Conteúdo de Laurence Bardin (2004), que possibilitou que os telejornais fossem observados por meio de duas categorias: participação e interatividade. Dessa, forma foi viável identificar seis tipos de participação, formatos e os conteúdos que alteram as reportagens. Chegou-se à conclusão que o público tem espaço e que também interfere no conteúdo do telejornal. No referencial teórico, foram utilizados, entre outros, autores como Wolton (1996, 2011), Scolari (2014), Jenkins (2009), Canitto (2010), Charaudeau (2006), Carlón (2014), Becker (2015), Finger (2011), Fachine (2014), Tourinho (2010).

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Participação. Televisão. Telejornalismo. Bom Dia São Paulo.

ABSTRACT

This dissertation investigates the public's participation in Rede Globo's Bom Dia São Paulo newscast. The chosen object has been on the air since 1977 and is the station's oldest local / regional program. During these 43 years, the relationship with its audience has undergone adaptations. Through the analysis of five editions, the types of participation are established, which present a distinction between themselves and in the way they cause changes in the news. The survey took into account the format and messages sent by viewers. The methodological proposal used was Content Analysis by Laurence Bardin (2004), which made it possible for the news to be observed through two categories: participation and interactivity. Thus, it was possible to identify six types of participation, formats and the contents that change the reports. It was concluded that the public has space and that it also interferes in the content of the news. In the theoretical framework, authors such as Wolton (1996, 2011), Scolari (2014), Jenkins (2009), Canitto (2010), Vizeu (2008,2009 Carlón (2014), Becker (2015), Finger were used, among others (2011), Fachine (2014), Tourinho (2010).

KEYWORDS: Communication. Participation. Television. Telejournalism. Bom Dia São Paulo.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: Descrição do conteúdo que gerou discussão sobre TV.....	24
FIGURA 2: Ecossistemas da Hipertelevisão.....	26
FIGURA 3: Imagens com a participação dos telespectadores.....	57
FIGURA 4: Vídeos de Volta Já.....	60
FIGURA 5: Vinheta de abertura.....	61
FIGURA 6: Solicitação da participação.....	69
FIGURA 7: Tipos de participações e alterações.....	87

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: Como identificar a hipertelevisão.....	27
TABELA 2: Identificação das unidades de registro.....	51
TABELA 3: Roteiro das manchetes de 01/11/2019.....	62
TABELA 4: Roteiro das manchetes de 04/11/2019.....	64
TABELA 5: Roteiro das manchetes de 12/11/2019.....	65
TABELA 6: Roteiro das manchetes de 20/11/2019.....	65
TABELA 7: Roteiro problema nos trens em 01/11/2019.....	67
TABELA 8: Roteiro de conteúdo enviado sobre tempo em 04/11/2019.....	73
TABELA 9: Roteiro VT sobre curso profissionalizante em 04/11/2019.....	75
TABELA 10: Roteiro NC problema nos trens em 20/11/2019.....	77
TABELA 11: Roteiro mobilização emprego em 12/11/2019.....	78
TABELA 12: Roteiro VIVO redes sociais descarte de lixo em 20/11/2019.....	80
TABELA 13: Roteiro VT chuva e alagamentos em 28/11/2019.....	82
TABELA 14 Roteiro participação telespectador em 28/11/2019.....	84
TABELA 15: Como identificar a participação e o resultado produzido.....	91

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Relação de assuntos compartilhados na semana no BDSP.....	58
GRÁFICO 2: Total de assuntos enviados na semana com o BDSP.....	59
GRÁFICO 3: Quantidade de vezes os ícones surgiram na tela da televisão.....	68
GRÁFICO 4: Média semanal da participação os telespectadores.....	70
GRÁFICO 5: Média diária da participação dos telespectadores.....	71

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
2 TELEVISÃO: UM NOVO CENÁRIO.....	22
3 INTERATIVIDADE, INTERAÇÃO E PARTICIPAÇÃO.....	34
3.1 TELEJORNALISMO E INTERATIVIDADE.....	42
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	48
4.1 BOM DIA SÃO PAULO.....	53
4.2 ANÁLISE DAS EDIÇÕES: PARTICIPAÇÃO E INTERATIVIDADE.....	55
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	86
REFERÊNCIAS.....	93
ANEXO A.....	96
ANEXO B.....	97
ANEXO C.....	98
ANEXO D.....	99
ANEXO E.....	100

1 INTRODUÇÃO

A televisão, já classificada como a experiência social mais importante do século XX, quando foi capaz de ser foco e ponto central nas salas de milhões de pessoas, passa agora por adaptações. É um meio de comunicação que proporciona a criação de um laço social (WOLTON, 1996) a partir do momento que estabelece relacionamento, traz identificação e reconhecimento. Talvez esteja vivendo sua maior crise, mesmo que ainda seja o meio audiovisual que atinja o maior número de pessoas. Mas, em diversos momentos importantes da história, a televisão resgatou seu papel de relevância na vida das pessoas e, atualmente, isso não está sendo diferente. Em um levantamento¹ feito durante a pandemia de coronavírus, isso é evidenciado quando 77% dos entrevistados responderam que consideravam a TV o meio mais confiável de obter informação sobre a doença. Além disso, neste mesmo período as audiências de televisão aumentaram em todos os países da América Latina. Aqui no Brasil, por exemplo, o Jornal Nacional teve a maior audiência dos últimos nove anos². Isso só demonstra que permanece sendo pertinente, se comparada a outros meios.

A televisão agora está inserida num outro momento da sociedade em que os comportamentos estão sendo repensados e reorganizados com a popularização da internet. Sem dúvida, os *smartphones* são um dos responsáveis pela penetração da internet em diversas camadas da população brasileira. Até abril de 2019, uma pesquisa da Fundação Getúlio Vargas³ apontou que no Brasil já existiam quase dois *smartphones* por habitante. Isso fez com que a maioria das pessoas tivesse a possibilidade de produzir e distribuir imagens em vídeo, fotografias e informações. Antes, esse era um terreno que estava apenas nas mãos de especialistas, mas agora isso é feito entre o público. Essas são novas lógicas de produção que

¹ Pesquisa realizada pela Kantar Ibopep - Instituto que audita audiências da TV aberta. Disponível em: https://br.kantar.com/mercado-e-pol%C3%ADtica/sa%C3%BAde-e-esporte/2020/thermometer_ed1/ < Acesso em 10 abr 2020.

² Reportagem do portal Uol sobre audiências da televisão brasileira durante a pandemia de coronavírus. Disponível em: <https://folha.com/n1q9hd7r> < Acesso em 10 abr 2020.

³ 30ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas, realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP) apontou que existiam no país 420 milhões de dispositivos móveis entre smartphones, computadores, tablets e notebooks. Disponível em: https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2019fgvciappt_2019.pdf < Acesso em 30.10.2019.

passaram a chamar a atenção dos telejornais. Este ambiente onde a sociedade passou a interagir se tornou uma nova espécie de espaço público, no qual a televisão tem interesse.

Esta pesquisa está situada neste contexto, e tem por objetivo procurar identificar como a participação do público, neste ambiente de conexão em rede, acontece no telejornalismo. Examinando cinco edições do telejornal Bom Dia São Paulo (selecionando um dia por semana do mês de novembro, representando uma semana aleatória), procura-se investigar, em última instância, se o que é enviado pelos telespectadores, através de experiências interativas, altera o conteúdo do programa. Ou seja, de que forma a participação é utilizada pelo telejornal.

O problema deste estudo está em entender se a interatividade do telespectador mesmo que simulada (efetivada através da internet e das redes sociais) modifica a relação deste com os produtores do telejornalismo.

Através da Análise de Conteúdo (BARDIN 2004), pode-se localizar quais são os assuntos mais compartilhados e de que forma são aproveitados pelo telejornal. Além disto, observou-se que este aproveitamento tanto ocorre de forma editada quanto ao vivo, ou seja, em tempo real. Durante a exploração de 10 horas de programa, foi possível entender quais são os temas que acabam gerando mais atenção do público e por consequência mais participação. Além disso, se a participação é estimulada pelo telejornal ou se ocorre de forma espontânea. Também se estabeleceu quais os meios mais usados para o envio deste tipo de conteúdo.

Ao analisar o atual momento da televisão, Carlón (2014) destaca uma crise na lógica da programação através da grade. “Os sujeitos já não têm que assistir aos programas quando a televisão os transmite. Podem, cada vez mais, vê-los separados da instância da emissão” (p.16). Segundo o autor esse seria o principal problema da TV em programar a vida social das pessoas. Para ele, não é mais possível esta organização pela temporalidade cotidiana. As pessoas não pautam mais seu dia pelo que a programação da TV tem a oferecer. A rotinas e os horários não são mais os mesmos de quando ela foi criada. Scolari (2014) alerta que “o modelo centralizado, baseado na produção de programas e na venda de audiências para os anunciantes, está obrigado a partilhar o seu espaço com outras formas de produzir, distribuir e ver televisão” (p.44). A jornada de consumo foi alterada pelos novos comportamentos da sociedade.

Se por um lado a audiência agora deseja participar dos produtos de televisão, sejam eles de entretenimento ou de jornalismo, do outro está o profissional de TV que precisa se adaptar a esta nova realidade. Portanto, é necessário considerar que a convergência é sobretudo dos conteúdos e que não deve ser vista como apenas um processo tecnológico, mesmo que dependa dele para se concretizar. Jenkins (2009) alerta que a convergência é responsável pela alteração na forma como consumidores e a indústria midiática passaram a se relacionar. Isso já é uma realidade presente no cotidiano das pessoas.

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. Altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. Ela também modifica a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. (...) A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobriremos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo nessa cultura. (JENKINS, 2009, p.43)

Trata-se de um ambiente em que a televisão tenta estabelecer uma intersecção com essa nova arquitetura da comunicação, onde as pessoas têm um papel mais colaborativo e descentralizado. No centro desse ecossistema está o telejornalismo e a forma como produtores e editores apropriam-se desse conteúdo, que agora também é produzido pelo receptor. Mesmo que esse conteúdo não tenha qualidade e não observe técnicas profissionais. É como se a lógica de fazer televisão em alguns momentos troque de lado e passe a ter um novo raciocínio de elaboração. Scolari (2014) analisa que o avanço da televisão traz os aspectos de rede através das experiências interativas dos novos telespectadores. A partir disso, é necessário definir o conceito de hipertelevisão, proposto por ele:

Esse é um conceito operacional que nos permite falar do novo e, ao mesmo tempo, nos ajuda a escapar do prefixo pós. Esse que propomos não deveria ser visto como uma nova etapa da série paleo / neotelevisão, mas como uma configuração específica da rede sócio-técnica em torno do meio televisivo. Os programas da hipertelevisão adaptam-se a um ecossistema midiático no qual as redes e interações ocupam um lugar privilegiado e adotam algumas das características relevantes das “novas mídias”. (SCOLARI, 2014, p.44).

São estratégias para garantir atratividade frente a um consumidor de notícias que precisa continuar vendo valor no que é produzido pelo jornalismo.

Uma das estratégias da televisão para permanecer atualizada e dentro do contexto de participação é inserir esse telespectador na notícia através da interatividade. É verdade que interatividade não é algo novo em televisão. Antes, isso se dava através do envio de cartas para as redações das TVs, ligações telefônicas com os telespectadores sugerindo assuntos que pudessem resultar em reportagens, críticas e até elogios. O fato de o apresentador estar “dentro da sala” das pessoas através dos telejornais gera uma espécie de intimidade, de relação de proximidade, por mais distantes que estejam. Na análise de Charaudeau (2006), o apresentador é o ponto de contato entre o estúdio - materialização do mundo midiático - e o telespectador por criar uma relação de familiaridade, uma vez que fala “diretamente a cada indivíduo da coletividade dos telespectadores” (p.229).

Atualmente, essa participação atinge outros níveis, mesmo que continue sendo mediada. As cartas foram abandonadas por e-mail, as ligações são menos frequentes e foram substituídas pelo envio de imagens, áudios e informações por *WhatsApp*. Cannito (2010) cita o diretor dinamarquês Peter Looms que acredita que a televisão é participativa e que existe uma vontade do público de ganhar algo ou de acreditar ter algum poder de decisão.

Looms destaca que a participação do espectador caracteriza a televisão. Se anteriormente isso se dava essa participação era por garantida por meio de cartas, o avanço tecnológico permitiu que o contato se estabelecesse mais rapidamente, pelo SMS e e-mail. Naturalmente, esse avanço também influenciou no aumento dos índices de participação(...). Enquanto outros tipos de interatividade são mais propícios a internet, a participação é a mais adequada ao ambiente televisivo (CANNITO, 2010, p.154).

Mas é preciso manter a atenção e não se distanciar do fato de que a televisão, como diz Scolari (2008), simula o que ela não é. Neste ponto, o autor se refere ao fato da televisão se apropriar de outros meios para que possa realizar ações de interatividade, que seus próprios sistemas não adotaram. É uma espécie de assimilação de um processo que não lhe pertence originariamente.

Neste novo cenário, o estudo do telejornalismo torna-se relevante para que seja possível entender como essas mudanças podem contribuir para a concretização de um jornalismo de qualidade. Os desafios também são impostos

para os profissionais de jornalismo que trabalham nas redações de TV, uma vez que a mediação parece ter se tornado ainda mais pertinente. Atualmente, o telespectador, com a participação potencializada, deixou de ser apenas um mero espectador que recebe conteúdo. O *corpus* deste estudo, formado pelas edições dos dias 01, 04, 12, 20 e 28 de novembro de 2019, está disponível na plataforma Globoplay⁴. No capítulo sobre os procedimentos metodológicos, estão a descrição do objeto e sua abrangência.

Para esta pesquisa, foram considerados a produção de dissertações de mestrado e teses de doutorado, publicações em periódicos e comunicações em anais de congressos e de seminários, nos últimos quatro anos (2015 e 2018). Este recorte de tempo se faz necessário pelo proposto na pesquisa que sofre alterações com esse novo cenário. Foram utilizadas quatro diferentes fontes de pesquisa para elaboração do estado da arte:

1. banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoa de Nível Superior (CAPES);
2. artigos sobre telejornalismo no site da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPjor);
3. arquivos dos GTs Estudos de Televisão através do site da Associação Nacional dos Programa de Pós-Graduação (COMPÓS);
4. arquivos sobre telejornalismo no site da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM)

Na base de dados banco de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoa de Nível Superior (CAPES), a busca pela produção acadêmica iniciou-se com a procura da palavra “telejornalismo” onde foram encontrados 521 resultados. Restringindo a procura para área de concentração na “produção jornalística”, foram localizados 11 trabalhos. Destes três, se distinguiram: **Processo de Reconstrução Identitária Do telejornal Local da Globo em Tempos de Concorrência e Convergência Midiática: modos de dizer**, interagir e circular do JPB 1a edição, dissertação de Zuila Frutoso David, da Universidade Federal da Paraíba, de 2015, parte do pressuposto de que esse telejornal local reformula suas estratégias de identificação com telespectadores de modo a reverter os insatisfatórios índices de audiência. Baseado nos conceitos de “sociedade em

⁴ Plataforma de *streaming* de vídeos sob demanda: globoplay.globo.br. Nesse caso busca foi feita pelo nome do telejornal estudado.

vias de midiatização” de Fausto Neto; midiatização jornalística de Salaverria e Avilés, Verón e Fausto Neto; Convergência tecnológica e cultural com Jenkins e identidade com Stuart Hall, Woodward, Silva e Bauman.

Outra dissertação que chama a atenção pela proximidade do tema é sobre a **Midiatização, convergência tecnológica/cultural e jornalismo colaborativo: a construção e edição das notícias no telejornal local**, de Roberta Matias Simões, também da Universidade Federal da Paraíba, de 2015, leva em consideração trabalhos teóricos sobre midiatização de autores, como Verón (1987), Sodré (2002) e Barbero (2009). Além de Jenkins (2009) para trabalhar o fenômeno da convergência.

Na disserta o **Práticas do whatsapp no Bom Dia Paraíba: novas rotinas produtivas no telejornalismo**, Raissa Lima Onofre, da Universidade Federal da Paraíba, de 2016, utilizou os autores Wolf (1994), Alsina (2009), Pena (2010), Paternostro (1999) e Jenkins (2013), bem como os conceitos sobre constru o da notícia e convergência midiática, enfatizando a rela o WhatsApp-telejornalismo no processo de produ o da notícia. A busca foi refinada para teses de doutorado e apareceram 23 trabalhos.

Dois chamaram a aten o por estarem mais diretamente relacionados a esta pesquisa. Na tese sobre **Rotinas produtivas flexíveis: As tendências e perspectivas do telejornalismo em redes televisivas no contexto de convergência no Brasil**’, Tenaflae da Silva Lordelo, da Universidade Federal de Pernambuco, de 2015, teve como preocupa o central identificar e compreender as rotinas produtivas das notícias nas reda es dos telejornais. Para isso, utilizou autores como López-García e Fari a (2010); Salaverri  (2010); Jenkins (2010); Corbi re (2010).

Outra tese que tem rela o com o que se pretende aqui   **A reconfigura o da notícia: um estudo sobre o impacto do cibercontecimento na rotina produtiva no telejornalismo**’, de Leandro Olegário dos Santos, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUC RS -, de 2017, analisou os critérios de noticiabilidade utilizados nas reportagens do programa Jornal do Almoço, da RBS TV Porto Alegre, a partir da presença das redes sociais na constru o da notícia no telejornalismo brasileiro. O autor seguiu os conceitos dos autores Williams (2011), a Wolton (2006), Scolari (2014), Cannito (2010) e Jenkins (2009).

Já a pesquisadora Marcelli Alves da Silva no trabalho, **O Percurso do amador para integrar o “Mundo do telejornalista”**: uma análise dos vídeos colaborativos que participam da notícia televisiva, da Universidade de Brasília, em 2017, usou as definições de Becker (1982) e Strauss (1992) sobre mundo social e busca analisar as mudanças nas modalidades de participação dos amadores no jornalismo a partir das transformações ocasionadas pelas tecnologias.

Já a procura nos artigos sobre telejornalismo no site da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPjor) resultou em um artigo relacionado a esta pesquisa apresentada no congresso de 2018, do pesquisador Carlos Tourinho. O artigo trata sobre: **As promessas de uma nova TV - Telejornais interativos nos primeiros anos da TDT no Brasil e em Portugal**. Através de métodos e rotinas, o telejornalismo constrói uma interpretação da realidade através da mediação. Depois de fazer este mapeamento, é possível confirmar que Becker (2015) alerta ao dizer que os estudos sobre televisão e conseqüentemente a respeito do telejornalismo tornam-se cada vez mais complexos.

Estudar a televisão e os telejornais hoje é bem mais complicado do que há 20 ou 10 anos. Não são apenas as questões referentes ao desenvolvimento tecnológico que tornam mais difícil a compreensão de formas de produção e distribuição de televisão, mas também os diferentes modos de consumo que se proliferaram, o que desafia nossa capacidade de adotar um mesmo referencial teórico-metodológico que dê conta dessas reconfigurações. (BECKER, 2015, p.193/194).

Portanto, para a autora, é necessária a averiguação para compreensão dos processos de comunicação atuais. Isso porque eles podem auxiliar para que as atividades jornalísticas sejam mais acessíveis. Este entendimento vai possibilitar que os profissionais da área tenham mais independência no cenário acadêmico mundial.

Durante essa leitura, foi possível identificar alguns artigos que têm afinidade e se aproximam do tema desta pesquisa. Para Meditsch (1997) “como toda outra forma de conhecimento, aquela que é produzida pelo jornalismo será sempre condicionada histórica e culturalmente por seu contexto e subjetivamente por aqueles que participam desta produção. Estará também condicionada pela maneira particular como é produzida” (p.10). Portanto, o que o jornalismo produz e reproduz

da realidade mediada entre os acontecimentos e a sociedade está vinculado ao contexto em que é produzido.

Deuze (2011) traz para discussão uma perspectiva que parece fazer muito sentido de como a sociedade lida com a mídia atualmente. Para o autor, na verdade, o que precisa ser estudado é a vida vivida na mídia, e não com a mídia. Define como mídia qualquer suporte que possibilite a comunicação e a troca entre as pessoas. “As mudanças e os desenvolvimentos na sociedade interagem com as tendências da mídia (produção, uso e conteúdo)” (p.03). A questão para o autor é analisar as mudanças nos arranjos sociais relativos ao ambiente de mídia atual. Becker (2014) acrescenta que as mudanças resultantes da convergência e da transmidialidade reformulam como “as notícias são produzidas e consumidas e como a incorporação das vozes dos cidadãos em conteúdos e formatos jornalísticos é realizada de diferentes formas e níveis de complexidade” (p.201).

Essa complexidade é o grande desafio de como fazer telejornalismo atualmente. Não somente os processos de elaboração dos telejornais precisam encontrar o ajuste certo, mas também os profissionais necessitam buscar novas formas de pensar, para que o telejornalismo de hoje encontre sua identidade. Para Finger (2012), essa é uma questão importante e que precisa encontrar espaço dentro do “fazer telejornalismo”.

O fenômeno da narrativa transmidiática ainda não se efetivou no jornalismo audiovisual. Os produtos jornalísticos devem encontrar individualidade e conexão ao mesmo tempo. Através de múltiplos suportes, cada novo conteúdo produzido pode contribuir de maneira distinta e valiosa para o todo. À medida que estes conteúdos vão migrando de um meio para outro, eles sofrem adaptações para que sejam compreendidos dentro de cada plataforma específica, liberando o público de um único espaço comunicacional. (FINGER, 2012, pg. 128).

Outra reflexão da autora é a modificação dos conteúdos, das linguagens e dos formatos das informações jornalísticas causados pelas novas associações, que este ambiente proporcionará através das novas relações entre as audiências e as mídias. Tudo isso potencializado pela adição de novos suportes. Outro fator importante para a necessidade desta adaptação é a possibilidade da audiência participar de forma mais ativa nos telejornais.

O segundo capítulo, aborda o atual cenário no qual a televisão está inserida. Além de demonstrar, por meio de pesquisas de dados, que ainda é relevante e está

presente na casa dos brasileiros. Wolton (1996) ressalta a importância da televisão no que tange ao papel de unir uma sociedade heterogênea – laço social -. Defendendo a TV aberta como sendo semelhante a democracia. Canitto (2010) segue a mesma linha e reforça que ela possibilita uma interação entre as pessoas. A televisão faz parte do cotidiano e da vida das pessoas. Fetiche (2014) e Machado (2014) alertam para o fato de que a mudança na forma de consumir TV está se desarticulando da grade de programação. Scolari (2014) contribui para o surgimento de novas lógicas de produção, trazendo o conceito de Hipertelevisão. Jenkins (2009) colabora para o entendimento da televisão no contexto da convergência.

O terceiro capítulo, também teórico, traz uma reflexão sobre o cruzamento de conceitos de interatividade, interação e participação. Vittadini (1995), Lemos (2010), Montez e Becker (2005) desenvolveram níveis de interatividade. Estabelecem uma diferenciação entre interação e interatividade. Berlo (1999) acrescenta para além dos níveis, com as debilidades da interação importantes para este trabalho. Bordenave (1987) acrescenta na discussão a importância da participação como necessária para o estabelecimento das relações.

Ainda no terceiro capítulo, busca-se compreender a relação da interatividade com o jornalismo, baseado no estudo de Tourinho (2010), que desenvolveu um método para identificar a interação nos telejornais de rede no Brasil. Nele, os telejornais com menos audiência possibilitam mais interação do público. Ancorado em Mata (2011), se optou por investigar a participação no telejornal local, por ser neste espaço que o telespectador vai encontrar identificação e proximidade. Coutinho e Martins (2008) contribuem reforçando que as notícias locais demonstram que o lugar do qual se fala é onde o telespectador está.

O quarto capítulo expõe os procedimentos metodológicos fundamentados na Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2004). Esta seção traz o detalhamento dos procedimentos para seleção e descrição do objeto, coleta e interpretação dos dados. Essa etapa também analisa a apresentação de resultados conforme os procedimentos metodológicos empregados. Por último, o quinto capítulo traz as considerações finais.

2 TELEVISÃO: UM NOVO CENÁRIO

O momento é de readequação e reposicionamento da televisão. O cenário que se apresenta agora faz com que a televisão encontre lugar nessa sociedade que se comunica em rede. Uma sociedade marcada pela disseminação da informação ao alcance de todos através da tecnologia. O que está em discussão neste trabalho é de que forma a TV está fazendo isso. O papel dela como o principal meio de comunicação do século XX não está em questão. Apesar do desafio, a TV continua ocupando espaço importante na sociedade, e de acordo com Wolton (1996) ainda encontra-se como responsável por estabelecer laço social e servir como espelho da sociedade.

Ela é, ao mesmo tempo, uma formidável abertura para o mundo, o principal instrumento de informação e de divertimento da maior parte da população e, provavelmente, o mais igualitário e o mais democrático. Ela é também um instrumento de libertação, pois cada um se serve dela como quer, sem ter de prestar contas a ninguém: essa participação à distância, livre e sem restrições, reforça o sentimento de igualdade que ela busca e ilustra seu papel social (WOLTON, 1996, p.65).

Wolton (1996) fundamenta sua tese do “laço social” no fato da TV atuar em circuito aberto é o suficiente para que este tipo de televisão seja democrática e proporcione a integração entre os diversos segmentos sociais. As características desse meio, definidas por ele, como espetáculo, identificação, representação e racionalização remetem imediatamente ao papel de laço social da televisão.

Dizer que a televisão é uma das formas de laço social é, pois, uma retomada de certa tradição sociológica, mesmo que a perspectiva seja sensivelmente diferente. Em que a televisão contribui um laço social? No fato de que o espectador, ao assistir televisão, agregase a esse público potencialmente imenso e anônimo que a assiste simultaneamente, estabelecendo assim, como ele, uma espécie de laço invisível. É uma espécie de common knowledge, um duplo laço e uma antecipação cruzada. “Assisto a um programa e sei que outra pessoa o assiste também, e também sabe que eu estou assistindo a ele” (WOLTON, 1996, p. 124).

A comunicação é responsável por estabelecer e organizar relações entre as pessoas na sociedade. Ela constrói o comum entre os indivíduos. “A televisão desempenha um papel nessa reafirmação cotidiana de laços que juntam uma mesma comunidade” (p.135). Cannito (2010) reforça o conceito dizendo que a

televisão propicia a possibilidade de elaboração da convivência e que ela também gera conversa entre os integrantes da sociedade. O autor observa que “assistir televisão, antes de tudo, configura a experiência da construção de uma esfera pública de debates em uma comunidade, uma experiência de interação (física inclusive) com outras pessoas que assistiram ao mesmo programa” (p.20). Lipovetsky e Serroy (2009) também reforçam que “a televisão dá ensejo a comentários, a conversas, a toda uma série de observações e de trocas” (p.210). O consenso entre os autores é de que televisão faz parte da vida e do cotidiano das pessoas. Um estudo⁵ comprovou este comportamento mostrando que durante o ano de 2019 os conteúdos em vídeo geraram mais de 21 bilhões de impressões no Twitter, além de 3,2 bilhões de interações em posts em páginas oficiais de programas no Instagram e no Facebook. Desse total, 16,7 bilhões foram referentes a programas da televisão aberta. Os realities shows estão entre os gêneros que mais geraram impressões, seguidos pelas séries e pelas novelas. A figura a seguir, demonstra que os programas relacionados a televisão são os que mais geram conversas nas redes sociais, o que remete aos autores.

⁵ A Kantar Social TV Ratings (KSTR) divulgou pesquisa intitulada “Os eventos mais agitaram sua timeline em 2019”. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/os-eventos-da-tv-que-mais-agitaram-sua-timeline-em-2019/>> Acesso em fev.20.

FIGURA 1: Descrição do conteúdo que gerou discussão sobre TV



Fonte: Autora (2020) baseada na pesquisa da Kantar Ibope.

O controle remoto ganhou o *smartphone* como aliado, é como se o primeiro estivesse em uma mão e o segundo na outra. O ato de assistir televisão hoje está potencializado. A conversa que antes era gerada na sala de casa ou posteriormente em outros ambientes agora acontece num espaço público ampliado e simultâneo. Os comportamentos foram alterados nos últimos anos por conta da velocidade dos avanços das tecnologias. Fechine (2014) alerta que a mudança na forma de consumir os conteúdos televisivos se descolando da grade de programação, ou seja da lógica de broadcasting. Para autora é “inegável, certamente, que esse desprendimento do fluxo televisual implica novos modos de produção de sentido” (p.115). Para Machado (2014) esse entendimento também se faz necessário quando se refere a narrativa seriada ao dizer que “um produto adequado aos modelos correntes de difusão não pode assumir uma forma linear, progressiva, com efeitos de continuidade rigidamente amarrados no cinema” (p.87). Para Scolari (2014) “o surgimento de novas lógicas de produção e consumo abre uma brecha no antigo reino do broadcasting” (p.44). O que Scolari destaca é que a TV não é simplesmente uma grade de programação, mas precisa ser considerada como “um conjunto de práticas de produção e interpretação de textualidades audiovisuais, então, ela ainda está bem viva, mas não é a mesma de antes” (p.44). Essa é a linha

de argumentação de outros autores que também defendem que o que está em mudança é o modelo, portanto a televisão como linguagem e dispositivo permanecerá junto com outros ambientes e formas de consumir vídeos daqui em diante.

No Brasil, já existem mais de 420 milhões de aparelhos digitais ativos entre computadores, smartphones, tablets e notebooks. Desse total, 230 milhões são de celulares ativos, ou seja, que possuem conexão com internet. Através deles as pessoas passaram não somente a assistir vídeos, fotos e distribuir conteúdo, mas também a interagir com outros indivíduos e em rede. É neste contexto que Scolari (2014) propõem o conceito de hipertelevisão para que dessa forma seja possível definir essa nova arquitetura do meio televisivo. Para o autor, o termo não deve servir para demarcar uma nova fase da série paleo/neotelevisão², mas que esse é um conceito que nos permite falar desse novo momento em que a televisão se encontra. Portanto, se trata de “uma configuração específica da rede sócio-técnica em torno do meio televisivo” (p.45). O autor apresenta algumas características desse novo ecossistema midiático onde as redes sociais e as tecnologias ocupam um espaço de destaque na televisão além de assumir algumas tipificações das redes sociais. Através do detalhamento proposto por Scolari é possível visualizar o que a televisão já está absorvendo de outros meios que antes não eram comuns a ela, mas que para atrair novos públicos e continuar sendo atrativa este parece ser o caminho.

FIGURA 2: Ecossistemas da Hipertelevisão

Fonte: Autora (2019) baseada Scolari (2014)

A HiperTV está impregnada de linguagens que antes não lhe eram compatíveis. A seguir um detalhamento destas novas características que passam e se inserir na TV, de acordo com o autor.

TABELA 1: Como identificar a hipertelevisão

Linguagem incorporada	Detalhamento
Multiplicação de programas narrativos	as séries contemporâneas têm diversos personagens que participam em diversos programas narrativos marcados pela complexidade das interações
Fragmentação da tela	modularização das informações em diferentes áreas das telas
Aceleração da história	contar múltiplas histórias ao mesmo tempo, eliminar o supérfluo, atomizar a informação, ir direto ao ponto
Histórias não sequenciais	baseia-se na utilização de <i>flashback</i> e <i>flashforward</i> . Oriundo do cinema esse recurso é encontrado em séries contemporâneas
Narrativas em tempo real	simulam a transmissão ao vivo, gerando um tipo de produção sem pós-produção, uma estética desordenada e crua
Expansão narrativa	expansão da história em diferentes meios. A experiência interpretativa é construída a partir de um macrorelato que coloca cada unidade textual dentro de um universo narrativo maior

Fonte: Autora (2019) baseada em Scolari (2014)

Essas são algumas das marcas desse novo ecossistema, mas de acordo com Scolari (2014) trata-se este como um primeiro esboço como um sinalizador para identificar a hipertelevisão, e que merecem prosseguimento uma vez que o discurso hiperlevisivo está em contínua construção. “Esse tipo de pesquisa, por outro lado, deve abandonar o telecentrismo e manter o olho observando a evolução dos nichos próximos à televisão, como, por exemplo, os jogos, as interfaces web e dispositivos móveis” (p.47). Assim é possível continuar se apropriando de outras formas e narrativas que possam ser agregadas e absorvidas aos conteúdos televisivos. Até mesmo porque esse novo cenário está em permanente organização, o que inviabiliza uma estruturação definitiva. O que é perfeitamente pertinente no contexto atual. Por isso, está aberta a inclusão de novos elementos narrativos e dispositivos tecnológicos que possam ser inseridos no contexto. Para o autor, a

hipertelevisão cria uma nova relação mais próxima entre emissor e receptor, proporcionada por uma interatividade que é semelhante à da internet. De acordo com Scolari “o processo mais rico está para além da tela, nas relações que são criadas entre a televisão e outras tecnologias” (p.43).

Além disso, A hipertelevisão está diretamente ligada ao ambiente das convergências das mídias e das narrativas transmídias propostas por Jenkins (2009). Mas para que aconteça a convergência ele sugere que as empresas midiáticas passem a reconsiderar a maneira como as pessoas passaram a consumir as mídias, alertando que o atual consumidor deixou de ser passivo para assumir uma postura ativa.

A convergência exige que as empresas midiáticas repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídia, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto de marketing. Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou a meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos (JENKINS, 2009, p.47).

Portanto é necessário um novo entendimento do comportamento do consumidor de mídia para que seja possível interagir e fazer parte dessa nova diversidade comunicacional. Isso porque a partir dessas novas inter-relações surgem as narrativas transmídias que são aquelas que se desenvolvem ou desenrolam através de múltiplos meios e plataformas de mídia. A compreensão do universo narrativo vai possibilitar ao consumidor uma experiência diferente e completa. Ou seja, no atual contexto uma história se desdobra em múltiplos dispositivos e a cada novo texto ou etapa existe uma contribuição para o todo.

Refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando. (JENKINS, 2009, p.29).

Conseqüentemente a convergência representa uma mudança no modo como nos relacionamos com as mídias, uma transformação cultural à medida que os consumidores são estimulados a procurar novas informações e a fazer conexões em um ambiente com os conteúdos midiáticos dispersos em diversas plataformas de mídia. O efeito cognitivo que a narrativa audiovisual possibilita é um outro tipo de experiência, e que agora é expandido através das narrativas transmidiáticas e convergência das mídias. Em 2012 em entrevista a Carlos Tourinho, Scolari ressaltou que o jornalismo traz consigo duas características presentes neste tipo de narrativa: uma delas é estar presente em diversas plataformas, ou seja, o conteúdo aparece expandido em multimeios; e o outro elemento é a possibilidade de que os usuários possam colaborar com a construção da notícia/história. Então, se o jornalismo é uma representação da realidade não teria como acompanhar o comportamento atual do consumidor de buscar informação em diversos lugares. Scolari exemplifica esse hábito:

Hoje vemos uma notícia no *twitter*, depois olhamos para ampliar se nos interessa e a noite vamos olhar na televisão. Ampliar com uma entrevista maior uma qualidade de imagem e no dia seguinte lemos em um jornal ou no *Ipad* um comentário crítico, opinião sobre essa mesma notícia. Temos uma narrativa, que se expande em muitos meios. Agregamos conteúdos, porque podemos mandar fotos, comentários e se cumprem essas características. (SCOLARI, 2012, entrevista online).

A experiência é potencializada no momento em que o consumidor entra em contato com os diversos produtos de um mesmo conteúdo. Para Cannito (2010) o telespectador quer é consumir conteúdos televisivos atrativos e diversificados. Ele concorda com Jenkins ao afirmar que o domínio no momento é do conteúdo, que é disseminado através da tecnologia e que precisa ser incorporada pelas pessoas. É o conteúdo que determina se as pessoas irão assistir, comentar, propagar. Mas precisa ser relevante e útil. Ele alerta que a tecnologia só progride se ela se torna uma necessidade para sociedade, ou seja, ela precisa ter uma utilidade trazendo de alguma forma uma espécie de satisfação.

A tecnologia que prospera é a criada pelas necessidades culturais dos seres humanos. Também o desenvolvimento de linguagens e formatos ideais para cada tipo de mídia deve ser feito em consonância com os hábitos culturais do público, pois não basta

existir a possibilidade tecnológica para que programação e estética se transformem. (CANNITO, 2010, p.16).

Outro ponto importante é a percepção de que é necessária uma nova forma de se pensar a mídia. Este é o cenário em que nos encontramos atualmente. As pessoas se apropriaram de uma tecnologia quando lhe é útil e rapidamente ela está internalizada nos hábitos cotidianos. Uma volta num *shopping* ou em um restaurante nos faz perceber que a comunicação entre as pessoas que acontece através, principalmente, dos celulares é irreversível. Os comportamentos mudaram na sociedade e estão se adaptando e criando necessidades que antes não faziam parte do dia a dia. Os acontecimentos agora fazem parte desse novo espaço público expandido, onde as pessoas participam, interagem, fazendo fotos, vídeos de suas vidas e do entorno delas. É mais do que uma mudança de modelos e padrões:

A convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdo de mídia e em direção a relações cada vez mais complexas entre mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima (JENKINS, 2009, pg.325).

As notícias ocorrem no espaço público. Então, faz sentido que essa nova arquitetura das relações faça parte do meio televisivo, através do gênero telejornal. Charaudeau (2006) define o telejornal como um gênero que é composto de diversos elementos e que é formado pelo maior número de formas televisuais. Além disso, ele é marcado pela atualidade do dia que são as notícias. De acordo com o autor “espera-se do telejornal um recorte do mundo evenemencial em pequenos pedaços, recorte que mostraria o que ocorreu no espaço público, durante uma unidade de tempo – o cotidiano - a qual seria a mesma para todos os telespectadores” (p.228). Mas o que interessa para esta pesquisa é outra especificidade deste gênero do discurso da informação é o das relações e do contato. O apresentador é quem estabelece o contato com o telespectador através das saudações, a posição frontal que ocupa e a leitura das manchetes.

A relação entre o mundo referencial e o telespectador é assegurada pelo mesmo apresentador, que se apaga, se faz transparente e constrói, de si, uma imagem de enunciador impessoal; isso não o torna anônimo, pois ele mantém o domínio da gestão midiática do processo evenemencial. É ele que anuncia, que mostra, indicando abordar a notícia. (CHARAUDEAU, 2006, p.230)

O apresentador é então o ponto de contato com o telespectador. Ele é quem orchestra e organiza os acontecimentos ocorridos no cotidiano de uma sociedade. Num jargão jornalístico é o apresentador que “empacota” todo produto que é composto por reportagens, entradas ao vivo, imagens com informações, entrevistas e entrega para o telespectador.

Aqui se percebe a característica da identificação, do espelho da sociedade levantada por Wolton (1996), e que é proporcionada pela televisão. Ela é capaz de retratar e modificar as representações do mundo. Mesmo que todos assistam um mesmo acontecimento não significa que será percebido da mesma forma por todos. A informação coloca o espectador no contexto dos acontecimentos do qual faz parte, como cidadão em uma democracia de massa.

De alguma forma a informação desperta interesse e faz com que ele se sinta parte da história, mesmo que não seja como personagem principal de determinado fato. O telejornal é o programa televisivo onde estarão organizadas as informações que ocorreram nesse espaço público. Posteriormente, ou seja, depois de exibidos na televisão, esses conteúdos retornam ao espaço público sendo capaz de gerar discussões e conversas entre as pessoas. Para o autor este é o papel fundamental da televisão o de unir as pessoas, e de causar empatia através do reconhecimento do outro. “Os desafios de hoje, relacionados com a análise do papel da televisão num espaço público expandido, remetem, com efeito, diretamente a uma problemática sociológica e cultural em torno do laço social”. (WOLTON 1996, pg.100)

O telejornalismo já não é o mesmo na sociedade informacional, e o jornalista tem que se preparar para uma nova época em construção e não em extinção. Esse parece ser o dilema vivido pelo telejornalismo no momento. É preciso de alguma forma encontrar uma intersecção entre o jornalismo e o que está nas redes sociais, ou seja, atrair e fazer refletir esse novo público. Uma adaptação a um novo modelo que está de certa forma sendo imposto por um novo tipo de consumidor/telespectador. O que antes era um modelo vertical hoje se mostra fora

do eixo assumindo um desenho horizontal feito por muitas mãos. É uma profusão de informações sendo geradas e difundidas fora da tela da televisão e do controle dos profissionais de televisão.

Os avanços tecnológicos e as aspirações individuais à expressão fizeram surgir um novo tipo de comunicação descentralizada, centrada na interoperatividade e na utilização em rede. Não mais o desapossamento de si pela telaespetáculo, mas uma vontade de reapropriação, pelos sujeitos, das telas e dos instrumentos de comunicação (LIPOVETSKY & SERROY, 2009, pg.260).

Uma questão a ser considerada, e levantada também por Wolton (2011) é a importância da mediação e da filtragem por conta da profusão e abundância de informações. O excesso de informação do mesmo viés faz com que percamos a capacidade de ver o mundo, as diferenças e aprender a conviver com elas. Lipovetsky & Serroy (2009) abordam o assunto questionando “que espaço público de discussão e de deliberação se prepara quando uma forte tendência leva os internautas a preferir trocar informações com os que pensam como eles em vez de participar de contraditórios?” (p.129). Então, se por um lado a proliferação desenfreada de informação é vista por muitos como a chave para a liberdade da sociedade contemporânea, por outros ela é percebida como um fator desagregador. Esses autores destacam a importância social da televisão no papel da mediação. “O interesse da televisão é o de se dirigir ao grande público, mesmo sabendo que são vários públicos que a assistem. Esse é o segredo da televisão: como meio de massa, ela está ao lado do geral e não do particular”. (WOLTON, 1996, p.78). Nessa nova sociedade contemporânea o papel do jornalista como mediador é pertinente. Neste contexto, onde o excesso de informação nem sempre garante a multiplicidade de opiniões, as especialidades do profissional de jornalismo em selecionar os acontecimentos do espaço público parecem essenciais. Este também é um dos elementos presentes nesta ecologia de meios que faz tanto empresas de comunicação quanto jornalistas empreendam esforços para que a televisão continue relevante. Sendo útil tanto para seu público atual quanto principalmente para os públicos futuros. Para Scolari (2014), a hipertelevisão tem a possibilidade de manter um diálogo com os novos consumidores de entretenimento e notícias. Os conteúdos televisivos precisam ser atrativos a ponto de conquistar os nativos digitais.

Construindo um telespectador modelo que deve colocar em jogo todas as suas competências narrativas, perceptivas e cognitivas para interpretar um produto textual cada vez mais atomizado, multitela, transmídia, carregado de personagens que conduzem uma complexa trama de programas narrativos (SCOLARI, 2014, p. 50).

Para o autor, a hipertelevisão já está “simulando as experiências interativas e hipertextuais que já fazem parte a enciclopédia dos novos telespectadores”. O desafio é transpor essa linguagem para o telejornalismo.

3 INTERATIVIDADE, INTERAÇÃO E PARTICIPAÇÃO

As redes sociais ajudaram a popularizar e trazer para o cotidiano o termo interatividade. Mas aproximar o vocábulo dos estudos de comunicação percebe-se um enredamento de expressões semelhantes, e faz com que sejam necessárias algumas reflexões. Como alerta Mielniczuk (2004) “pensar a questão da interatividade relacionada à mídia é uma tarefa complexa não só pela natureza do assunto em si, mas pelo contexto de velozes transformações no qual ele está inserido” (p.173).

Mas talvez seja pertinente, antes de abordar as dificuldades ou, porque não dizer o entrelaçamento entre as definições de interatividade, dar um passo atrás e trazer para essa discussão o termo participação. De acordo com Bordenave (1987), a participação faz parte do ser humano, uma vez que é necessária para o convívio com os demais. “Participação é o caminho natural para o homem exprimir sua tendência inata de realizar, fazer coisas, afirmar-se a si mesmo e dominar a natureza e o mundo” (p.16). Portanto, é através da participação que os indivíduos têm a possibilidade de alcançar objetivos e solucionar questões que sozinhos não conseguiriam. Pode-se dizer então, que ela é inseparável dos seres humanos uma vez que é necessária para o estabelecimento das relações. O autor reafirma isso ao dizer que:

É inerente à natureza social do homem, tendo o acompanhado sua evolução desde a tribo e o clã dos tempos primitivos até as associações, empresas e partidos políticos de hoje. Neste sentido, a frustração da necessidade de participar constitui uma mutilação do homem social. Tudo indica que o homem só desenvolverá seu potencial pleno numa sociedade que permita e facilite a participação de todos. (BORDANEVE, 1987, p.17).

Apesar da participação fazer parte do desenvolvimento da humanidade, o autor alerta que esta é uma aptidão que pode ser assimilada e melhorada com o tempo. Isso significa que é possível que um grupo possa aprender a participar por que se tratar de um processo. No momento em as pessoas conseguem compreender a realidade, a refletir e superar contradições há um incremento nesse

desenvolvimento. Esse aprendizado leva a qualidade da participação. É a partir disso que a habilidade das pessoas de identificar conflitos, tolerar divergências e respeitar opiniões surge. Além disso, esse processo ainda depende do grupo em que se está inserido e os papéis assumidos por cada indivíduo do grupo. A dinâmica da participação ainda precisa de dois ingredientes fundamentais: a informação e o diálogo. Quando a relaciona com a comunicação Bordenave (1987) diz que as duas estão entrelaçadas, a ponto de uma não existir sem a outra.

Na medida em que os grupos e associações intensificam sua intervenção no debate de assuntos e problemas locais, será cada vez mais necessário o domínio pela população dos meios e técnicas de *comunicação grupal* (...). Por outro lado, para que seja possível o debate popular em nível regional e nacional, terão de ser postos a serviço desta macroparticipação os *meios de comunicação social* mais modernos e abrangentes, e ainda os recursos de telemática, da televisão interativa e mesmo os satélites de comunicação". (BORDANEVE, 1987, p.72, grifo do autor).

Ainda de acordo com o autor, as tecnologias têm a capacidade tanto de estimular quanto de promover a democracia participativa. Então, quando trazida para atualidade a participação é potencializada através tecnologia. Mas a palavra parece ter caído no desuso e no seu lugar, mesmo que não seja nova também, agora o comum no cotidiano da sociedade é a palavra interatividade ou em algumas situações interação. Estes conceitos serão discutidos mais tarde.

Ao definir o processo de comunicação, Berlo (1999) estabelece a interação como objetivo da comunicação humana, e a classifica em quatro níveis de complexidade. O primeiro nível se refere a existência de uma interdependência entre fonte (emissor) e receptor, ou seja, um não existe sem o outro. "Cada qual precisa do outro para própria existência" (p.134). O segundo é estabelecido a partir de que essa interdependência pode ser observada como uma sequência de ação e reação. "A resposta inicial influencia a resposta que lhe é dada, a resposta dada influencia a resposta subsequente, etc" (p.135). No terceiro nível existe a preocupação de como a mensagem será respondida pelo outro. Nesse ponto, a interdependência em questão é a empatia, quando nos colocamos ou projetamos no lugar do outro a fim de compreender o mundo como a outra pessoa compreende. O último nível de interdependência é a interação, que nesta etapa, o termo estabelece o processo de adoção mútua de papéis. É o momento no qual é exercido uma troca de atitudes empáticas.

Quando duas pessoas interagem, põem-se uma no lugar da outra, procuram perceber o mundo como a outra o percebe, tentam prever como a outra responderá. A interação envolve a adoção recíproca de papéis, o emprego mútuo de capacidades empáticas. O objetivo da interação é a fusão da pessoa e do outro, a total capacidade de antecipar, de prever e comportar-se de acordo com as necessidades conjuntas da pessoa e do outro” (BERLO, 1999, p.136).

Então para o autor é a interação vai possibilitar que possamos atingir o propósito da comunicação humana. Mas alerta que nem sempre toda comunicação estabelecida é interativa. De certa forma não são em todas situações que este nível máximo de interdependência entre emissor e receptor é alcançado. Isso porque é possível atingirmos uma comunicação satisfatória sem a necessidade de mutualidade constante e profunda entre os agentes envolvidos nesse processo. Mas isso traz um ônus para o processo comunicativo. O fato é que quanto mais esses sujeitos estiverem envolvidos na situação interativa maior será satisfatória a capacidade de influenciar ou ser influenciado, ou seja, de tornar as habilidades empáticas efetivas. Mas é justamente neste ponto que Berlo (1999) encaminha uma consideração: “Grande parte do nosso comportamento social envolve a tentativa de encontrarmos substitutos para a interação, de encontrar bases de comunicação que consumam menos energia” (p.136). Diante dessa observação, o autor coloca que a reciprocidade proporcionada pela interação e pela empatia apresentam duas debilidades.

Uma delas é a *debilidade da interação*, como base de previsão, é de que consome energia. O permanente gasto de energia tanto mental quanto física da adoção de um papel é um fator desgastante no processo comunicativo. Portanto, o exercício constante de tentar fazer previsões de como será a resposta para a interação desejada, de como será o comportamento do outro e de como a pessoa quer ser percebida pelo outro é um esforço que demanda grande quantidade de energia. A realização dessa tarefa em situações sociais desconhecidas é capaz de produzir desgaste físico. “A contínua interpretação do mundo conforme o ponto de vista da outra pessoa é operação de consome muito tempo” (p.139). Para isso, tanto emissor quanto receptor tentariam encontrar ou desenvolver mecanismos para fazer essas previsões sem a demanda de tanto esforço.

A outra é *debilidade das previsões empáticas*, o sucesso na atividade para sentir o que sentiria o outro, caso estivesse na situação e circunstâncias experimentadas por outra pessoa não é uma tarefa fácil. Desenvolver a habilidade de se colocar no lugar do outro pode apresentar alguns pontos oscilantes que poderão influenciar no resultado que se pretende alcançar através da empatia. Berlo (1999) aponta como variáveis que podem afetar negativamente a adoções de papéis pretendidos: o tamanho do grupo, a falta de comunicação prévia, a falta de motivação numa situação de comunicação e a falta de sensibilidade ao comportamento dos outros. Esses quatro fatores diminuem a exatidão empática, conseqüentemente os agentes dessa interação tendem a buscar alternativas ou métodos para ludibriar ou simular tal debilidade. “Quando a situação é conveniente, a interação é provavelmente mais efetiva que qualquer outro meio de conduzir a comunicação. Quando a situação não é boa, precisamos de outras bases para as nossas previsões” (p.141). Essas debilidades apresentadas pelo autor demonstram que tanto fonte (emissor) quanto receptor procuram alternativas, ou seja, buscam meios para poder continuar realizando essa interação. Essa analogia parece pertinente para o que está sendo buscado neste trabalho, uma vez que a interatividade também se utiliza de alternativas e recursos para que possa acontecer.

Para Vittadini (1995) é necessário estabelecer uma diferença entre a interação e a interatividade. A interação se caracteriza pelo fato de que os sujeitos envolvidos nesta ação comunicacional devem entrar em contato um com o outro. Tendo assim cada um a capacidade de influenciar na ação do outro. “Também é fundamental a capacidade de ação de cada sujeito, que deve estar em condições de influir no sucessivo desenvolvimento da interação que é determinado por sua atuação: cada ação de um sujeito deve construir a premissa das ações realizadas posteriormente pelos demais. A interação se realiza sob uma série de regras e pode introduzir mudanças no contexto” (p.151). Ela acontece entre os indivíduos. Já a interatividade trata de imitar ou simular a interação realizada entre as pessoas. Ou seja, é “um tipo de comunicação possível graças às potencialidades de particulares configurações tecnológicas” (p.154).

Portanto, a interatividade é factível através de dispositivos informáticos e de canais bidirecionais que possibilitam a transmissão de informações. Para a autora, “a interatividade permitida pelas novas mídias apresenta características que a

diferencia profundamente da interação real entre os indivíduos ou com o meio ambiente e que a vinculam fortemente à mídia tradicional em cuja linha evolutiva está situada” (p.158). Na interatividade faltam alguns aspectos importantes da dinâmica da interação como a habilidade dos indivíduos de redesenharem o desenvolvimento dela ou a possibilidade de renegociar as regras que regem a troca.

No que se refere a interatividade eletrônico-digital, a autora vai apresentar como critérios para medir os níveis de interatividade: o tempo de resposta e complexidade do diálogo. Estes são dois aspectos importantes já que precisam ser levados em consideração já que se trata de situações mediadas por meio eletrônico e que pretendem simular situações reais de interações. Para que a interatividade se realize é necessário que o tempo de resposta de uma solicitação de um usuário seja satisfatório. De acordo com Vittadini (1995), quanto mais rápidas forem essas respostas, quase instantâneas ou simultâneas por parte do sistema, mais eficaz será a qualidade dessa comunicação interativa. Já em relação a complexidade do diálogo, o nível de interatividade está ligado a capacidade que o sistema tem de simular o diálogo interpessoal, a ponto de se assemelhar a um interlocutor real. São três os níveis de complexidade neste âmbito:

1. **Baixa complexidade:** são os sistemas que permitem apenas ao usuário estabelecer uma atividade de seleção de respostas, através de um menu de opções. O sistema não absorve as informações fornecidas pelo usuário.
2. **Média complexidade:** são sistemas interativos que permitem a comunicação entre os usuários através da troca de mensagens de texto. O exemplo é o Videotel, sistema italiano. O sistema permite apenas a troca de mensagens de texto e não a interação.
3. **Alta complexidade:** são sistemas mais complexos que levam em consideração as informações fornecidas pelo usuário, levando em conta as fases intermediárias da conversação. A realidade virtual encontra-se neste nível.

Ao discutir o assunto, Primo (2000) sugere dois tipos de interação: a mútua e a reativa. A primeira possui elementos interdependentes – o que remete a Berlo (1999) - faz parte de um sistema aberto, ou seja, “Onde um é afetado, o sistema total se modifica. O contexto oferece importante influência ao sistema, por existirem constantes trocas entre eles” (p.86). Eles estão orientados para evolução e para o

desenvolvimento. Já a interação reativa é oposta apresentando relações unilaterais e lineares. De acordo com o autor, “o reagente tem pouca ou nenhuma condição de alterar o agente. Além disso, tal sistema não percebe o contexto e, portanto, não reage a ele. Por não efetuar trocas com o ambiente, o sistema não evolui” (p.87).

Lemos (2010) apresenta também uma categorização para as diversas formas como interagimos no nosso dia a dia. “Nós experimentamos, todos os dias, formas de interação ao mesmo tempo técnica e social. Nossa relação com o mundo é uma relação interativa onde, às ações variadas correspondem retroações as mais diversas. Essa interação funda toda vida em sociedade (p.1). Conforme o autor a classificação proposta é a da interação social e interação técnica. A primeira é a relação entre homem-homem, e que pode ser chamada simplesmente como interação. Já a segunda, e que interessa nesta pesquisa é relação homem-técnica, ou seja, a relação do homem com a máquina.

A interação homem-técnica é assim, uma atividade tecno-social presente em todas as etapas da civilização. O que vemos hoje, com as tecnologias do digital, não é a criação da interatividade propriamente dita, mas de processos baseados em manipulações de informações binárias (LEMOS 2010, p.01).

Para o autor o entendimento de interatividade está diretamente ligado aos media eletrônicos. Além disso, hoje em dia tudo a nossa volta é tratado como interativo. Tanto para Lemos quanto para Vittadini existe uma importante diferença entre interação e interatividade. Os dois concordam que a interação pertence a relação interpessoal, e a interatividade é mediada por computadores e tem como propósito viabilizar a interação.

Essa mediação possibilitada pelas tecnologias digitais acontece através da interface, espaço em que a interação se desenrola. Portanto é o ambiente virtual é onde as simulações encontram terreno para imitar a interação interpessoal. O objetivo constante de aprimorar essa interação simulada é a manuseio direto da informação. Para Lemos (2010) “a tendência do século XXI é ser o século da interatividade digital, cuja característica principal é a manipulação ‘hipertextual’ da informação” (p.7). O autor explica que os hipertextos são informações textuais, combinadas com imagens (animadas ou fixas) e sons, organizadas de forma a promover uma leitura ou navegação não-linear, baseada em indexações e associações de ideias e conceitos, sob a forma de “links”. Desse modo os “links”

comportam-se como janelas virtuais que possibilitam conexões com outras informações. De acordo com o autor nem a internet e nem as mídias digitais são responsáveis pela criação da interatividade; o que fizeram foi transformar as relações mediadas pelas tecnologias analógicas em processos baseados em manipulações de informações binárias. “O que compreendemos hoje por interatividade, nada mais é que uma nova forma de interação técnica, de cunho “eletrônico-digital”, diferente da interação “analógica” que caracterizou os media tradicionais” (p.1).

A interatividade na televisão serviu de base para Lemos (2010) estabelecer uma classificação de quatro níveis sobre o tema:

- **Nível 0** - Estágio em que a televisão era em preto e branco. Neste estágio os telespectadores se limitavam a trocar canais, ajustar volume, brilho e cor. Além de ter poucas opções de canais.
- **Nível 1** - Junto com o surgimento da TV em cores aparece também o controle remoto, o telespectador tem a possibilidade de trocar de canais sem sair do sofá (zapping). Nesta fase aparecem uma quantidade maior de canais.
- **Nível 2** – O telespectador passa a utilizar a televisão associada a outros equipamentos como câmeras, consoles de jogos eletrônicos e vídeos cassetes. Com este último passou a alterar a lógica da programação assistindo a programas gravados na hora em que desejasse.
- **Nível 3** – Os telespectadores passam a interferir nas emissoras através de telefones, e-mails. Nesta etapa surgem programas que propiciam a participação da audiência, como o programa “Você Decide”, da Rede Globo. Aqui surgem sinais de interatividade.
- **Nível 4** – Nesse estágio surge o conceito de televisão interativa, onde os telespectadores podem interferir nos programas, mas principalmente de tv a cabo. Isso se dá através do controle remoto, escolhendo assim conteúdos que lhes agradem.

Outros dois autores Montez e Becker (2005) acrescentaram a classificação de Lemos (2010) avançando mais três níveis. No entendimento destes dois autores,

“no nível 4 o telespectador ainda não tem controle total sobre a programação. Ele apenas reage a impulsos e caminhos pré-definidos pelo transmissor” (p.36).

- **Nível 5** – O telespectador passa a interferir na programação enviando vídeos de webcam ou feitos com as câmeras analógicas. Torna-se necessário a criação de um canal de retorno para estabelecer diálogo entre a emissora e o telespectador.
- **Nível 6** - Neste nível as imagens enviadas pelos telespectadores são de alta qualidade, e na sua maioria gravadas com câmeras de celulares e semelhantes as transmitidas pela emissora.
- **Nível 7** - Neste nível, a interatividade plena é atingida. O telespectador passa a se confundir com o transmissor, podendo gerar conteúdo. Dessa forma, ele pode romper o monopólio da produção e veiculação das tradicionais redes de televisão.

Embora a televisão já esteja vivenciando esse último nível de interatividade proposto por Montez e Becker, mesmo que os telespectadores possam influenciar e participar do conteúdo exibido pelas emissoras, ainda existe uma curadoria do que é recebido pelos jornalistas nas redações brasileiras. O telespectador pode gerar conteúdo e compartilhar com as redações, mas não determina ou define o que vai ou não ao ar. Não é possível saber se isto de fato é o que o telespectador pretende. Aparentemente, o que deseja é compartilhar os acontecimentos que estão próximos a ele ou que de certa forma o impliquem. Em diversas situações o que é enviado pelo telespectador nem sempre tem relação com a factualidade, um dos critérios perseguidos pelos jornalistas. Então, mesmo que a relação entre emissor e receptor tenha evoluído, no que se refere a televisão⁶, o nível 7 ainda se mostra insuficiente para ser definido como o da interatividade plena.

Os estudos na busca de entender como funciona e se comporta a interatividade na televisão são recorrentes. Nesta pesquisa, relacionamos algumas destas reflexões. Como ao longo das últimas três décadas a tecnologia avançou em

⁶ Canitto (2010) alerta que a interatividade já acontecia desde o início da televisão quando os telespectadores mandavam carta e faziam ligações para as redações. (pg.144)

velocidade exponencial, e certamente alguns destes estudos poderiam ser revistos. Mas, é importante destacar que cada um tem seu valor no seu tempo. O fenômeno é sempre observado dentro do contexto. Por consequência, reflete o recorte daquele momento. Sem este percurso não seria possível seguir indagando sobre os avanços e efeitos envolvendo a interatividade e a televisão.

Para este estudo, serão significativos o entendimento sobre **participação** (Bordenave,1987) e o cruzamento com a assimilação de que a **interatividade** (Vittadini,1995), (Lemos, 2010) e (Montez; Becker, 2005) é mediada e tem o objetivo de se assemelhar a interação. Aplicado a estes, também serão úteis os conceitos de **interdependência** e **debilidades de interação** (Berlo,1999). Esta pesquisa tem a participação como foco principal. O fato é que falar sobre ela, atualmente e, não aproximá-la da interatividade não parece coerente.

3.1 TELEJORNALISMO E INTERATIVIDADE

Como já foi destacado na introdução deste trabalho, em um artigo para sua tese de doutorado Tourinho (2018) investigou os níveis de interatividade em telejornais de Portugal e do Brasil. O estudo aconteceu nos primeiros anos da implantação da TDT – TV Digital Terrestre⁷ -, lançada para substituir a tecnologia da televisão analógica. Aqui no Brasil está sendo instaurada através da Agência Nacional de Telecomunicações, ANATEL. O que interessa para esta pesquisa é a análise dos telejornais brasileiros. O autor destaca que entre as promessas desta nova tecnologia está o aprimoramento da experiência de assistir televisão e a possibilidade da interatividade. No Brasil, a propaganda institucional sobre o HDTV é principalmente o fato de que vai possibilitar melhor qualidade de imagem e som.

Tourinho (2018) desenvolveu o que chamou de Modelo de Análise de Telejornal Interativo – MATI -, e identificou variáveis que possibilitem identificar a interação nos telejornais a partir de perspectivas política e operacional. A primeira diz respeito à efetiva disposição de se ouvir o outro lado, de se compartilhar poder

⁷ No Brasil, o sinal analógico de TV começou a ser desligado em 28 de novembro de 2011 e têm como previsão de conclusão o ano de 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-11/sinal-analogico-sera-desligado-amanha-no-interior-do-pr-rs-rj-e-sp> < Acesso em 25 abr 2020.

e permitir a interferência. Está associada ao campo da cidadania. Apresenta um indício de que tem a intenção de abrir espaço para manifestação do telespectador. Já a segunda oferece o suporte capaz de oferecer as ações de participação política e atende os interesses comerciais, especialmente nas esferas do entretenimento. O autor apresenta 5 níveis de interatividade onde essas duas variáveis são relacionadas, onde quanto maior o nível o maior será a interatividade do telejornal.

Sob a perspectiva política:

- **Nível 1** - a interação é primária e dá conta do simples cumprimento formal (saudação), pouco avançam na construção do diálogo entre os operadores de tv e os telespectadores
- **Nível 2** - ainda relacionada com a enunciação, mas traz um texto mais coloquial. Revela a intenção de aproximação através de linguagem simples e direta. Disposição de quebrar a rigidez do discurso único.
- **Nível 3** - telejornal solicita a participação do telespectador, ou seja, possibilidade de colaboração. Evoca a participação dele na produção do telejornal.
- **Nível 4** - telejornal reconhece e dá direito uma postura ativa ao telespectador no programa. O emissor pode acatar as interferências da audiência, mas ainda é o organizador do conteúdo e dono da palavra final na produção do telejornal.
- **Nível 5** - telespectador acumula características dos níveis anteriores e ganha a possibilidade de interferir. Ele exerce permanente “fiscalização” do conteúdo, “posta” à vontade e tem igualdade de poder com o operador do telejornal. É caracterizado pela existência da tecnologia da TV Digital. Neste nível é necessário estabelecer um novo contrato social entre emissoras e telespectadores. Além de ser necessário resolver problemas relacionados, por exemplo, com conceito de direito de propriedade.

Sob a perspectiva operacional:

- **Nível 1** - apresenta características da TV analógica com o controle remoto, a utilização de aparelhos periféricos. Neste nível pode aparecer no telejornal o site da emissora possibilitando assim o estímulo a convergência, caso o telespectador seja levado até lá e a efetive.
- **Nível 2** - o telespectador pode encontrar tanto conteúdo extra e convergente, quando o operador oferece acréscimo à programação clássica do telejornal a partir do próprio dispositivo. São conteúdos complementares em que o telespectador apenas recebe e reage. A convergência ainda é incipiente.
- **Nível 3** - aqui o telespectador é estimulado a fazer conexões entre conteúdos relacionados em outras plataformas midiáticas como blogs, vlogs, redes sociais. O operador demonstra desejo de estar mais próximo do telespectador. A oferta ou sugestão de uso de um “Canal de retorno” (smartphone, telefone, aplicativos, segunda tela etc.) sugere que o cidadão começa a evoluir em sua condição anterior de pouca atividade e ganha a permissão de interagir. Aqui a relação com a emissora deixa de ser unicamente reativa e o telespectador já pode interferir. Ainda assim, este não dispõe de poder de decisão sobre a publicação de suas intervenções.
- **Nível 4** - Numa evolução dos níveis anteriores, que podem ou não se apresentar conjuntamente, este patamar caracteriza-se pela existência de tecnologia avançada da TV Digital e pela facilidade de um “Canal de retorno” de alta velocidade. O telespectador ganha facilidade para se expressar, mas o poder de decisão permanece com o operador, a quem cabe autorizar a exibição do conteúdo gerado por este canal auxiliar.
- **Nível 5** - O telespectador tem acesso ao telejornal na hora e no lugar em que desejar cumulativamente aos níveis anteriores. A variável “Fluxo” representa o fim da tradicional visão da transmissão unidirecional da televisão ao permitir o Vídeo sob Demanda e a mobilidade da recepção. Caem os paradigmas de

imobilidade temporal e espacial. As condições técnicas permitem ao telespectador interferir no telejornal com a mesma facilidade que um internauta interfere nas redes sociais. Aqui a tecnologia permite ao telespectador compartilhar poder e exercer papel ativo na construção do produto.

Ao cruzar essas duas escalas de interatividade, Tourinho (2008) observou que quanto mais audiência o telejornal tiver menos suscetível a adotar uma postura de maior interatividade e aproximação com o telespectador. “A negação ou o adiamento da incorporação de uma linguagem interativa reflete um modo de pensar ainda moldado pelas práticas tradicionais da comunicação de massa e, até mesmo, uma incapacidade comunicativa dentro dos novos parâmetros da comunicação digital em rede” (p.16). O oposto acontece nos telejornais que são menos assistidos. Esses possibilitam maior capacidade de experimentação e apresentam ofertas interativas mais consistentes. Para o autor:

Se ainda faltava uma razão para ofertar níveis mais avançados de interação para gerar mais autonomia e ampliar o conjunto das vozes na construção dos informativos, eis ela aqui. A individualidade das massas quer ser ouvida e, na ausência de canais massivos que a ouça, toma outros espaços, como as ruas, nas manifestações citadas. Portanto, mais do que um assunto exclusivo da mídia, a interação apresenta-se como uma demanda social: a (re) elaboração de um espaço público plural” (TOURINHO, 2008, p.16).

Essa demanda por participação e o abandono da individualidade, apontada pelo autor, pode ser demonstrada através de uma pesquisa⁸ que mostra que no Brasil a produção de conteúdo em redes sociais aumentou consideravelmente entre 2011 e 2019. Antes, 34% das pessoas declararam postar em suas redes e, agora, o número subiu para 69%. O usuário passou a compartilhar seu próprio material. Talvez a questão sobre a participação ainda seja de que forma este novo telespectador vai modificar o conteúdo do telejornal. Essa intervenção provavelmente não se dará em tempo real. Alguns fatores que podem interferir nesse processo: a televisão continua formatada através de uma grade de programação, por isso possui tempo determinado para programas e intervalos, e

⁸ Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/o-que-mudou-no-brasil-em-20-anos-um-mergulho-em-duas-decadas-de-historia-do-target-group-index/>> Acesso em: 25 fevereiro 2020.

além disso é uma concessão pública, portanto responsável pelo conteúdo que veicula.

Apesar da pesquisa de Tourinho (2008) exposta anteriormente, não se referir aos telejornais locais é preciso destacar que na disposição da grade de programação das televisões brasileiras eles estão dispostos antes dos jornais de rede, analisados por ele. Neste trabalho, o recorte está ficado no telejornalismo local onde as relações de proximidade acontecem mais convenientemente.

Na estrutura de rede de afiliação em que a televisão brasileira está organizada, os locais são valorizados e geralmente antecedem os jornais exibidos nacionalmente. O objeto desta pesquisa demonstra isso. Em janeiro de 2019, os Bom Dia praça, como são chamados os locais que entram na grade antes do telejornal de rede Bom Dia Brasil, da Rede Globo, ganharam mais meia hora de produção totalizando 2 horas de telejornal local. Ambiente propício, então para que a participação do telespectador ganhe mais espaço e atenção. Os telejornais das emissoras afiliadas garantem e asseguram audiências para os telejornais da cabeça de rede. Para se ter uma ideia, em abril deste ano o Jornal do Almoço, jornal local da RBS TV⁹ afiliada da Rede Globo, teve no dia 24 uma média de 588 mil telespectadores por minuto e alcançou 920 mil pessoas. De acordo com a Kantar Ibope, instituição que faz este acompanhamento, esta foi a segunda melhor audiência desde o início da medição na Grande Porto Alegre, em 2020.

Mata (2011) observa que as emissoras locais e de rede buscam estabelecer vínculo e pertencimento com seus públicos. Dessa forma, tentam especular se essa relação acaba sendo revertida em audiência e, conseqüentemente em anunciantes. Portanto, é no espaço local que o telespectador vai encontrar identificação e proximidade, mesmo que por traz disto exista algum tipo de interesse. Instituir e manter esta conexão com o seu público é um exercício diário e constante dos profissionais de comunicação envolvidos nestes programas. Para o autor:

“A imagem dos acontecimentos se apresenta como mediadora icônica dos fatos, ou seja, pretende ser uma representação pela semelhança. Os referentes são os próprios acontecimentos, com seus personagens, suas

⁹ Veículos da RBS batem recordes de audiência. Disponível em <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/noticia/2020/04/veiculos-da-rbs-batem-recordes-de-audiencia-ck8kpt33601gj01pmcw6la6v2.html>> Acesso em 05 out de 20.

ações, ainda que sujeitos às necessárias seleções de cunho editorial e mesmo operacional" (MATA,2011, p.65).

O público participa do telejornal por que de certa forma está implicado naquele acontecimento ou ainda por fazer parte daquele contexto mostrado na televisão local. Ainda sobre proximidade e construção de identidade, Coutinho e Martins (2008) afirmam que “quando as notícias se referem à nossa cidade essa mediação se torna ainda mais estreita, pois o lugar do qual se fala também é o lugar em que o telespectador está” (p.6). Portanto, o indivíduo ocupa e divide o mesmo espaço público com a mídia. Pode-se por assim dizer, que o telejornalismo é um lugar de referência (Vizeu, 2009) para o telespectador. É ele quem organiza os acontecimentos cotidianos através da mediação das notícias, tonando as mais palatáveis e compreensível que está ao nosso redor.

O telejornalismo local, a partir da perspectiva de lugar de referência, funciona como uma espécie de lugar onde as pessoas buscam e procuram informações para tentar entender o que está ocorrendo em um espaço mais próximo de onde sua vida se efetiva (VIZEU; CERQUEIRA, 2019,p.47)

A certa medida, que o telejornalismo brasileiro tem a capacidade de levar ao público a compreensão de sensação de confiança e também de tranquilidade. O autor aproxima o conceito de lugar de referência fazendo uma relação com o sentimento de pertencimento que sentimos nos núcleos sociais dos quais nos sentimos parte: família, amigos, escola e religião. O entendimento sobre a importância do telejornalismo local no contexto da participação é necessário para esta pesquisa. Uma vez que estabelece com o telespectador um vínculo criado a partir da mediação das notícias que acontecem ao redor dele. Este parece ser um fator que contribui para que o público participe do telejornal. Isso porque o que está na TV também faz parte da sua vida.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste trabalho, foi adotado o método de Análise de Conteúdo, proposto por Bardin (2004). Segundo Laurence Bardin, análise de conteúdo é “um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a “discursos” (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (p.7). Esta técnica é usada há mais de meio século como instrumento de análise das comunicações, principalmente no jornalismo, o que torna pertinente sua utilização nesta pesquisa. De acordo com a autora é a partir da segunda metade do século XX que duas iniciativas foram significativas para o aprimoramento das técnicas de análise de conteúdo. Uma é a objetividade que passa a ser aceita de uma forma mais favorável a combinação da compreensão clínica, que aliada a contribuição estatística, passa a ter valor científico. Para Bardin (2004) é nesse momento que a análise de conteúdo toma:

consciência de sua função ou o seu objetivo é a *inferência*. Que esta inferência se realize tendo por base indicadores de frequência, ou, cada vez\ mais assiduamente, com ajuda de indicadores combinados (cf. análise das co-ocorrência), tomam-se consciência de que, a partir dos resultados da análise, se pode regressar às suas causas, ou até descer aos efeitos das características das comunicações (p.19) (grifo do autor).

Ou seja, nesse sentido a análise de conteúdo deixou de ser apenas descritiva e passou a usar dedução, por meio de análises. Tais inferências procuram esclarecer as causas das mensagens ou as consequências que elas podem provocar. Pode-se dizer que dois são os objetivos da análise de conteúdo: um é a superação da incerteza que está ligado ao desejo de rigor, onde a visão do pesquisador precisa ser generalizada; o outro é o enriquecimento da leitura relacionado a necessidade de descobrir, que no sentido de aumentar a produtividade da análise espontânea. A autora define as prováveis aplicações da análise de conteúdo como um método de categorias que permite a classificação dos componentes do significado da mensagem em espécies de gavetas. Para Bardin (2004) uma análise de conteúdo ocupa-se de uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo extraído nas comunicações e sua respectiva interpretação, ou seja, é o:

Conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimento relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2004, p.37).

De acordo com os procedimentos sugeridos pela autora a análise de conteúdo possui diferentes fases, que são organizadas em três polos e que devem seguir essa ordem cronológica. A primeira é a pré-análise, onde ocorre escolha da amostra, a organização do material e a sistematização ideias iniciais. É nesta etapa que acontece o que a autora definiu como “leitura flutuante” onde é possível ao pesquisador estabelecer o primeiro contato com os documentos a serem analisados. Este é o momento de exploração dos materiais, onde será feita a codificação que serão transformados em sistematicamente e agrupados em unidades. A segunda é a exploração do material que consiste na operação de categorização dos dados. Para Bardin (2004) uma unidade de registro significa uma unidade a ser codificada, podendo ser um tema, uma palavra ou uma frase. Esta é considerada a fase mais demorada e cansativa da pesquisa por conter as operações de codificação, decomposição ou enumeração. A terceira e última é a interpretação dos dados brutos, a inferência e o tratamento dos resultados. Nesta etapa o pesquisador precisa retornar ao referencial teórico para que possa embasar a análise conferindo sentido à interpretação.

O objeto de estudo desta pesquisa é o telejornal Bom Dia São Paulo, da Rede Globo. Este é um dos telejornais da emissora que mais se apropria das participações dos telespectadores através das redes sociais e *apps* de troca de mensagens. O *corpus* será composto por cinco edições/programas e será selecionado um dia por semana do mês de novembro. A escolha se dá para que seja possível montar uma amostra que represente uma semana completa do referido mês. O protótipo construído representa uma semana artificial, mas confiável. A opção parece pertinente porque as edições das sextas-feiras, por exemplo tendem a ser um pouco mais leves trazendo agendas culturais e dando um tom de encerramento de um ciclo. Desta forma, também será possível evitar dias consecutivos de assuntos que possam gerar suítes¹⁰ e assim evitar a contaminação

¹⁰ Termo usado no jornalismo para definir quando uma reportagem se originou de uma matéria anterior.

da amostra. A intenção é verificar como o telejornalismo se relaciona com seu telespectador em tempos de convergência digital e transmídia e como se apropria do conteúdo enviado por ele para o telejornal através dos canais disponíveis na internet. Principalmente, o que se pretende investigar é de que forma a participação do telespectador acontece e está inserida no telejornal. Para compreender melhor o fenômeno da interatividade na televisão o conceito de Hipertelevisão de Scolari (2014) é adequado, principalmente no que diz respeito a simulação das experiências interativas.

Para Bardin (2004), a fase da formulação de hipóteses propostas são provisórias já que precisam passar pela verificação para que possam ser confirmadas ou não através dos procedimentos de análise, ou seja, “trata-se e uma suposição cuja origem é a intuição e que permanece em suspenso até enquanto não for submetida a à prova de dados seguros” (p.92). Este estudo parte do pressuposto de que, o telejornalismo brasileiro se utiliza da linguagem de internet e da participação do telespectador para se inserir nesse novo contexto de comunicação. Dessa forma a televisão continua garantindo relevância e mantendo-se como importante elo social. O objetivo geral é saber se o envio, a utilização de vídeos, imagens e mensagens podem ser consideradas como interatividade ou devem ser vistas como simulação de experiências interativas; além disso se a relação estabelecida entre telespectador e o telejornalismo brasileiro tem a possibilidade de alterar efetivamente o conteúdo.

Na fase da referenciação dos índices e a elaboração de indicadores, é onde ocorre a organização sistemática dos índices manifestados durante a leitura flutuante. De acordo com a autora, elas são as manifestações que mais aparecem na análise da leitura inicial da amostra. Na primeira observação, que será utilizada no teste de verificação, foi selecionada aleatoriamente uma edição do mês de novembro de 2019. Através desse primeiro contato ficou evidenciado que o telejornal tem a intenção de que o telespectador participe do jornal, de que ele se sinta parte ativa, ou seja, de ele também acredite que ajuda a fazer as notícias. O apresentador já faz referência aos telespectadores nas manchetes - principais assuntos que vão estar no programa -, é inclusive a primeiro assunto citado antes de começar a chamar os repórteres ao vivo. Os blocos seguintes do telejornal iniciam com a leitura das mensagens enviadas pelas redes sociais com destaque para fotos e vídeos. Existe uma preocupação de manter uma relação de interação,

uma vez que perguntas feitas através daquele canal são respondidas como se uma conversa estivesse estabelecida. A cada saída de bloco ou a seguir são mostrados três vídeos curtos que são enviados para o *WhatsApp* do programa com o nome, a identificação da cidade e a frase: “O Bom Dia São Paulo Volta Já”. Sempre antes de chamar esse conteúdo, cada pessoa é citada nominalmente pelo apresentador. Essa é mais uma tentativa de criar identificação com o telespectador. Os vídeos e sugestões de reportagens enviadas pelo mesmo aplicativo de mensagens servem de base para matérias e até mesmo são incluídas nas mesmas. Durante todo telejornal os apresentadores estimulam quem está assistindo a participar utilizando as redes sociais do programa. Além disso, em vários momentos aparecem tarjas (*templates*) com o número do celular e com a frase mande fotos e vídeos, além do endereço do site onde são encontradas informações adicionais e da hashtag do telejornal.

Neste ambiente e ancorado na observação inicial, as unidades de registro definidas estão relacionadas ao panorama da **participação** do telespectador e a forma como os apresentadores interagem com a audiência. As unidades de registro estão relacionadas aos níveis de **interatividade** estabelecidos inicialmente por Berlo (1999) e por Tourinho (2011). Dessa forma será possível tratar em diferentes profundidades de que forma e em que grau é estabelecida a relação entre o telejornal e seus públicos. Relacionadas ao receptor as categorias estabelecidas foram:

1. **Contribuição**, onde será verificado o que é enviado pelo telespectador como fotos, vídeos e mensagens não importando o meio pelo qual chegam ao telejornal (app de mensagens ou redes sociais);
2. **Tema**, nesta estarão relacionados os assuntos mais recorrentes e que são enviados pelo telespectador.

Já as categorias das unidades de registro ligadas ao emissor estão:

1. **Estímulo**, nesta o apresentador solicita aos telespectadores que colaborarem, ou seja, existe o convite que resulta numa resposta que é a participação;

2. **Tempo**, para mensurar a importância dessa participação no telejornal é preciso quantificar a duração dessa colaboração, uma vez que o tempo no jornalismo de televisão é algo efêmero.

3. **Conteúdo**, vai verificar se existe uma interdependência na troca de mensagens entre a audiência e o telejornal, um influencia na ação do outro; o resultado dessa relação complementa o conteúdo do telejornal.

TABELA 2: Identificação das unidades de registro categorias de análise

UNIDADES DE REGISTRO	CATEGORIAS	
PARTICIPAÇÃO	CONTRIBUIÇÃO <hr/> TEMA	fotos, vídeos e mensagens enviadas não importando o meio pelo qual chegam ao telejornal (app de mensagens ou redes sociais) <hr/> assuntos mais recorrentes e que são enviados pelo telespectador
INTERATIVIDADE	ESTÍMULO	apresentador solicita aos telespectadores que colaborem
	TEMPO	mensura a importância dessa participação dentro do telejornal
	CONTEÚDO	existe uma interdependência na troca de mensagens entre a audiência e o telejornal, que resulte na complementação do conteúdo

Fonte: Autora (2020)

Dessa forma a classificação parece possibilitar uma observação detalhada dos elementos integrantes do telejornal. A partir dessas camadas de análise propostas por Bardin (2004) pretende-se, com base na bibliografia apresentada anteriormente, estabelecer se de fato existe interatividade ou experiências interativas e, se o resultado altera o conteúdo.

A análise será feita através do portal da plataforma de repositório de vídeos da Rede Globo - Globoplay -. Nesta plataforma online ficam hospedados as reportagens exibidas nos telejornais e a íntegra dos mesmos, possibilitando assim acesso ao conteúdo a ser analisado neste estudo.

4.1 BOM DIA SÃO PAULO

O telejornal Bom Dia São Paulo¹¹, da Rede Globo é o programa de notícias locais/regionais mais antigo da emissora. A primeira edição foi ao ar em abril de 1977. De acordo com a emissora, surgiu como uma aposta de um jornalismo dinâmico, com noticiário local, prestação de serviços, entradas ao vivo a partir de diferentes pontos da cidade e entrevistas em tom descontraído. O objetivo com esse modelo era formar um público cativo na faixa de horário que ocupava, considerada difícil para o telejornalismo até então.

De lá para cá sofreu mudanças de horários e ganhou mais tempo de produção. Desde 21 de janeiro de 2019 têm duas horas de duração e inicia às 6h da manhã, de segunda a sexta-feira. O Bom Dia São Paulo é exibido na Capital Paulista e na Grande São Paulo e está sob a apresentação do jornalista Rodrigo Bocardi que divide o estúdio com a também jornalista Sabrina Sominato¹². Ela se concentra as notícias relacionadas a trânsito e tempo. Duas editorias importantes, já que o principal pilar é a prestação de serviço, que dão conta dos assuntos de saúde, denúncias, reportagens. Além de repórteres que trazem informações gravadas e ao vivo durante o telejornal.

Atualmente, o estúdio do Bom Dia São Paulo é envidraçado, dando a sensação ao telespectador de estar olhando através de uma janela. Atrás dos apresentadores é possível ver a Ponte Estaiada Octavio Frias de Oliveira, a Marginal Pinheiros e a Brooklin Novo. Esta perspectiva já permite a quem está assistindo obter informações do que está acontecendo lá fora. A bancada pertence

¹¹ Site institucional da Rede Globo onde tem um registro do histórico do telejornal Bom Dia São Paulo. <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/bom-dia-sao-paulo/> > Acesso em 27 abr 2020.

¹² Sabrina Simonato assumiu o tempo e o trânsito no dia 23 de outubro deste ano quando a apresentadora até então, Glória Vanique deixou a TV Globo.

ao passado e o telejornal agora é apresentado de pé. O estúdio conta ainda com duas telas interativas que possibilitam aos apresentadores tocarem nas telas onde são abertos menus com conteúdo de redes sociais, tempo, trânsito ou outro assunto pertinente.

A opção por analisar um jornal local acontece por ser o espaço onde a experimentação de novos formatos e narrativas estão mais presentes nesta emissora. Além disso, o Bom Dia São Paulo representa o tipo de telejornalismo local feito atualmente no Brasil. Isso porque a Rede Globo possui 122, onde os telejornais locais ou os Bom Dia Praça que são exibidos nos estados seguem este mesmo modelo. Paternostro (1999) ao traçar uma linha do tempo dos telejornais da televisão brasileira, refere-se a ele como sendo um jornal inovador para época e sendo útil ao telespectador, através da prestação de serviços.

Utilizando pela primeira vez, no jornalismo diário, o equipamento UPJ - unidade portátil de jornalismo, com repórteres entrando ao vivo com links em vários pontos da cidade, transmitindo informações de serviço para o paulistano como tempo, trânsito, movimentação da cidade, aeroportos, etc. Em pouco tempo, as praças e emissoras afiliadas da Rede Globo implantaram o Bom Dia Praça, no mesmo horário matutino e regionalizado. A característica comunitária desse telejornal permanece até os dias de hoje. (PATERNOSTRO, 1999, p.36).

Em maio deste ano, chegou a ter mais pessoas sintonizadas do que o Jornal Nacional. De acordo com notícia publicada no portal Uol¹³, o telejornal matinal marcou 8,6 pontos na Grande São Paulo e teve share de 37,7% - de cada 100 televisores ligados, 37,7 estavam no BDSP -. Superou telejornais como o Jornal Nacional (36,8%), o SP2 (34,7%) e o futebol (34,7). Apesar de não ser possível o acesso às audiências do telejornal através do site do Ibope, essa reportagem dá a possibilidade de especular que o “Bom Dia SP” como também é chamado, atende a um público diversificado, e que sua fórmula parece atender à expectativa do seu público.

Muitas dessas características descritas pela autora continuam fazendo parte das qualidades do telejornal. Hoje agrega novas tecnologias, o que demonstra

¹³ Fenômeno, Bom Dia SP é mais sintonizado do que Jornal Nacional e SP2. Disponível em> <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/fenomeno-bom-dia-sp-e-mais-sintonizado-do-que-jornal-nacional-e-sp2-26983?cpid=txt> > Acesso em 30 out 2019.

uma preocupação com a atualização constante. De alguma forma, a participação do telespectador sempre esteve presente no telejornal, mas, no último ano, foi intensificada através dos canais digitais como as redes sociais e apps de troca de mensagens. Além disso, o aumento do tempo de produção do telejornal também pode ter contribuído para que o telespectador tenha ganhado mais espaço.

4.2 ANÁLISE DAS EDIÇÕES: PARTICIPAÇÃO E INTERATIVIDADE

A análise a seguir colocará em prática os procedimentos metodológicos estabelecidos para esta dissertação através do processo de coleta e interpretação de dados do objeto. A investigação está ancorada na Análise de Conteúdo (Bardin, 2004) e acontece sobre cinco edições/programas do mês de novembro de 2019. Como foi dito anteriormente, o *corpus* representa uma semana artificial ou flutuante, uma vez que foram selecionados um dia de cada semana do mês estudado. Desta forma, foi possível evitar a contaminação da amostra que pode ocorrer quando são utilizados dias consecutivos. Ele é composto, portanto pelos dias 01, 04, 12, 20 e 28, onde serão aplicadas duas unidades de registro: participação e interatividade. A primeira está dividida nas categorias: contribuição e tema. Para esta pesquisa foram quantificados não apenas os comentários lidos pelo apresentador, mas também os que aparecem na tela e são legíveis. Provavelmente ao assistir ao programa, o telespectador não se atenha a isto. Contudo, para este trabalho, pareceu relevante. Os temas foram separados em redes sociais e volta já.

A unidade de registro interatividade foi fragmentada em estímulo, tempo e conteúdo. Estímulo refere-se à solicitação feita pelo programa aos telespectadores; tempo, para mensurar a colaboração; e conteúdo para verificar se existe alteração nas reportagens do telejornal. Para demonstrar a intenção do emissor em estabelecer uma relação com o telespectador será adotado o esquema de transcrição em duas colunas propostas por Rose (2003). A coluna da esquerda descreve o aspecto visual e a da direita, o verbal/auditivo. Para análise desta unidade de registro e categoria, entende-se que é importante a questão supralingüística, uma vez que a dimensão auditiva carrega entonações no discurso. Já na dimensão visual, os enquadramentos. Portanto, para o discurso televisivo os dois aspectos são relevantes na construção da análise. Com estes critérios

estabelecidos, apoiados no referencial teórico, foi possível observar como os elementos de participação e interatividade estão dispostos e distribuídos ao longo das edições do telejornal.

Unidade de Registro	Categoria
Participação	Contribuição Tema

Nas definições estabelecidas por Bordaneve (1987) a participação é inseparável da condição humana. Ela pode ainda ser melhorada e assimilada com o tempo. Mas, com os avanços da tecnologia, ganhou outra proporção. Ao longo desta análise isto fica evidente. Em algumas situações, o telespectador assiste ao jornal e participa dele ao mesmo tempo através do *smartphone*. A utilização do celular como segunda tela¹⁴ é verificado no Bom Dia São Paulo. Constantemente aparece na tela da TV e é mencionado pelo apresentador a *hashtag*¹⁵ do programa - #BDSP -. Também é possível ter acesso a produção do telejornal pelo *WhatsApp* do jornal que também é frequentemente citado. O uso da *hashtag* facilita a localização do conteúdo pelos jornalistas do programa. No entanto, no ar (assistindo) não é possível distinguir por qual dos dois meios, principalmente os vídeos, chegam até a redação. Mas como os dois são disponibilizados é possível deduzir que sejam enviados das duas formas.

Ainda de acordo com Bordaneve (1987), a participação possibilita as pessoas a atingirem objetivos e a solucionarem problemas que, sozinhas, não conseguiriam. Nos conteúdos enviados por eles, nas edições analisadas, isso fica claramente demonstrado. Os temas compartilhados variam entre:

- Problemas do bairro e da cidade
- Perguntas sobre a temperatura
- Comentários sobre reportagens que já foram exibidas no telejornal

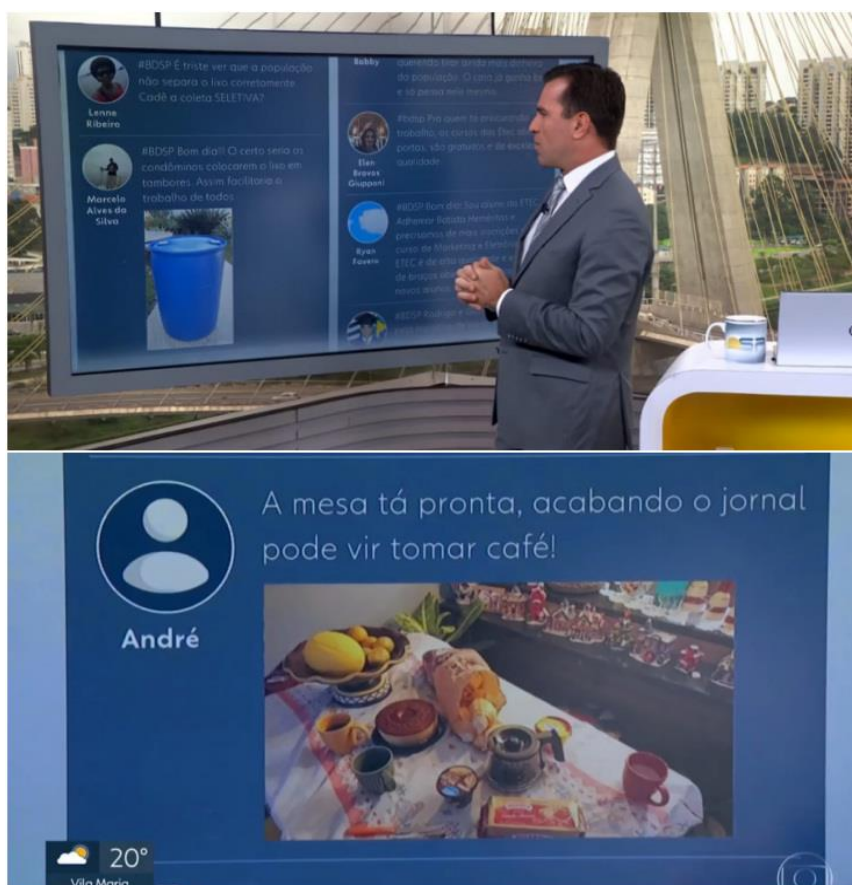
¹⁴ É o nome dado ao comportamento de adicionar um dispositivo para interagir com ou sobre um conteúdo transmitido, por exemplo, na TV.

¹⁵ É um tipo de marcação usado nas redes sociais para associar o conteúdo a uma informação a um tópico ou discussão.

- Solicitam reportagens
- Reclamam de situações que estão vivendo no momento do telejornal
- Vídeos para serem usados no final de cada bloco do telejornal
- Fotos do amanhecer e café da manhã

Os assuntos enviados com maior participação dependem da factualidade, ou seja, acontecimentos que de alguma forma afetam ou fazem parte do cotidiano das pessoas. As reportagens e entradas ao vivo exibidas durante o telejornal foram responsáveis por 55 interações com o programa. As matérias falam sobre acúmulo e descarte incorreto de lixo, denúncias contra prefeitos, busca de emprego, saúde, animais e outras. As reclamações sobre o transporte público, e principalmente sobre os trens e metrô de São Paulo, foram citadas 47 vezes. Uma média de 9,4 vezes por telejornal. No dia 27 de novembro de 2019, por exemplo, a capital paulista foi atingida por um forte temporal, o que resultou em 17 participações na edição do dia seguinte.

FIGURA 3: Imagens mostradas no programa com a participação dos telespectadores



Fonte: Bom Dia São Paulo (2019)

Outros temas encontrados são mais amenos, como perguntas sobre a temperatura, que somaram 11 ocorrências. Na edição do dia 04 de novembro, por exemplo, o telespectador Gilberto Esquerdo manda a foto do rio Tietê seco na cidade de Salto, interior de São Paulo. A apresentadora Glória Vanique imediatamente responde como será o tempo naquela região. Outro tema que apareceu em três das cinco edições analisadas com 15 ocorrências são fotos do amanhecer e do café da manhã. Nos textos, os telespectadores dão a entender que desejam compartilhar o momento não apenas com os apresentadores, mas também com as outras pessoas que estão assistindo ao programa.

Gráfico 1: Relação de assuntos compartilhados na semana no BDSF

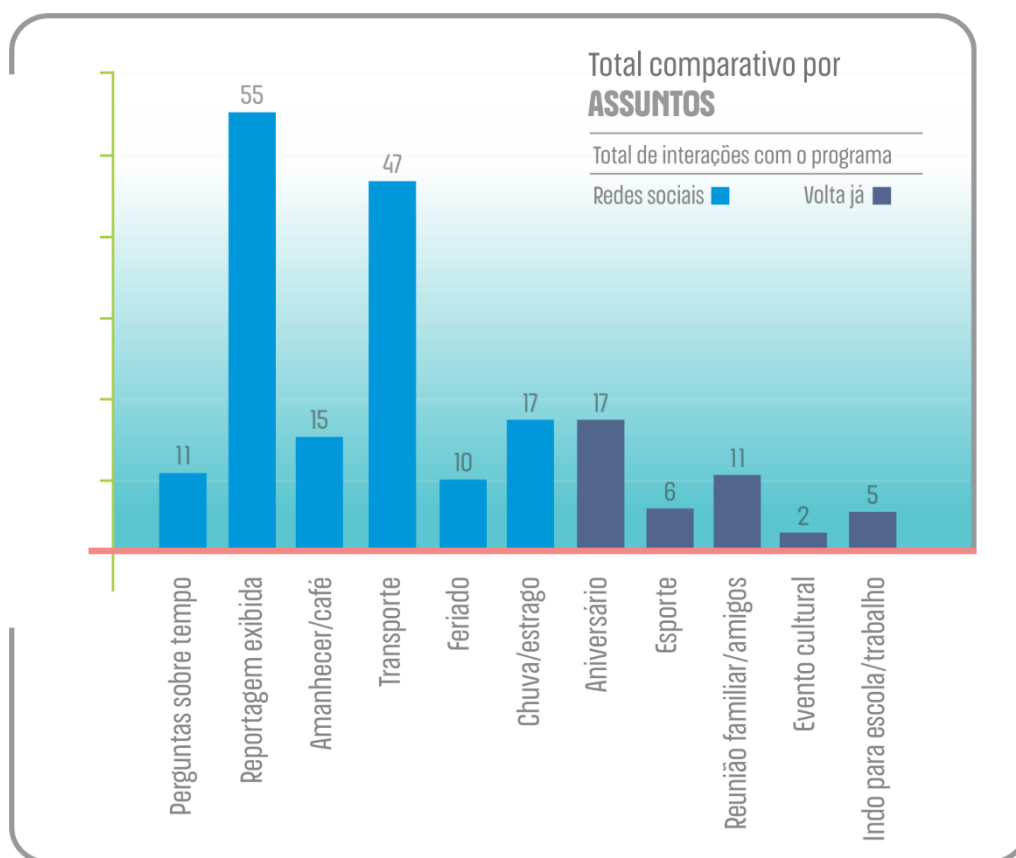
EDIÇÕES / ASSUNTOS	NOV 2019 1	NOV 2019 4	NOV 2019 12	NOV 2019 20	NOV 2019 28
Redes sociais					
Perguntas sobre tempo	-	5	1	2	3
Reportagem exibida	5	3	34	9	4
Amanhecer/café	-	12	4	9	-
Transporte	7	15	2	14	9
Feriado	-	-	-	10	-
Chuva/estrago	-	-	-	-	17
Volta já					
Aniversário	2	3	6	2	4
Esporte	1	4	-	-	1
Reunião familiar/amigos	-	2	3	4	2
Evento cultural	-	-	1	-	1
Indo para escola/trabalho	5	-	-	-	-

Fonte: Autora (2020)

Outro tipo de conteúdo enviado são os vídeos de “volta já”, uma espécie de quadro criado pelo telejornal e que são apresentados a cada saída de bloco, antes

do comercial. São três inserções por telejornal e em nenhuma das edições, por mais que tenham ocorrido factuais nas edições investigadas, este elemento não pareceu algo que possa ser retirado ou derrubado do programa. O que causou estranhamento é porque que é comum no jornalismo é assuntos menos relevantes dar espaço a outros de maior relevância. Isto denota a importância do conteúdo. Outra característica é o agrupamento por tópicos. Neste caso, os telespectadores compartilham seus momentos de lazer e intimidade. No levantamento feito, a temática mais enviada está ligada a comemorações de aniversários com 17 ocorrências e, logo depois, aparecem as reuniões com amigos e familiares, como almoços e encontros. Este último entrou 11 vezes. Também foram enviados vídeos referentes a atividades esportivas e deslocamentos para escola e trabalho.

GRÁFICO 2: Total de assuntos enviados na semana com o BDSP



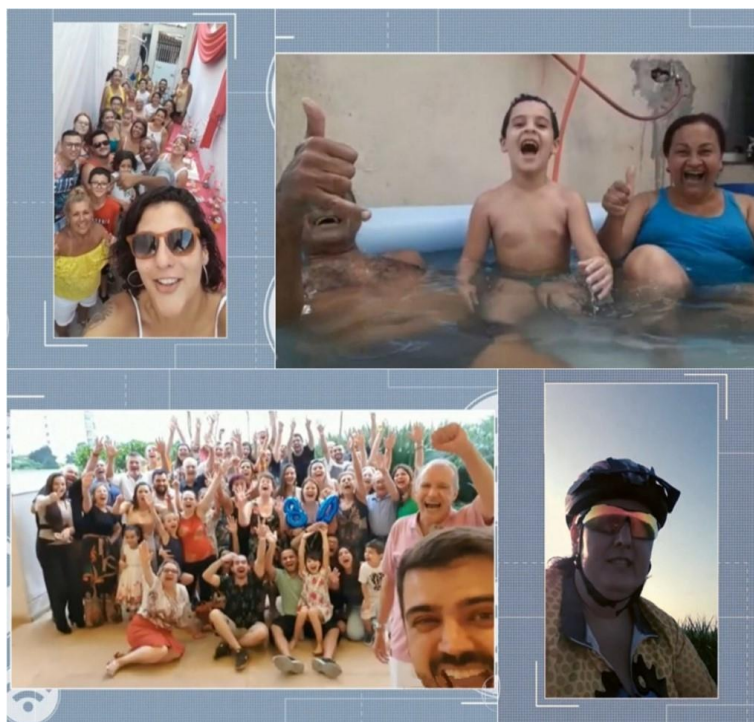
Fonte: Autora, 2020

Ao demonstrar interesse em partilhar sua vida com milhares de pessoas através da televisão também é uma forma de fazer o mesmo diante de seu grupo de amigos e familiares. Portanto, mais uma evidência da necessidade intrínseca do

ser humano de afirmação e aceitação dentro da comunidade da qual faz parte (BORDANEVE, 1987). Este comportamento se aproxima de conceitos trazidos neste trabalho por Wolton (1996) de que a televisão proporciona identificação. O que também está alinhado com que foi trazido por Canitto (2010) já que também estabelece conversa. De certa forma, os momentos privados de alegria e bem-estar estão selecionados juntamente com os assuntos que foram considerados, pela edição do programa, como os mais importantes a serem exibidos naquele dia. Isto não significa que de fato sejam tão ou mais relevantes que os acontecimentos.

No caso do “Volta já” talvez não sejam derrubados porque não terem duração expressiva (análise da categoria a seguir). De qualquer forma, ainda assim, integram o cardápio de acontecimentos que estão na televisão. Mesmo que possam servir apenas para estabelecer uma ligação emocional. Para aproximar de um termo usado nas redações de jornalismo é perceptível que existe uma costura¹⁶ entre a participação do telespectador e os assuntos do programa. Isso porque está presente em diversos momentos do programa. Além do mais, ocorrem em sessões (agrupados) e estão distribuídos pelo menos de 3 a 4 vezes por programa.

FIGURA 4: Vídeos de “Volta Já” usados no a seguir do programa



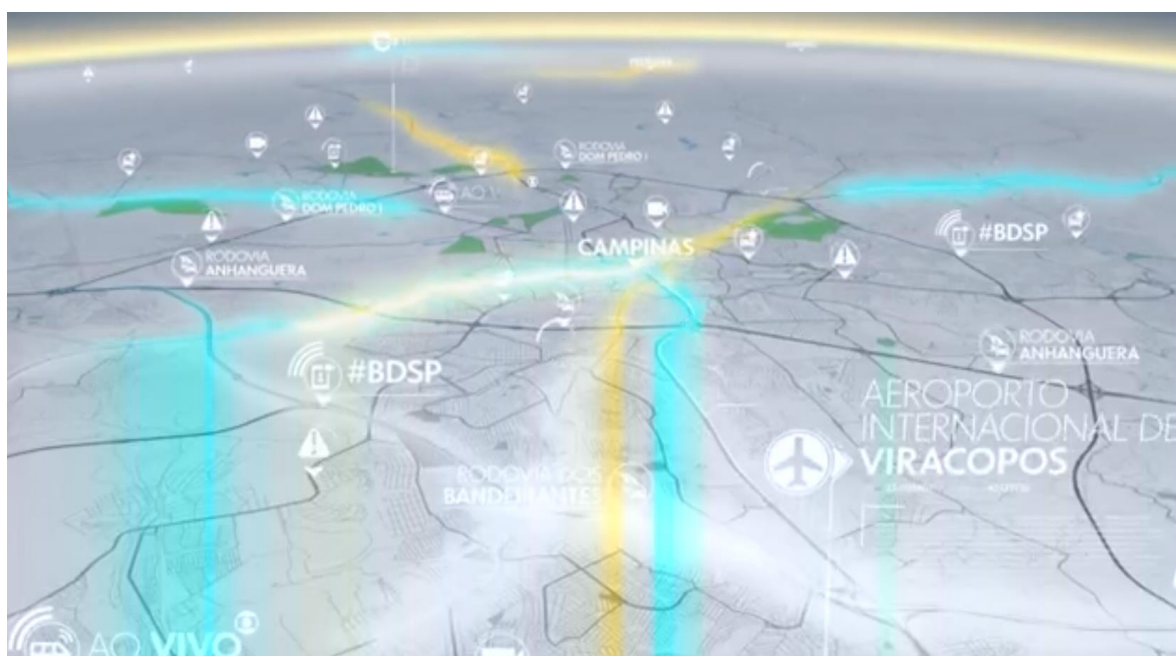
Fonte: Bom Dia São Paulo, 2019

¹⁶ Determinado tema que faz parte de toda a construção do roteiro telejornal.

Unidade de Registro	Categoria
Interatividade	Estímulo

A intenção de que o telespectador participe já aparece no início do telejornal onde a *hashtag* faz parte da arte da vinheta¹⁷ de abertura do programa. Na figura a seguir, é possível identificar ícones de trânsito, aeroporto, equipamentos utilizados para entradas ao vivo e também a #BDSP. Uma indicação de que a participação através das redes sociais é importante na construção do conteúdo do Bom Dia São Paulo.

FIGURA 5: Vinheta de abertura onde aparece a #BDSP



Fonte: Bom Dia São Paulo, 2019

A solicitação de vídeos/fotos e o convite para que os telespectadores interajam já estão nas manchetes, espaço reservado para os assuntos mais importantes do telejornal. Das cinco edições observadas, apenas na edição do dia

¹⁷ Identidade visual do telejornal onde é comunicado o *DNA*, neste caso a prestação de serviço.

28.11.2019 não feita nenhuma solicitação ou convite ao público para que fossem enviados vídeos ou mensagens para o programa. Uma suposição é de que isto possa ter acontecido porque neste mesmo dia chegava na capital paulista o corpo do apresentador Gugu Liberato¹⁸. Nas tabelas abaixo, seguem as descrições do conteúdo nas dimensões visual e auditiva. Nelas, foram solicitadas a participação dos telespectadores ou feita alguma referência a eles. Nas manchetes do dia 01.11.2019, não tem um chamamento direto do apresentador para que as pessoas a participem, mas, na entrada da repórter, fica subentendido que ela vai fazer aquele trajeto de ônibus porque foi uma sugestão de telespectadores. Neste dia pode-se considerar que este foi o único registro encontrado na categoria estímulo.

TABELA 3: Roteiro das manchetes do dia 01.11.2019

Dimensão visual	Dimensão verbal/auditiva
Estúdio (Câmera aberta mostra apresentador junto ao telão)	(As manchetes começam chamando repórteres) (VV) Luiza Vaz também, qual é o seu destaque? / Bom dia, Luiza/
Externa (Imagens da repórter na rua em frente a um ônibus)	(VV) Bom dia, Rodrigo. A turma (telespectadores) sugere, propõe desafio, e é claro que a gente encara. / Hoje a gente sai de ônibus aqui de Garulhos e vai até o centro da cidade. / A turma tá reclamando bastante dessa linha aqui: a 167 que sai da vila Carmélia e vai até Armênia. / Vamos nessa com a gente, Rodrigo? /
Câmera na externa fecha (enquadramento no ônibus mostrando identificação do trajeto)	
Volta estúdio (Câmera aberta mostra apresentador junto ao telão)	(VV) Vamos nessa, vamos nessa. / EMTU frequentou bem aqui, e de uma forma não tão boa o jornal essa semana./ Com ônibus aí, com muitas queixas./
	(seguem as manchetes)

¹⁸ Disponível em <https://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2019/11/28/corpo-de-gugu-liberato-chega-ao-aeroporto-de-viracopos-para-velorio-em-sp.ghtml> <Acesso em nov 2020>

Quando a repórter se refere aos telespectadores como “turma” e diz que vai “encarar o desafio proposto” é como se estivesse conversando com amigos ou pelo menos com pessoas que tem uma relação de proximidade. Este fragmento nos remete ao que diz Mata (2011), quando afirma que este é o espaço onde as emissoras procuram desenvolver vínculos e relação com seu público. É justamente o que o texto da manchete faz falando para o telespectador como se ele fosse íntimo e familiar, criando assim uma relação de proximidade. É uma forma que os produtores do telejornal encontram para se manter interligado com a audiência.

Na próxima tabela, foram descritas as manchetes do dia 04.11.2019, uma segunda-feira, e, já no começo, é destacado o quadro “Volta já” (apresentado anteriormente) como um dos assuntos a serem dignos de estarem entre os mais importantes naquele dia. Os acontecimentos como aniversários e reuniões de família ganham um significado ainda maior e passam a ter relevância jornalística, neste caso. Possivelmente, para outros telespectadores esse possa ser o entendimento. Mas, o que se pode deduzir é que para os profissionais que fazem o telejornal este espaço, mesmo que seja usado em detrimento de notícias importantes, é parece ser primordial para fazer a ligação com o telespectador.

TABELA 4: Roteiro das manchetes do dia 04.11.2019

Dimensão visual	Dimensão verbal/auditiva
<p>Imagens no estúdio (Câmera começa fechada no apresentador que está animado e sorridente e abre)</p> <p>Imagens câmera externa (imagens da marginal do rio Tietê que ficam ao fundo do estúdio e compõe o cenário)</p> <p>Volta estúdio (Câmera aberta)</p>	<p>(VV) Muito Bom dia, São Paulo! Segundona dia 4 de novembro! Temperatura de 21 graus nesta manhã.</p> <p>(Off VV)</p> <p>Passou calor na madrugada, né? Sei que passou sim. / Que calorão que vem desde sábado, só esquentando, só esquentando, só esquentando. / Muita luz nesta segunda-feira, dá uma olhada só como a gente já acorda. / Parece até que é meio dia. Não se confunda agora são 6h e um minutinho. A gente está com o bom dia São Paulo no ar./</p> <p>(VV) Muitas histórias muitas informações muitos vídeos de “Volta já”. / Já estou até cansado de tanta festa que nós participamos aqui./ Teve preparação, ensaio pro baile de 15 anos, pra valsa de 15 anos, churrasco na casa de um, teve aniversário na casa de outro e sempre com grito de “Bom dia São Paulo volta já”, o que é muito bom./ A gente vai exhibir tudo até o final desta edição. /</p> <p>(VV) Laura Cassano com a gente logo cedo, destaque de um acidente./ Repórter dá informações do local do acidente./</p> <p>(a partir daqui as manchetes seguem fazendo referência aos demais assuntos que estarão no telejornal)</p>

As próximas duas tabelas estão agrupadas por trazer elementos semelhantes, nas escaladas¹⁹ do dia 12 e 20 de novembro, aparentemente alguém da equipe do jornal coloca o telespectador como parte integrante e ativa da equipe que faz o telejornal. O texto cita os repórteres, os produtores, de toda a equipe e diz que a participação de quem está assistindo o jornal é igualmente importante.

¹⁹ Jargão jornalístico também usado para se referir as manchetes do telejornal.

Também faz referência tanto ao *WhatsApp* e a *hashtag* do programa, solicitando fotos e afirmando que o número já está na agenda do celular, já está na agenda do público.

TABELA 5: Roteiro das manchetes do dia 12.11.2019

Dimensão Visual	Dimensão verbal/auditiva
As imagens alteram entre estúdio e externa com repórteres	(As manchetes iniciam fazendo referência aos assuntos que estarão no telejornal)
Volta estúdio	(VV) Esses são só alguns de tantos repórteres que irão participar hoje aqui no Bom Dia São Paulo. / Sem falar aí dos nossos produtores, toda nossa equipe sempre ligada e a sua participação também. /
Câmera externa com imagens da cidade de São Paulo com caracter #BDSP	(Off VV) Agora 6 horas e 2 minutos. / É hashtag BDSP e você vê aí mais uma imagem da cidade de São Paulo nesta manhã com o Bom Dia São Paulo. / Bom dia, Glória Vanique

TABELA 6: roteiro das manchetes do dia 20.11.2019

(As imagens alteram entre estúdio e externa com repórteres)	(As manchetes iniciam fazendo referência aos assuntos que estarão no telejornal)
Volta estúdio (Câmera externa com imagens da cidade de São Paulo com caracter #BDSP e também aparece o número do celular do programa)	(Off VV) Vamos junto. / Essa daí é parte do time que você viu ao vivo e tem muito mais gente chegando aí no decorrer do Bom Dia São Paulo. / Quem vai chegar também é você, né! Com a sua participação hashtag BDSP ou se não pelo WhatsApp, aquele número que você tem aí nos seus contatos. / Mete o dedo no teclado tira sua foto faça o seu vídeo participe. Estamos juntos. /Sinto vocês meio ainda adormecidos. / Temperatura 19 graus. / 6h05. / O Bom Dia São Paulo tá no ar./

Os elementos acima demonstram construção de identidade e proximidade (COUTINHO e MARTINS, 2008). Isso porque é o apresentador está dizendo que precisa do telespectador para fazer o jornal daquele dia, e que, de certa forma, tanto a equipe de jornalistas quanto ele formam uma única equipe. Mesmo que isso não ocorra de fato. Esta estratégia também reforça o sentimento de pertencimento do público com o programa.

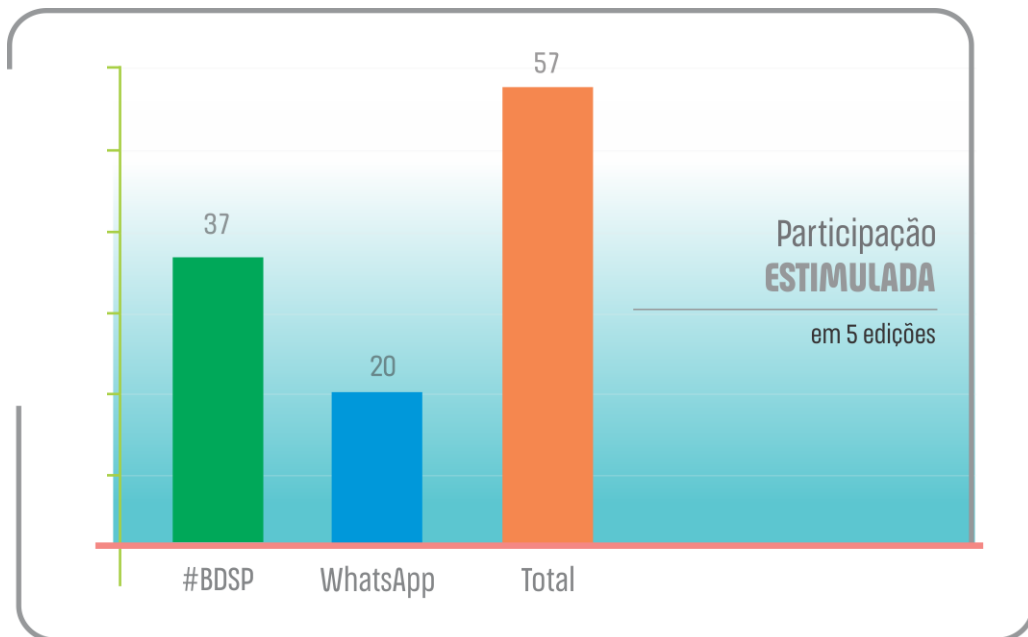
Seguindo a partir dos níveis de interatividade desenvolvidos por Tourinho (2018), é possível estabelecer uma intenção do emissor em estimular a participação do telespectador. O programa já faz referência ao quadro “Volta já” nas manchetes, espaço dedicado aos assuntos de destaque do telejornal. Nesta categoria, são agrupados os dois primeiros níveis de interatividade elaborados pelo autor, onde é perceptível a interação primária através da saudação - Muito bom dia!!! -. Logo depois o apresentador continua lendo as manchetes com uma linguagem, bastante coloquial buscando uma aproximação com o telespectador. Coutinho (2008) trata essa informalidade textual entre estes atores (público e jornalistas) como sendo responsável pelo sentimento de pertencimento estabelecido com o telespectador. Essa construção é seguida da referência aos acontecimentos enviados pelas pessoas e que fazem parte da vida delas.

TABELA 7: Roteiro problemas nos trens do dia 01.11.2019

Dimensão visual	Dimensão verbal/auditiva
Estúdio Câmera aberta mostrando telão com mapa do trânsito entre os dois apresentadores	VV Pessoal da CPTM escreveu aqui dizendo o seguinte: que tem intervalo maior mesmo por causa de uma falha num veículo de manutenção. / Neste trecho de Francisco Morato e Jundiaí. / A precisão de conserto, de resolver este problema é até as 7 horas da manhã. Então, por causa disso a gente sabe que agora são 6 horas e 05 minutos, tem uma hora ainda de trajeto com velocidade reduzida (...). Trinta mil pessoas circulam por esse trecho diariamente. /
Tela enche com mapa das linhas de trem	
Estúdio câmera mostra apresentadores entre telão que ainda mostra mapa dos trens	VV Rodrigo Bocardi (...) Se tiver vídeo saindo de Jundiaí vindo aí pra São Paulo, capital, #BDSP./ Coloca seu vídeo, sua foto, participe aí junto com a gente./ (...falam sobre acidentes)
Aparecem no canto esquerdo da tela o ícone da #BDSP e o número do WhatsApp	VV Glória Vanique E a gente tá de olho em tudo. / Vocês mandam as mensagens pela #BDSP ou pelo WhatsApp que a gente tá ligado./

A descrição acima, demonstra que a participação causou uma alteração na informação. No momento em que a equipe do telejornal busca o motivo pelo qual o intervalo dos trens está maior que o habitual. A participação resultou na cobrança da mídia ao prestador de serviço e consequente, uma pauta. O constante chamamento a colaboração gera uma relação entre as duas partes envolvidas neste processo de comunicação.

O estímulo à participação permanece sendo incentivada ao longo do programa através da solicitação do apresentador. A utilização de ícones na tela reforça o pedido e indica quais canais podem ser usados pelo telespectador. Nas cinco edições, o ícone #BDSP apareceram 37 vezes na tela, o número do *WhatsApp* outras 20 vezes. Estes dois recursos gráficos geralmente surgiram junto com o “Volta já” e no momento em que as redes sociais também estavam no ar. Por ser a mais usada a *hashtag* também ocorre em outros momentos do telejornal.

GRÁFICO 3: Quantidade de vezes os ícones surgiram na tela da televisão

Fonte: Autora (2020)

Ainda relacionando com os níveis de interatividade de Tourinho (2018) também foram verificados os níveis 3 e 4, onde o telespectador, além de chamado a participar, tem postura ativa na construção do programa. Além disso, é reconhecido pelo emissor. Por exemplo, no dia 28 de novembro, logo após uma reportagem sobre um forte temporal ocorrido em São Paulo (será apresentada mais adiante na categoria conteúdo), Rodrigo Bocardi diz: “Os flagrantes, os registros de vocês ajudam a gente, a todos a ter uma noção do que foi essa chuarada de ontem. Como sempre! Por isso é importante a participação”. Neste trecho o telespectador está ganhando reconhecimento e notoriedade do telejornal, mas também altera o conteúdo.

FIGURA 6: Solicitação da participação do telespectador

Fonte: Bom Dia São Paulo (2019)

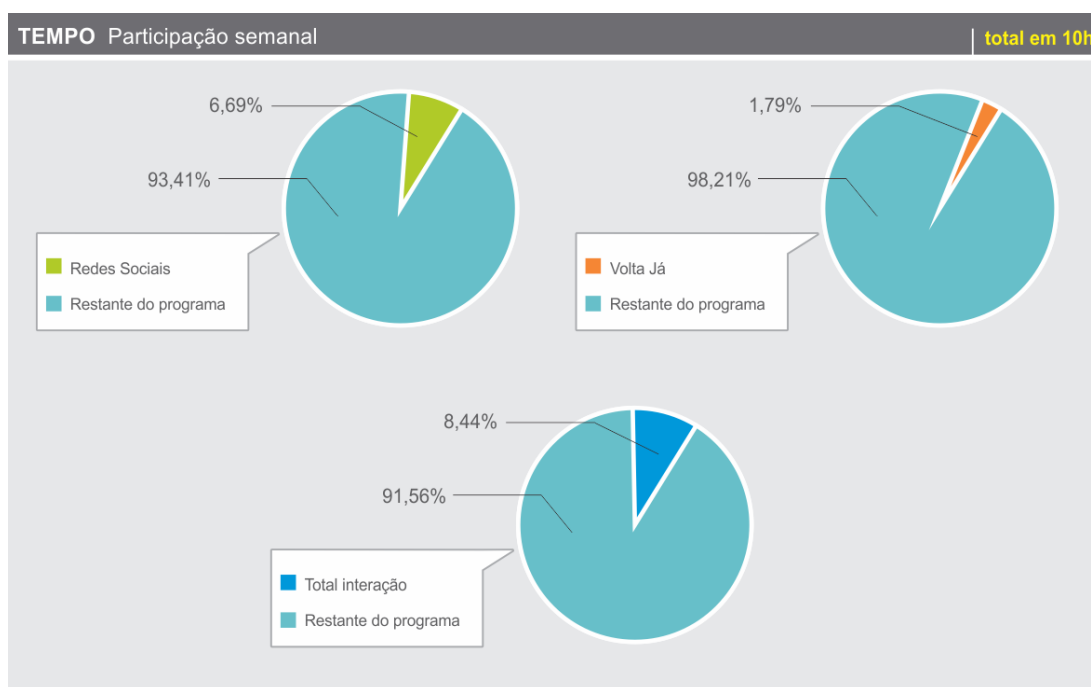
Neste ponto, é possível estabelecer uma relação com o que já foi dito por Berlo (1999) no que se refere a necessidade de interdependência. O constante apelo (gráfico acima) para que sejam enviadas fotos e vídeos demonstram que, para essa interação acontecer, um necessita do outro. Ou seja, este conteúdo só estará no programa se existir o esforço do telespectador em enviar o que está sendo pedido a ele. Esta ação figura no primeiro nível de complexidade da interação proposto pelo autor. Além disso, a participação dos telespectadores expõe a intenção do programa de estar atual e em concordância com a linguagem utilizada pela sociedade, que está habituada a um novo tipo de vocabulário e comportamento assimilados a partir das redes sociais.

Unidade de Registro	Categoria
Interatividade	Tempo

O tempo do telejornal é um elemento importante na construção do programa. Isso porque ele está inserido em sequência numa grade de programação que é a base do *broadcasting*. Como o tempo é limitado, todo segundo que é destinado com determinado conteúdo é muito relevante. Em síntese, a oferta de assuntos diários é muito diversa, o que faz com que cada minuto seja disputado entre muitas possibilidades. Por este motivo é significativo mensurar o conteúdo compartilhado pelos telespectadores na construção do programa.

No gráfico, abaixo os conteúdos encaminhados pelas redes somam o tempo de 6,69% do total de horas semanais do telejornal, ou seja, 10 horas. Já o quadro “Volta já” é responsável por 1,79%. Neste último, para a contabilização da duração foram consideradas também as cabeças²⁰ lidas pelo apresentador já que nelas já são feitas referências aos telespectadores. O conjunto dos segmentos representa 8,44% das participações durante uma semana.

GRÁFICO 4: Média semanal do tempo ocupado pela participação dos telespectadores

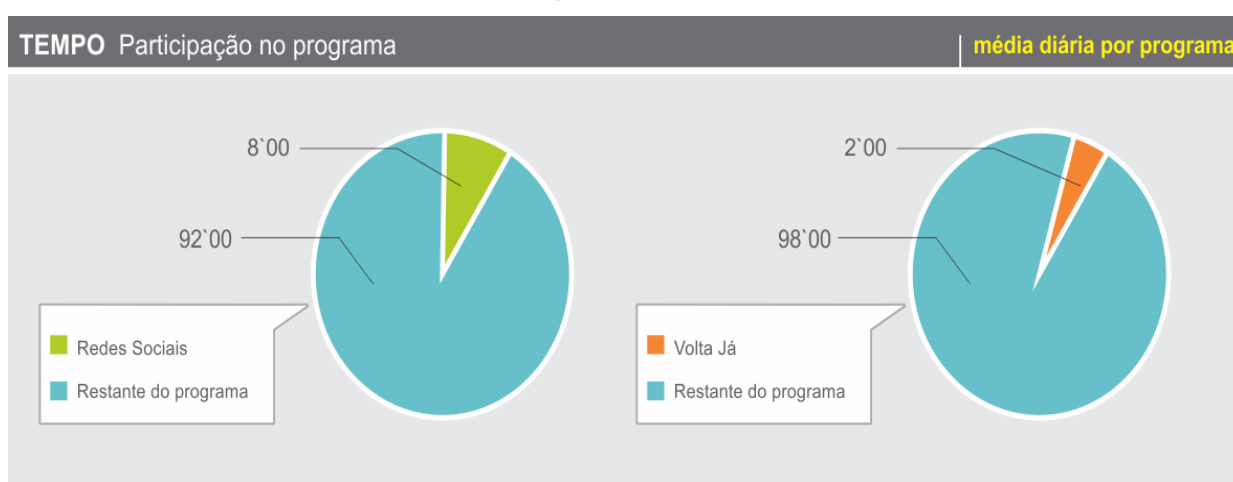


Fonte: Autora (2020)

²⁰ Termo usado no telejornalismo para definir o texto de abertura ou de introdução das reportagens.

Se estes percentuais forem tratados como tempo absoluto, a colaboração do público ocupou 50'59" da produção semanal. O que resulta em uma média diária de tempo de aproximadamente 8' para as redes sociais e cerca de outros 2' com o "Volta Já". Os vídeos enviados para o quadro também não chegam a consumir um tempo muito expressivo do programa. Mas assumem destaque por estarem acompanhados de uma vinheta e por aparecerem dispostos em um momento marcante do telejornal, que é a chamada de bloco antes do intervalo comercial.

GRÁFICO 5: Média diária do tempo ocupado pela participação dos telespectadores



Fonte: Autora (2020)

Encontra-se nesta categoria uma dicotomia. Apesar de quantitativamente o tempo empregado na exibição do conteúdo compartilhado ser praticamente irrelevante diante do todo, a percepção visual demonstra o contrário. Pode-se afirmar que é inexpressivo por ocupar 10' do total de um programa de 2 horas de duração. Mas ao assistir o telejornal de forma contínua a assimilação é oposta. Essa compreensão provavelmente aconteça pela forma que o conteúdo foi disposto ao longo de todo o programa. Esta fragmentação do que é enviado pelos telespectadores pode ser entendida como compatível com o conceito de hipertelevisão (SCOLARI, 2004). Dando assim, uma falsa impressão de que a participação abrange mais tempo. Ainda assim, há espaço para reflexão, e é sobre a qualidade desta interatividade para quem está assistindo ao jornal. A veiculação de fotos e vídeos de festas, por exemplo, pode trazer prejuízo informacional para

outros telespectadores, uma vez que de fato interessa apenas para quem as enviou. Portanto, serve apenas para estabelecer uma conexão emocional com o público.

Unidade de Registro	Categoria
Interatividade	Conteúdo

Nesta categoria surgiram dois tipos de conteúdos relacionados a participação do público. Apesar de terem a mesma origem a utilização pelo telejornal mostra-se de forma diferente. No que foi definido anteriormente como redes sociais o conteúdo entra na forma original enviada pelo telespectador. As participações são lidas e em alguns casos respondidas no mesmo momento em que elas são colocadas na tela. Este material está distribuído ao longo do programa. Por vezes, aparecem no início do bloco, mas também em outras posições da paginação do telejornal. Percebe-se uma clara intenção em manter a estética visual das redes sociais. A tela onde entram as mensagens funciona por *touch screen* como nos celulares. Além disso, os textos são curtos e mostram as fotos das pessoas à esquerda, remetendo ao *twitter*. Na maioria das vezes, a mensagem não será lida e a pessoa que mandou a mensagem ficará sem resposta. Este tipo de conteúdo possibilita, em algumas situações, uma espécie de diálogo entre receptor e emissor.

Na descrição abaixo, isto é perceptível quando o apresentador lê a mensagem de um telespectador que pergunta sobre como estará o tempo na cidade dele. Imediatamente a apresentadora Glória Vanique gentilmente responde a ele.

Tabela 8: Roteiro de conteúdo enviado sobre o tempo dia 04.11.2019

Dimensão visual	Dimensão verbal/auditiva
Imagens estúdio (Câmera começa aberta e aproxima para o telão onde mostra as mensagens enviadas pelas redes sociais)	(VV) Vamos dar uma olhadinha no que a turma escreve pelas redes sociais com a #bdsp, ou envia pelo WhatsApp. / O seu comentário a sua denúncia. /
Câmera fecha (mostra a mensagem e a foto enviada pelo telespectador)	Temos este lado aqui da tela. / Gilberto Esquerdo. /
Apresentador lê mensagem. (tela cheia com a imagem da mensagem enviada)	(Off VV) Tem alguma previsão de chuva para o interior. / Olha como estava seco o rio Tietê aqui em Salto. / Só pedras.
Câmera fecha na apresentadora que responde à pergunta	(Off VV) Hoje não, mas amanhã, sim. / Olha e amanhã a previsão é de chuva, e não é qualquer chuvinha, não. / Se realmente tiver tudo certinho com os meteorologistas, com o que estão prevendo é muita chuva que vem por aí. / Por causa de uma frente fria junto com um sistema de baixa pressão que vão se formar. / Aí senta que lá vem a história, porque vem chuva a partir de amanhã pelo menos até sexta-feira. / (a partir daqui segue lendo as mensagens enviadas)

Essa prática acontece ao longo das edições analisadas. O que se verificou é uma simulação ou distorção dos níveis de interdependências. Neste caso em específico não existe a troca, ou seja, um não interfere na ação do outro. A consequência é o surgimento das debilidades da interação apontadas por Berlo (1999). O fato de o apresentador ler e em alguns casos responder o que lhe é perguntado não significa que os dois estejam efetivamente interagindo. O que ocorre é um esforço constante do telejornal em fazer com que pareça existir uma reciprocidade. Pode-se tratar como uma ineficiência no processo comunicativo. Prever qual será a reação do outro e de que forma ele será afetado traz desgaste e imprecisão nessa relação. De fato, não é possível prever se as respostas que foram dadas pelo apresentador chegaram até o telespectador.

A fragilidade na relação é constante. Consequentemente, o apresentador demonstra que está dando atenção aquele telespectador específico, mas sem saber se de fato ele está recebendo a informação. Novamente a demonstração de outra debilidade a da previsão. Não há como saber como o outro vai agir. No telejornal a previsão é de que o esforço seja convertido em audiência, mas não é possível verificar esse retorno. Diante do que está descrito a acima não é viável saber se o telespectador ainda continua assistindo o telejornal ou até mesmo se acabou buscando a informação que solicitou por outro meio. Mesmo que não seja possível medir quanto dessa interação faz parte da audiência efetiva do jornal, pode-se dizer que é uma forma de presumi-la.

Como foi dito anteriormente, a televisão ainda é o meio pelo qual as pessoas buscam informação confiável. Quando os telespectadores remetem problemas não solucionados por poderes públicos ou privados estão reafirmando a credibilidade na força do veículo. Em última instância é a televisão usando seu alcance para modificar um resultado. Neste trabalho a busca é oposta, ou seja, se é o telespectador quem modifica o conteúdo exibido no telejornal através da participação dele, se a interatividade mesmo que simulada colabora nessa alteração. De certa forma, Tourinho (2010) que já foi apresentado neste trabalho atesta que a interatividade possibilita essa interferência do público no conteúdo e em diversos níveis. Mas o que esta pesquisa está demonstrando até o momento é que isso ocorre de uma forma menos profunda, como dita pelo autor, e sem tanta autonomia. A partir deste ponto, está o segundo tipo de conteúdo identificado nesta análise. Ele continua sendo enviado através de redes sociais e *WhasApp*, mas tem um aproveitamento mais consistente com o que busca este trabalho. A colaboração está presente nas unidades informativas. Os vídeos dos telespectadores estão inseridos em notas simples, cobertas, vivos e no principal produto do telejornalismo, a reportagem.

Na transcrição em duas colunas adiante, duas telespectadoras enviaram vídeos curtos descrevendo o problema que estavam enfrentando na inscrição de um curso profissionalizante oferecido pela Prefeitura de São Paulo.

Tabela 9: Roteiro da reportagem sobre problemas na inscrição de curso profissionalizante dia 04.11.2019

Dimensão visual	Dimensão verbal/auditiva
<p>imagens estúdio (câmera fechada no apresentador)</p> <p>Produtor sentado ao lado de um computador na redação</p> <p>Câmera fecha no computador onde demonstra o passo-passo de como se inscrever nos cursos</p>	<p>(VV) Alunos que se inscreveram num curso de assistente administração no CAT de Santo Amaro não conseguem saber quando as aulas vão começar. / O início tava previsto para semana passada, mas eles chegaram lá e ninguém sabia de nada./ Dá uma olhada na reportagem do produtor Henrique Silva./</p> <p>(Boletim de abertura - Produtor Henrique Silva) Nós recebemos reclamações de alguns telespectadores sobre o site da Via Rápida em parceria com o governo do Estado./</p> <p>(Off) Este site aqui tem algumas vagas para se inscrever./ Eles estão disponibilizando vagas de alguns cursos profissionalizantes./ Assistente administrativo é um deles./ Você entra aqui, entra na turma de assistente administrativo./ Faz a inscrição, aparece que você está inscrito no turno da manhã, data de início última terça-feira 29 do 10, na rua, na praça Floriano Peixoto, no CAT Santo Amaro./ Só que a telespectadora foi até lá pra se informar quando começariam as aulas e não tem aula./ Eles não souberam informar./ E olha só o que ela mandou pra gente./</p>
<p>vídeo enviado pela telespectadora</p>	<p>(sem identificação) Eu cheguei às 8h lá, que seria o período da aula, que é o período da manhã que eu escolhi./ Porém, ninguém do CAT sabia que estava acontecendo cursos na unidade pela Via Rápido e nem os responsáveis da sub-prefeitura./</p>
<p>Vídeo enviado pela telespectadora</p>	<p>(sem identificação) E lá eu conversei com a moça./ Ela falou pra mim que ela não estava sabendo de nada, que eles não tinham nem espaço pra tá fazendo esse curso que liberam pela sub-prefeitura./</p> <p>(passagem do produtor - Henrique Silva) O CAT fica aqui na sub-prefeitura de</p>

Produtor em frente ao local onde o curso deveria estar acontecendo	Santo Amaro e o que me informaram lá dentro é que as aulas começam no dia 4 a partir das 8 da manhã./ Só que eles não souberam me dizer quais cursos serão ministrados aqui./ De acordo com o site da Via Rápida as aulas começaram na última terça-feira, no dia 29./ As pessoas voltaram para casa, porque nenhuma aula começou/. E eles não souberam informar o que era o site da Via Rápida./ Disseram que aqui é uma parceria da prefeitura com o Centro Paula Souza./ Ou seja as informações conflitam e todo mundo tá desinformado./
--	---

O ponto de partida da reportagem são os vídeos enviados pelas telespectadoras. A construção do conteúdo gira em torno dos depoimentos delas. Parece evidente que o assunto não teria sido abordado no telejornal se os vídeos não tivessem chegado até a produção do telejornal. Um ponto que chama a atenção, é que a construção é feita por um produtor, o que não já não se trata de uma novidade em televisão, mas não é o padrão utilizado na Rede Globo. Isto não chega a afetar a observação. Mas talvez possa demonstrar o olhar mais apurado do produtor na coleta e seleção dos conteúdos que chegam até a redação. Neste exemplo, apesar de existir uma interferência ela ainda é pequena, a maior parte da reportagem são compostos de outros elementos. Esta colaboração pode ser classificada como participação de sugestão de reportagem, ou seja, não seria possível obter toda a informação e foi necessário recorrer a TV para ter acesso as que estava acontecendo e também na busca de uma solução.

Na tabela a seguir, o conteúdo enviado assume o formato da nota coberta, unidade informativa que pode ser considerada menos relevante para virar uma reportagem, mas ainda assim é importante que seja veiculada. Nela está descrita a pane na composição de um trem e o transtorno e o despreparo da companhia que administra em solucionar o problema.

depois, entraram pela hashtag do programa diversas mensagens com comentários sobre a participação dela no jornal e também oferecendo entrevistas de emprego. Esta mobilização pelas redes sociais fez com este vivo entrasse mais de uma vez ganhando uma proporção que talvez não tivesse ocorrido sem a participação e o interesse do público pela história.

Tabela 11: Roteiro sobre mobilização para conseguir emprego para entrevistada do programa do dia 12.11.2019

Dimensão Visual	Dimensão verbal/auditiva
<p>Estúdio (câmera em movimento fecha no apresentador que está olhando o celular)</p> <p>(na tele aparece o caracter #BDSP e fica até trocar de assunto)</p>	<p>(VV)</p> <p>Agora são 7 horas em pontinho. A turma das 7 horas chegando com a gente. / Olha!! Tô muito feliz de ler essas mensagens de interação e participação de vocês. São tantas. / Daqui a pouco a gente destaca aqui na tela. / A galera aqui curtindo essa iniciativa da gente consegui aproximar as pessoas em busca do emprego com aquele que pode, que tá oferecendo a vaga. / Tomara que a gente consiga, e cada vez mais pra mais gente. / É aproveitar dessa nossa união, dessa nossa conexão pra quem sabe um ajudar o outro. / Assim como a gente faz em tantos outros pontos, assuntos da Cidade de São Paulo. / Daqui a pouco trago aqui as mensagens. / Mais gente querendo oferecer emprego, pelo menos uma entrevista de emprego com a Jéssica. / Ela é só um exemplo de alguém que a gente entrevistou aqui hoje. / Mas tantos outros que estão na fila. Hashtag BDSP pra quem tá buscando e pra quem também quer contratar. / Todo mundo se encontra ali. Hashtag BDSP na sua rede social.</p>

Esta foi a primeira evidência de interdependência encontrada no telejornal e gerada pelo telespectador. É possível estabelecer uma relação com Berlo (1999) como este sendo o segundo nível de interação no processo de comunicação onde existe uma sequência de ação e reação. Neste caso em específico, a ação acontece quando no momento em que a entrevista vai ao ar. A reação é a imediata manifestação dos telespectadores mandam mensagens de solidariedade e

buscando informação para saber como entrar em contato com ela. As outras duas interdependências deste processo: a da empatia e a da interação também estão presentes. Pode-se pressupor que a entrevistada fará a busca pela sugerida pelo apresentador e provavelmente entrará em contato com algum dos telespectadores. Dessa forma, esta participação pode ser definida como sendo de interação.

Logo após, a descrição mostra que o repórter que estava em externa²¹ acompanhava o que era postado pelos telespectadores nas redes sociais marcando a *hashtag* do jornal. Pode-se suspeitar que ao identificar que renderia outra entrada ao vivo, o repórter provavelmente fez contato com a redação que o liberou para ir até o local.

²¹ Termo usado no telejornalismo para descrever quando o repórter está em campo na rua fazendo uma reportagem ou uma entrada ao vivo da rua.

Tabela 12: Roteiro entrada ao vivo baseada em informação das redes sociais sobre descarte irregular de lixo dia 20.11.2019

Dimensão visual	Dimensão verbal/auditiva
Estúdio (Câmera aberta mostrando os dois apresentadores)	(VV) Vou voltar a falar com o repórter Bernardo Bortolotto, que está agora na avenida Celso Garcia. /
(Câmera mostra apresentadores entre o telão onde o repórter já está aparecendo)	Saiu do aeroporto e foi pra Celso Garcia? O que que você conta aí pra gente?/
(Tela enche com imagens do repórter)	(VV externa) Tô aqui Rodrigo, porque eu estava olhando as redes sociais do Bom Dia São Paulo, e o Luis Farias fez uma postagem e eu corri pra cá, porque eu tava perto./
(Repórter sobra na esquina e se depara com uma grande quantidade de lixo depositado na calçada)	Celso Garcia com a avenida Saldanha Marinho. Tô aqui, tô caminhando na calçada, tá bacana, vou dobrar aqui na calçada. / Dá uma olhada. Que que é isso aqui? / Inacreditável a quantidade de lixo que tem cima dessa calçada nesta esquina, dificultando a passagem de pedestres, em frente a uma rampa de acessibilidade pra cadeirante. / A gente vê aqui restos de comida, roupas enfim uma quantidade enorme de todo esse lixo, aqui. / E eu já perguntei pra algumas pessoas se é comum? / É comum. / Sabe o que pelo menos duas pessoas me disseram: que os moradores vem, principalmente de alguns prédios aqui da região, descartam o lixo aqui para a prefeitura recolher. / E a prefeitura recolhe uma vez por semana. / Então, a prefeitura na terça-feira recolhe o lixo. / E aí toda essa montanha de lixo se acumula de novo já a partir de quarta-feira. /
	(repórter entrevista algumas pessoas que estão passando pelo local)

No mesmo dia o principal assunto era descarte irregular de lixo o que parece ter motivado este telespectador enviar esta mensagem. Neste caso a colaboração do telespectador causou uma mudança em tempo real no telejornal, além de demonstrar que os profissionais envolvidos no processo de construção do programa

estão constantemente interessados nos conteúdos enviados. Esta então, seria a participação interferência.

O roteiro a seguir, mostra uma reportagem construída praticamente com imagens de telespectadores que de alguma forma foram afetados e presenciaram um temporal que atingiu São Paulo. O conteúdo enviado foi inserido na principal unidade de informação do telejornal. A matéria contém imagens de 7 telespectadores.

TABELA 13: Roteiro da reportagem sobre chuva e alagamentos do dia 28.11.2019

Dimensão visual	Dimensão verbal/auditiva
Estúdio (câmera aberta mostra os dois apresentadores entre o telão. Eles intercalam a leitura da cabeça)	(VV) A chuva castigou ontem. Chuva anunciada. A gente falou tanto dessa chuva. E realmente ela veio do jeito que estava prometida mesmo./ Aqui em capital veio no fim do dia./ Cidade entrou em estado de atenção pra alagamentos pouco antes das 5 da tarde./ Vamos só fazer um relembra, depois a gente atualiza tudo do dia de hoje. /Não vê.
Roda VT Imagens cinegrafista da tv	(Off) A chuva chegou primeiro nos bairros do extermo sul da capital./ O céu logo ficou escuro./ As ruas começaram a alagar e o trânsito foi travando./ No Sacomam o temporal trouxe ventos fortes que chegaram a entortar essas árvores./ Os moradores do Campo Belo registraram a chuva e o vento no bairro a visibilidade ficou prejudicada./ No Morumbi, o temporal também veio acompanhado de ventania./
Imagens enviada por telespectador 01 José Afonso	
Imagens enviada por telespectador 02 Sem crédito	
Imagens enviada por telespectador 03	
imagens cinegrafista da tv	Na marginal do Tiete os motoristas tiveram que reduzir a velocidade, porque as pistas estavam cheias de água./ Passageiros gravaram os estragos causados pela chuva na estação Caraticuiba da CPTM./
Imagens enviada por telespectador 04	
Imagens enviada por telespectador 05	Um morador de Ibiúna, cidade próxima a Sorocaba, flagrou uma explosão da rede elétrica que estava em contato com uma árvore./
Imagens enviada por telespectador 06 Caroline Perduci	A Caroline Perduci fez essas imagens que mostram o momento em que curto circuito atinge um poste no bairro Chácara Klabin, na zona sul da capital, e também provoca uma explosão./
Imagens enviada por telespectador 07	Na rua Capote Valente, Pinheiros, mais uma explosão na rede elétrica./ Faíscas voaram longe e o curto provocou uma fumaça no local./ Na Escola Municipal Doutor José Martins da Silva, no município de Diadema, a cobertura da quadra que estava interdita desde setembro do ano passado desabou com temporal./
Estúdio câmera aberta	(VV) Os flagrantes, os registros de vocês ajudam a gente a ter uma noção, a todos

	do que foi essa chuvarada de ontem, como sempre. / Por isso é importante a participação. /
--	--

Quando volta para o estúdio o apresentador enfatiza que só foi possível ter a dimensão do que aconteceu por causa do encaminhamento dos vídeos. Esta situação vem ao encontro do que já foi apresentado por Vizeu e Correia (2008) de que a notícia local possibilita que o telespectador tenha uma relação de reconhecimento já que os acontecimentos fazem parte do cotidiano dele. O que acontece na televisão acontece ao redor dele, por isso esta pode ser a participação da identificação.

Na última descrição analisada, o sentimento de pertencimento parece tão expressivo que o telespectador chega a chamar a atenção do apresentador sobre a postura em relação Glória Vanique. Além disso, também dá orientações ao diretor do programa do tipo de enquadramento a ser usado para evitar o desconforto que é causado nele e que certamente acredita que também afeta a outros que estejam assistindo o jornal.

Tabela 14: Roteiro participação de telespectador reclamando da postura do apresentador em relação a Glória do dia 28.11.2019

Dimensão visual	Dimensão verbal/auditiva
<p>Estúdio (Câmera aberta mostrando os dois apresentadores entre o telão)</p>	<p>(VV Rodrigo) A gente vai pras redes sociais agora. / Mas tem uma mensagem aqui que eu queria dividir com todo mundo, porque eu acho importante pontual isso./ O Alison Francisco diz o seguinte: fala para o diretor manter a câmera fechada da tela na Glória, quanto ela estiver falando./ Ele deixa o plano aberto, como está este aqui, e aparece eu lento o computador (Rodrigo) e ignorando a Glória e fica estranho. /</p> <p>(VV Glória) Ele não me ignora, não gente. /</p> <p>(VV Rodrigo) Aí eu respondi pra ele, que estou exatamente te respondendo a sua mensagem. / Acho que essa é a ideia do Bom dia São Paulo. / Acho importante dividir, porque é legal pra todo mundo. / Eu também fico pensando. / Cara tá ali escrevendo, respondendo e não tá. / Mas é um ouvido aqui (aponta para ela), um olho na tela outro aqui (aponta para outra tela) e outro aqui (aponta para o computador). É o jeito. / É a maneira que a gente consegue de ter essa interação, essa interatividade. /</p> <p>(VV Glória) É igual aqui (aponta para o tablete), com o olho ali enquanto o Rodrigo tá falando./ É que eu tô lendo mensagem que tá chegando aqui pra atualizar vocês./</p> <p>(VV Rodrigo) A gente tá super conectado. / Vamos tentar aceitar isso como uma coisa positiva. / Se vocês toparam é o jeito de fazer essa conexão, super instantânea e que é bacana. /</p> <p>(VV Glória) É igual vocês ficam (faz que dedilha o celular) enquanto assistem a gente. /</p> <p>(VV)</p>

	Isso vocês não falam, não mostram. / Enquanto a gente fica aqui falando vocês estão digitando, né?/ Eu tô vendo./ Olha lá (se aproxima da tela como ficasse mais perto do telespectador)./ #BDSP pode escrever mais./
--	---

Rodrigo Bocardi dá explicações e também repreende o telespectador dizendo que este que faz igual, olha a tv e lê mensagens ao mesmo tempo. Da mesma forma que a descrição anterior, esta também pode ser considerada participação da identificação. Ao adquirir o hábito de contribuir e cooperar com o telejornal, o telespectador se sente tão à vontade que passa a acreditar fazer parte da equipe e assim dar instruções e direcionamento do que está sendo dito ou mostrado na tv. Apesar disso, não é possível afirmar que haverá uma mudança no enquadramento, o que se presume é que acabe não acontecendo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assistir televisão numa sociedade que teve comportamentos alterados por conta da internet não é mais como há 50 anos. Certamente, a adaptação também atingiu os profissionais que fazem telejornalismo. Os telespectadores de hoje, da mesma forma, não são os mesmos. A assimilação e a possibilidade de comunicação em rede criaram uma outra lógica para participação. Com os *smartphones*, o compartilhamento de fotos, vídeos e a troca de mensagens promoveram a participação a um patamar antes nunca vivenciado.

Apesar deste contexto, a televisão continua mantendo e reforça o papel do laço social (WOLTON, 1996). Ao dividir a vida, as preocupações e a busca por soluções de problemas comuns, determinada parcela da população passa a se identificar, a se perceber como parte integrante de uma sociedade. É o espaço público da TV aberta aumentado e combinado com narrativas comuns à internet. Nesse processo de assimilação de linguagens e formatos de outras plataformas, a televisão passa a assumir outras narrativas (SCOLARI, 2014). Portanto, ao se atualizar para adquirir novos públicos, a televisão continua de alguma forma mantendo a função de identificação e gerando conversa.

Este trabalho analisou a participação dos telespectadores na televisão com um olhar mais atento ao telejornal Bom Dia São Paulo, da Rede Globo. O objetivo principal foi analisar se as experiências interativas tinham a possibilidade de estabelecer uma relação entre o telespectador e o telejornalismo, e se a partir disto a participação poderia modificar efetivamente o conteúdo, e como. O método de pesquisa utilizado foi a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2004), em que foi utilizado o cruzamento dos referenciais teóricos, para a criação das unidades de registro e das categorias. O corpus analisado auxiliou no entendimento do fenômeno da interatividade/participação entre o telespectador e o emissor. A figura a seguir ajuda a explicar a ideia do que foi achado nesta pesquisa.

FIGURA 7: Tipos de participação e alterações

Fonte: Autora, (2020)

A participação faz parte da construção e do desenvolvimento da humanidade (BORDENAVE, 1987) e ganhou mais espaço e possibilidades nos atuais dias. No recorte, os telespectadores passam a enviar para a redação situações cotidianas da vida deles, momentos de intimidade. Situações essas que antes não saíam de seus álbuns de fotografias e que seriam mostradas para um grupo muito pequeno do círculo de convívio. O desejo de que isso seja visto por milhares de pessoas através da televisão ganha outra proporção. A preocupação em trazer para o telejornal a participação com a estética das redes sociais fica evidenciada no momento que ela assume espaços como a vinheta de abertura e com a utilização de ícones gráficos nativos da internet ao longo do programa. É uma estratégia que

traz a televisão para o momento atual sem que perca a sua função (CANNITO, 2010).

Durante Bom Dia São Paulo – BDSP –, conteúdos com essa estética “costuram” todo o telejornal, chegando a dar a impressão de ocupar um bom espaço, o que na realidade não acontece. Eles estão bem distribuídos, ocupam em média 10 minutos de um jornal de 2 horas. A sensação visual é maior do que o tempo efetivo. Essa fragmentação é perfeitamente conciliável com as características da HiperTV (SCOLARI, 2014). Os conteúdos que integram estes espaços, o quadro “Volta já” e redes sociais, variam entre experiências pessoais e cotidianas, busca por soluções de problemas e sugestões de reportagens a participações efetivas de matérias. Nesta categoria, a colaboração do telespectador pode ser identificada como uma participação de conexão. Os vídeos são utilizados pelos profissionais que fazem o telejornal para estabelecer uma ligação emocional com o telespectador. Esta perspectiva abre margem para uma reflexão sobre a qualidade desta interatividade. O material exibido no “Volta já”, desinteressante jornalisticamente por importar apenas a um grupo pequeno, talvez possa trazer um prejuízo informacional para outros telespectadores. Um grande grupo de pessoas está assistindo a um conteúdo sem relevância jornalística em detrimento de assuntos mais importantes. Portanto, serve apenas para estabelecer uma conexão emocional com o público.

Em diversos momentos, o apresentador estabelece uma espécie de conversa com as mensagens recebidas através das redes sociais, como se quem tivesse enviado participasse dela. Mas, em apenas algumas situações chega a respondê-las. Neste caso, existe uma necessidade do emissor de criar uma interdependência com o telespectador (BERLO, 1999), é uma busca pela identificação com o objetivo de estabelecer uma troca. Mas o que precisa ser levado em conta é se, neste caso em específico, a troca é fundamental. De qualquer forma, é possível encontrar uma dificuldade no processo de comunicação, que é prever como o outro vai responder a esta interação. É um constante esforço de tentar entender como será o comportamento do outro. Diante disso, a resposta de quem participa seria continuar com a televisão ligada garantindo assim a audiência do

telejornal. Contudo, é nesta experiência interativa que se verifica uma interferência do telespectador no conteúdo.

Na busca pela aproximação com o público, existe ainda a preocupação da utilização de uma linguagem mais coloquial, simples e direta. Mesmo que isto já tenha sido observado nos manuais de telejornalismo, o que pode ser identificado é que atualmente também assume a linguagem das redes sociais. Dessa forma, é possível vislumbrar aplicação de uma série de níveis de interatividade propostos tanto por Berlo (1999) quanto por Tourinho (2018). Esta é outra tática para atrair e manter no jornal outro tipo de público que não faz parte da audiência. Mesmo assim, não existe nenhuma garantia de que isso surtirá o efeito desejado pelo emissor. O apelo para que o telespectador participe do BDSP acontece nas manchetes, nas passagens de bloco do programa e a cada reportagem que contou com a colaboração dele.

Mesmo que a participação esteja de certa forma inserida na paginação do Bom Dia São Paulo, foram nas unidades informacionais – nota simples, nota coberta, vivo e reportagem – que se encontrou o que motivou esta pesquisa. A interferência do telespectador no conteúdo ocorreu em todas as edições investigadas. Em cada uma delas, a decisão permaneceu na mão da equipe que faz o telejornal. Isso não diminuiu a qualidade da participação. Pelo contrário, trouxe para o jornal imagens e assuntos que talvez, sem a participação do telespectador, deixassem de ser veiculados. Um exemplo é a interação que aconteceu durante uma entrada a vivo, quando o repórter entrevista uma mulher que está à procura de emprego. Imediatamente, uma reação resultou da mobilização através da #BDSP com mensagens de incentivo e busca de contato com ela para agendamento de entrevistas. Neste caso, a troca proposta por Berlo (1999) acontece gerando empatia. Essa foi denominada a participação da interação. Outra situação de modificação de conteúdo jornalístico, também durante uma entrada a vivo, se desloca até um local indicado por um telespectador do jornal, gerando assim o que foi definido como participação de interferência.

Outra situação clara de alteração de conteúdo é uma reportagem exibida no dia seguinte à ocorrência de um forte temporal, construída basicamente com imagens enviadas pelos telespectadores. São vídeos de sete pessoas que tiveram

a vida afetada de alguma forma por aquele evento climático. Os acontecimentos cotidianos geram no telespectador uma relação de reconhecimento (VIZEU, 2009). O que acontece na televisão acontece ao redor dele, por isso pode ser considerada a participação da identificação. Ainda foi possível reconhecer outro tipo de participação. A que se refere aos flagrantes mandados pelos telespectadores. Acabam entrando apenas em notas cobertas, mas são imagens relevantes, e que a equipe do jornal não teria acesso de outra forma. Um último achado não chega a causar uma modificação, mas pareceu interessante o suficiente para receber registro. Um telespectador faz uma postagem com a hashtag do BDSP incomodado com o fato do apresentador não estar olhando para a outra apresentadora, enquanto ela fala. O desconforto causado nele faz com que inclusive sugira outro tipo de enquadramento. Este parece ser um bom exemplo de como o telespectador atual tem uma relação estreita com os jornalistas que fazem o BDSP. Isso pode evidenciar que a estratégia de aproximação utilizada funciona a certa medida. O telespectador parece colaborar com tanta frequência, que em determinado momento tem certeza de que faz parte da equipe, inclusive com direito a fazer sugestões na condução do telejornal.

Para um melhor mapeamento dos tipos de participação identificados nesta pesquisa, a tabela abaixo, descreve qual material enviado está relacionado, e se ele alterou ou não o conteúdo do Bom Dia São Paulo. Foram constatadas seis variedades de participação, e em apenas uma delas não identificou-se alteração. Mesmo assim, ela está classificada por ser um importante ponto de contato com o telespectador. Além disso, também se estabeleceu níveis de alteração.

TABELA 15: Como identificar a participação e o resultado produzido

Tipo de participação	Contribuição	Alteração
sugestão	vídeo serve de partida para construção de reportagem	nível médio
flagrante	vídeo mostra um momento único e que não pode ser recuperado	nível alto
interação	telespectadores interagem com vivo diretamente das redes sociais	nível altíssimo
interferência	causa uma mudança em tempo real	nível altíssimo
identificação	Reportagens factuais construídas a partir dos vídeos enviados	nível alto
conexão emocional	vídeos de festas e confraternizações	nível baixo

Fonte: Autora (2020)

O percurso até aqui foi bastante interessante para compreender melhor como a participação dos telespectadores pode alterar o conteúdo produzido no telejornal Bom Dia São Paulo, e por consequência no telejornalismo. Também foi possível através do recorte estabelecer tipos de participação, identificá-las dentro do telejornal de acordo com os conteúdos enviados pelo público e, ainda apontar a intensidade de alteração causada. Além disso, ao longo desta análise, deduziu-se que a colaboração do público na construção do telejornal é relevante. Mesmo que através dela não seja viável medir o quanto impacta na audiência, traz relação de pertencimento e proximidade. Além disso, a estratégia usada pelos jornalistas que integram a equipe do jornal é importante na aproximação e fidelização do público. Isso demonstra que mais uma vez a televisão, ao se apropriar de características de outras plataformas, acaba se tornando mais atual e permitindo a possibilidade de o telespectador contribuir com a alteração dos conteúdos do telejornal. De qualquer forma, a participação do telespectador ainda tem potencial para ganhar mais espaço no conteúdo informativo. Além de ser capaz de gerar mais identificação, a informação também interessa a outros telespectadores. O que leva ao entendimento de que os materiais (vídeos de festas) utilizados apenas para estabelecer uma ligação emocional não tem valor jornalístico já que interessa a um grupo restrito de pessoas. O que se provou é que a participação ativa do público nos telejornais chegou para ficar, mas deve acontecer sempre com a mediação e a curadoria de um jornalista profissional. Mediação necessária para organizar o cotidiano. A investigação feita até aqui demonstra que o fenômeno da interatividade e da participação dos telespectadores no telejornalismo brasileiro precisa ser atualizado constantemente. Isso porque, a evolução tecnológica provoca profundas mudanças na sociedade e na forma como ela se relaciona. Por conta disso, continuarão no radar de futuros pesquisadores.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2004.
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo, **Manual de telejornalismo. Os segredos da notícia na TV**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002.
- BECKER, Beatriz. Mapeamento das pesquisas em Telejornalismo no Brasil: um estudo da produção acadêmico-científica de 2010 a 2014. Porto Alegre: Revista Famecos, 2015.
- _____. A vida na mídia: entrevista com Mark Deuze. Rio de Janeiro. Revista Eco Pós. 2014
- BERLO, David Kenneth. O processo da comunicação: Introdução à teoria e à prática. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- BOM DIA SÃO PAULO. Edição de 01 de novembro de 2019. Exibido pela TV Globo São Paulo. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8052141/>. Acesso em: setembro de 2020.
- BOM DIA SÃO PAULO. Edição de 04 de novembro de 2019. Exibido pela TV Globo São Paulo. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8057993/>. Acesso em: agosto de 2020.
- BOM DIA SÃO PAULO. Edição de 12 de novembro de 2019. Exibido pela TV Globo São Paulo. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8080199/>. Acesso em: setembro de 2020.
- BOM DIA SÃO PAULO. Edição de 20 de novembro de 2019. Exibido pela TV Globo São Paulo. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8101762/>. Acesso em: setembro de 2020.
- BOM DIA SÃO PAULO. Edição de 28 de novembro de 2019. Exibido pela TV Globo São Paulo. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8123109/>. Acesso em: setembro de 2020.
- BORDENAVE, Juan E. Diaz. O que é participação. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.
- CANNITO, Newton. A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.
- CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das Mídias. São Paulo: Contexto, 2006.
- FINGER, Cristiane. Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital. Porto Alegre: Revista em questão. Disponível em: <

<https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/23731/23671> > Publicado 2012.
Acesso em: out,2019.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André. Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais. Salvador (UFBA). Disponível em:
<https://facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>. Publicado em 1997. Acesso em: 04 fev.2020

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A Tela Global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Porto Alegre: Sulina, 2009.

MACHADO, Arlindo. A televisão levada a sério. São Paulo: Senac, 2014.

MATA, Jhonatan Alves Pereira. Um telejornal pra chamar de seu: identidade, representação e inserção popular no telejornalismo local. Dissertação. UFJF. Juiz de Fora, 2011

MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. TV Digital Interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2005. 2ª edição.

PATERNOSTRO, Vera Íris. O texto na tv: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

ROSE, Diana. Análise de imagem em movimento. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Orgs). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Porto Alegre: Vozes, 2003

SCOLARI, Carlos A. This is the end: As intermináveis discussões sobre o fim da televisão. In: CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs.). O fim da televisão. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.

TOURINHO, Carlos. As promessas de uma nova TV - Telejornais interativos nos primeiros anos da TDT no Brasil e em Portugal - São Paulo: SBPJor, 2018.

VITTADINI, Nicoletta. Comunicar com los nuevos media. In: BETTETINI, Gianfranco; COLOMBO, Fausto. Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación. Barcelona: 1995.

VIZEU, Alfredo. O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica. Revista FAMECOS, Porto Alegre, vl. 1, n. 40, p. 77-83, 2009. Disponível em:
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/6321>. Acesso em: 24 abr. 2020.

_____. O telejornalismo como lugar de referência a redução da complexidade nas sociedades contemporâneas. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 6, 2008, São Paulo. Programação: a construção do campo do jornalismo no Brasil. São Paulo: SBPJor, p. 47, 2008.

WOLFF, Michael. *Televisão é a nova televisão: o triunfo da velha mídia na era digital*, 1. ed. São Paulo, 2015.

WOLTON, Dominique. *Elogio do grande público: uma crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1996.

_____. *Informar não é comunicar*. Trad. Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2011

ANEXOS

ANEXO A - Roteiro de entrada ao vivo com sugestão de telespectador sobre transporte público dia 01.11.2019

Dimensão visual	Dimensão visual
(Tela cheia com arte da mensagem da telespectadora)	(Off VV) A Rita Hermelino desafiou a gente a embarcar na linha 167 da EMTU, que sai da vila Carmela em Guarulhos e vai até o terminal de ônibus na estação do metrô Armênia, aqui na capital. / Ela disse que o ônibus passa pelo transtorno de Bonsucesso e não o trevo. / Velho conhecido. /
Estúdio (Câmera abre e mostra apresentadores e talão já com a repórter)	(VV) A Luiza Vaz já está lá e nos diz se bate com o que ela disse, não bate ou temos hoje um milagre. / Bom dia, Luiza Vaz. /
Externa (Repórter está dentro do ônibus relatando situação e entrevistando usuários)	(VV Luiza Vaz) Tava conversando com o pessoal aqui e tá todo mundo na bronca com essa linha aqui. / Ela sai da vila Carmela em Guarulhos e vai até o terminal Armênia./ A previsão é de que esse trajeto durasse uma hora , uma hora e dez, mas na prática./ Vou deixar para o Franquillin que está aqui do meu lado, explicar como é o trajeto na prática./ Bom dia./ (repórter segue entrevistando passageiros e descrevendo situação)

ANEXO B - Roteiro de entrada ao vivo sobre transporte do dia 12.11.2019

Dimensão Visual	Dimensão verbal/auditiva
<p>Estúdio (Câmera enquadrando apresentar do Rodrigo Boccardi em primeiro plano)</p>	<p>(VV) Mas continuo falando de transporte aqui, porque o Marcos Evangelista usou a hashtag BDSP nas redes sociais para reclamar da linha 107 da EMTU. Vai vendo só!! Começa a mostrar vai aparecendo um monte de linha. Essa linha liga Santo André no ABC até a zona leste da capital no Jardim Ester. O Marcos disse que a linha é lotada, e que nas palavras dele: Só dá pra ir amado.</p>
<p>Estúdio (câmera enquadra os dois apresentadores e o telão onde a repórter está dentro do ônibus)</p>	<p>A Roberta Chevitaressé foi lá conferir esta situação. Vamos lá.</p>
<p>Imagens ao vivo mostram a repórter dentro do ônibus</p>	<p>(VV) (Repórter passa a descrever situação que acontece dentro do ônibus sugerido pelo telespectador e entrevista passageiros)</p>

ANEXO C - Roteiro de nota coberta com imagens de telespectador sobre a revolta de uma mãe num posto de saúde do dia 12.11.2019

Dimensão visual	Dimensão verbal/auditiva
<p>Estúdio (câmera em plano fechado no apresentador)</p>	<p>(VV) Nós recebemos um vídeo. / Queria dividir com vocês aqui. / Deixa eu entrar aqui. Veio pelas redes sociais. / Quem enviou pelas redes sociais com a hashtag BDSP foi Alex Bueno. / Ele fez um relato, seguinte: que uma mãe levou a filha na UBS Ponte Alta em Guarulhos e não conseguiu ser atendida. / Revolta, segundo relato, ela teria quebrado as cadeiras e até um computador da recepção. / O que vamos mostrar é um trecho do vídeo. / A gente colocou legendas porque não dá pra entender o que as pessoas estão dizendo. / Veja aí: /</p>
<p>Roda vt</p>	<p>(roda o vídeo que foi enviado pelo telespectador)</p>
<p>Estúdio (câmera em plano aberto mostrado apresentador e telão)</p> <p>(Tela enche com imagens da externa)</p>	<p>(VV) Galera perde a cabeça. 7h32 Ananda Apple foi até a unidade e tem mais detalhes. Tem atendimento hoje ou não? Pessoal fica nervoso com a situação que muitas vezes não funciona direito. Bom dia?</p> <p>(VV externa) Repórter descreve situação no local.</p>

ANEXO D - Roteiro reportagem sobre problemas no funcionamento do aplicativo de saúde da prefeitura de São Paulo

Dimensão visual	Dimensão verbal/auditiva
Estúdio (câmera no apresentador)	(VV) A gente resolve tudo pelo celular, né?/ Faz tempo já./ A prefeitura de São Paulo lançou em outubro de 2017, então foram há dois anos, o aplicativo agenda fácil. Pra agendar consultas nas unidades de saúde da capital. A gente vem falando sobre isso aqui há quanto tempo?/ Aplicativo também surgiu, parecia que tudo ia ficar bom. Só que daí nossa equipe recebeu reclamação de gente que não tá conseguindo usar a ferramenta. Como pode? Dá uma olhada na reportagem do Felipe Guedes./
Roda VT (imagens da entrevistada, imagens do aplicativo, imagens do repórter com a entrevistada)	(Off) Tem mais ou menos um ano que a Silvana baixou o aplicativo Agenda Fácil para tentar marcar consulta na UBS. E tem mais ou menos um ano que ela não consegue./ Todas as vezes que ela tentou deu isso:/
(entrevistada demonstra a tentativa de marcação sem sucesso)	(Off entrevistada) Eu vou tentar marcar clínica geral. Aí aparece no momento não há vagas pelo aplicativo./
(imagens entrevistada)	(Off) Ligamos pra UBS de referência dela, a da República./ Ligamos três vezes e ninguém atendeu.
(repórter faz entrevista)	(sonora) Nem aplicativo, nem telefone? Complicado né? Agora o é ir lá e tentar marcar a consulta. É assim que funciona./
(imagens do telão do BDSP mostrando as reclamações recebidas através das redes sociais do programa)	(Off) Foi só uma vez, o assunto do aplicativo Agenda Fácil, aparecer no Bom Dia São Paulo que agente recebeu reclamação. (reportagem cita vários telespectadores que mandaram mensagens marcando a hashtag BDSP)

ANEXO E - Roteiro nota coberta ao vivo de flagrante de jovem viajando de forma perigosa no trem do dia 28.11.2010

Dimensão visual	Dimensão verbal/auditiva
<p>Estúdio (Câmera aberta mostra os dois apresentadores)</p> <p>Imagens enviada por telespectador Carlos Costa</p>	<p>(VV Glória) Olha só essa imagem. / Um flagrante feito por um telespectador nosso, Carlos Costa./ Dá uma olhada, Rodrigo./ Ele tava dentro do trem, na linha 8 Diamante da CPTM, na terça-feira por volta das 6h e 40 da tarde. / Foi o que ele passou pra mim. / Quando ele gravou um menino viajando pendurado do lado de fora do vagão. / Esse flagrante foi feito entre as estações Quitauna e Carapicuíba. / Ele disse que o trem chegou a parar em General Miguel Costa, que é a estação intermediária, ali entre as duas, mas ninguém incomodou o menino. /</p> <p>Ôh!! Glória tem um momento que ele está, assim, com as duas mãos batendo, como é que ele tá preso. / Tá amarrado? Alguma coisa assim desse tipo? Se vê na imagem ele bate uma mão na outra. / é um perigo. Essa vida poderia ter acabado em um segundo. / Poderia ter tido um flagrante de morte, aí. / Ele bate uma mão na outra.// Olha aí? Ele só se encosta com o trem nessa velocidade? / Que é isso gente. É um absurdo</p> <p>(Logo depois cobram da CPTM)</p>



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br